**Selligent gibt hilfreiche Tipps für die Weihnachtssaison:**

**So erreichen Unternehmen ihre Kunden im Weihnachtstrubel**

**Die Feiertage stehen vor der Tür. Nach einem turbulenten Jahr stellen sich viele Marketer die Frage, wie sie zum Jahresende ihre Kunden ansprechen sollen, um ihre Verkaufsziele zu erreichen. Wie hebe ich mich aus der Masse hervor? Und was ist zu tun, wenn E-Mails gar nicht erst ankommen? Selligent Marketing Cloud liefert Tipps, um Kunden während den Festtagen zu erreichen.**

Für Unternehmen ist die Weihnachtszeit eine der wichtigsten Verkaufsperioden des Jahres. Das Coronavirus hat dieses Jahr die Welt verändert – einige Länder befinden sich noch immer in Lockdowns oder haben starke Einschränkungen. Statt über Weihnachtsmärkte zu flanieren und zum Black Friday Geschäfte zu stürmen, werden viele Konsumenten dieses Jahr ihre Festtagseinkäufe von zu Hause erledigen.

**Vom Einkaufszentrum in den Posteingang**

Nicht nur das wo, sondern auch das wie unterscheidet sich dieses Jahr von bisherigen Jahren. 2020 verlagert sich die Kommunikation vom Offline- in den Online-Bereich. Deswegen ist es umso wichtiger, dass Marken mit ihren Kunden in Kontakt bleiben. Gemäss der Consumer Survey von Selligent Marketing Cloud bevorzugen die meisten Kunden die Kommunikation via E-Mail – wobei es natürlich Unterschiede zwischen Generationen gibt.

Bei E-Mail-Kampagnen gilt: Content is King (Inhalt ist König). Nur spannende Inhalte können Konsumenten überzeugen ‒ doch was tun, wenn wir schon daran scheitern, unseren Content beim Konsumenten abzuliefern? Die Selligent Consumer Survey hat gezeigt, dass 39% der Kunden einen Newsletter abbestellen. Der Grund: Sie erhalten generell zu viele E-Mails! Gerade während der Feiertage werden die Menschen mit einer riesigen Menge an Marketing-Mailings bombardiert. Das ist nicht nur nervig, sondern auch eine technische Gefahr: Posteingänge werden blockiert, Mail-Provider können Spam-Alarme auslösen. Die Zustellbarkeit kann mit zwei Faktoren positiv beeinflusst werden:

**Werden Sie nicht zum Spammer**

Klar: Black Friday, Cyber Monday, Winter-Sale und Weihnachtsspecials verleiten dazu, Ende Jahr gleich mehrere E-Mail-Kampagnen zu starten. Aber Marketing-Mailings sollten nicht zu häufig verschickt werden ‒ sonst ist der Klick auf die Spam-Taste vorprogrammiert. Die Umfrage von Selligent Marketing Cloud ergab, dass die meisten Konsumenten ein wöchentliches Mail oder ein bis zwei Mails pro Woche tolerieren. Also lieber den Inhalt der Mailings optimieren und weiter personalisieren, damit mehrere Aktionen übersichtlich und attraktiv dargestellt werden können. Ausserdem: Vermeiden Sie kritische Änderungen direkt vor den Festtagen. Umbauten sollten mindestens zwei Monate vorher durchgeführt werden. Prüfen Sie Ihre Domains und E-Mail-Infrastruktur vor der Kampagne, um sicherzugehen, dass sich keine Fehlfunktionen eingeschlichen haben.

**Machen Sie sich mit Ihren Kunden vertraut**

Mailings richten sich an Menschen. Sie müssen persönlich sein und relevante Inhalte enthalten oder im aktuellen Kontext stehen. Links mit attraktiven Angeboten und klaren Handlungsaufforderungen bieten einen Mehrwert für den Kunden und erhöhen das Engagement. Und was bei Infrastruktur-Änderungen gilt, gilt auch beim Layout: Diese sollten nie direkt vor wichtigen Verkaufszeiträumen gemacht werden, da der Kunde im schlimmsten Fall die Marke nicht sofort erkennt und die Mailings nicht geöffnet werden.

Zum Jahresende inaktive Kontakte anschreiben? Klingt gut, ist aber nicht zu empfehlen. Sprechen Sie nur aktive Kunden (Reaktion innerhalb der letzten sechs Monate) an, um ihre Posteingangsrate hoch zu halten. Verwenden Sie keine Listen von Drittanbietern.

Selligent ist Teil der CM Group, welche ein Verbund von E-Mail-Marketing-Plattformen aus der ganzen Welt ist, die sich zum Ziel gesetzt hat, das Know-how aller Mitglieder unter einem Dach zusammenzuführen und so Lösungen für alle Unternehmensanforderungen zu bieten. Denn mit den richtigen Partnern an der Seite und den besten Tipps in der Tasche kann der Weihnachtstrubel getrost kommen ‒ egal in welcher Krise.

**Über Selligent Marketing Cloud:**

Selligent Marketing Cloud, eine Marke der CM Group, ist eine intelligente Omni-Channel-Marketing-Cloud-Plattform. Die dynamische Technologieplattform liefert Einblicke, die es Unternehmen ermöglichen personalisierte und wertvolle Kundenbeziehungen zu schaffen. Dies führt zu überzeugenden Ergebnissen auf allen Kanälen. Mit Teams in den Vereinigten Staaten und Europa, sowie einem globalen Netzwerk von Partnern, verfolgt Selligent die Mission, Marketing persönlich zu machen. Weitere Informationen auf [www.selligent.com](http://www.selligent.com) sowie auf [Twitter](https://twitter.com/selligent), [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/selligentmarketingcloud/) und im [Blog](https://www.selligent.com/de/blogs).