

Datum: 19.01.10 | Ausgabe: 2-2010

AC Katalog Laufzeiten - Test 2009 Internet – zusätzliche Erkenntnisse

Bei der Laufzeitenanalyse „Kataloganforderung via Internet“ wurde bei 210 Versendern aus dem Consumer Bereich angefordert. Es wurde grundsätzlich die e-mail Adresse angegeben und die Zustimmung für den Newsletter Versand erteilt.

Darüber, wie viele der Kataloge mit welchen Laufzeiten ankamen wurde schon berichtet. Auf einen weiteren wichtigen Aspekt, mit welchen Aktivitäten die neuen Interessenten betreut wurden, soll heute eingegangen werden. Adress-Control Süppmayer GmbH in Saarbrücken hat hierzu weitere Analysen und Bewertungen vorgenommen.

Lediglich 19% aller Anforderer erhielten eine E-Mail Bestätigung darüber, dass der Katalog zugeschickt wird. Immerhin wurden 157 Kataloge (75%) zugestellt. Die Chance des „guten ersten Eindrucks“ wurde jedoch verpasst. **Bei allen angefragten Unternehmen gab es unter den lediglich 40 Katalog Bestätigungen nur 1 Versender**, der die Kontaktaufnahme und Katalogbestellung als Anlass dafür genutzt hat,

- sich per e-mail für die Kataloganforderung zu bedanken
- den Katalog Versand zu bestätigen
- Vorteile oder besonderen Angebote herauszustellen
- eine VKF Maßnahme z.B. Gutscheine oder Überraschungsgeschenk anzubieten
- auf die Webseite zu verlinken

um den Interessenten sofort in einen Kunden umzuwandeln.

50% der Bestätigungen informierten den Interessenten darüber, dass „seine Bestellung eingegangen sei“, „das Paket abgeschickt wurde“ oder „seine Anfrage bearbeitet wird“. Die anderen 50% - 20 Bestätigungen - nahmen in ihrem Mail Bezug auf die Kataloganforderung und deren Zustellung, aber ohne jegliche Kundenorientierung oder Absatz fördernde Maßnahmen.

In lediglich 5 Fällen gab es Informationen zum Unternehmen und eine Verlinkung zum Shop.

Es drängt sich der Eindruck auf, dass die Shop Systeme bei Kataloganforderungen und Interessenten überwiegend logistisch gesteuert sind und die Kataloganforderung rein produkttechnisch abgewickelt wird. Die Marketing-Sichtweise, dass sich ein potentieller Kunde für das Unternehmen interessiert, für die Initiierung einer Bestellung zu nutzen, kommt eindeutig zu kurz.

Folgeaktivitäten

Ein weiteres Phänomen ist, dass 40 Versender, die „E-Mail Bestätigungen“ verschickt haben, in Folge keine Newsletter zustellen und den Interessenten nicht weiter bearbeiten. 57 der kontaktierten Versender nahmen den Interessenten in ihren Verteiler auf und verschickten unterschiedlich häufig Ihren Newsletter. 10 hiervon beschränkten sich auf das E-Mail Marketing und haben keinen Katalog zugestellt. Insgesamt fallen 20 Firmen mit einer hohen E-Mail Versandfrequenz auf.

Weitere Informationen können über AC angefordert werden.

Kontakt: E-Mail: info@adresscontrol.de ; Tel. 06805/9285-01

www.adresscontrol.de