



E-Mail-Newsletter für Stadtwerke?

Die Vorbehalte nehmen ab – mehr und mehr Versorger nutzen diese zukunftsweisende Kommunikations- und Interaktionsform

Sehr geehrte Damen und Herren,

was haben die Stadtwerke München, die Stadtwerke Speyer und die Stadtwerke Energie Jena-Pößneck gemeinsam? Alle drei (und eine wachsende Zahl weiterer Versorger) nutzen mittlerweile E-Mail-Newsletter zur Kommunikation und Interaktion mit ihren Kunden und Interessenten.

Teilweise als Online-Substitut der klassischen Print-Kundenzeitung, teilweise aber auch als zeitgemäße Ergänzung mit spezifischen Sonderfunktionen. Was durchaus gute Gründe hat – schließlich erreicht man mit einem E-Mail-Newsletter eine themenaffine junge Zielgruppe, die sich aktiv für diese Form der Kommunikation mit „ihrem“ Stadtwerk oder Regionalversorger entschieden hat. Da lässt sich ganz anders und wesentlich zielführender kommunizieren, als mit der (ebenfalls sinnvollen) Kundenzeitung.



Die Einstellung gegenüber E-Mail-Newslettern verändert sich!

Noch zögern viele Stadtwerke und Regionalversorger und scheuen vor der Implementierung dieses zusätzlichen Kommunikations- und Interaktionskanals zurück. Allerdings wohl vor allem aus dem Bauchgefühl heraus, doch selbst schon „so viele unnötige Mails zu erhalten“. Tatsächlich mag man das als vielbeschäftigter Top-Entscheider eines Versorgers so empfinden – nur: mit der Realität von Otto-Normalverbraucher hat dieses Bauchgefühl offenbar wenig zu tun.

Einer Untersuchung von Forrester Research aus dem Jahr 2014 zufolge hat sich die Einstellung der Öffentlichkeit gegenüber werblichen E-Mails in den letzten Jahren drastisch zum Positiven hin gewandelt!

Diese Zahlen sprechen eine klare Sprache:

Zwischen 2010 und 2014 hat sich laut dem Marktforschungsinstitut Forrester Research die Meinung gegenüber Werbe-Mails wie folgt verändert:

Die Zahl der Personen, die werbliche E-Mails für einen guten Weg halten, sich über Angebote und Produkte zu informieren, ist im betrachteten Zeitraum um 41,18% gestiegen.

Fakt 1: Zustimmungszuwachs + 41,8%

Die Zahl der Personen, die werbliche E-Mails ungelesen löscht, ist im gleichen Zeitraum, laut Forrester Research, um 28,81% gesunken.

Fakt 2: Löschquoten-Reduktion – 28,81%

Was bedeutet das für Sie?

Unsere Empfehlung lautet: Prüfen Sie, ob ein E-Mail-Newsletter auch für Sie eine sinnvolle Ergänzung Ihrer Kommunikationswerkzeuge sein könnte!

Denn E-Mail-Newsletter bieten entscheidende Vorteile:

- Einfach einzurichten, einfach zu nutzen
- Kostengünstige Distribution (keine Druckkosten, kaum Verteilkosten)
- Ideale Ansprache- und Interaktionsmöglichkeit für themenaffine Zielpersonen
- (Je nach System:) Zielgruppen-/Themenfokussierbar/-unterscheidbar
- Passt als Werkzeug optimal in unsere Zeit des digitalen Wandels
- Zahlt positiv auf Ihre Marke und ihre Online-Kompetenz ein
- Gerade auch für kleine, schnell zu verbreitende Themen geeignet



Bitte immer mit Spezialsoftware (und mit Fach-Support)!

Leider kommt es immer wieder vor, dass gerade kleinere Versorger E-Mail-Newsletter einfach direkt in Outlook & Co. anlegen und auch direkt darüber versenden. Das aber ist gerade unter rechtlichen Gesichtspunkten hochriskant. Darüber hinaus landen die gut gemeinten Mails auch noch mit hoher Wahrscheinlichkeit im Spam-Ordner der Empfänger! Zielführender ist stattdessen der Einsatz geeigneter E-Mail-Marketing-Software und die Unterstützung durch eine kompetente Fachagentur. So läuft von Anfang (Adressakquise) bis Ende (Erfolgsmessung) alles in geordneten und zielführenden Bahnen!

Wir sagen Ihnen gerne, wie Sie das Thema bei sich umsetzen können!

Einfach das beigelegte Rückantwortformular ausfüllen und per Post oder Fax an uns zurücksenden oder zur Kontaktaufnahme unter folgender Nummer bei uns anrufen:

Tel. 0921 75931-0

Die Kolleginnen Uschold und Hagen in unserem Service-Center vereinbaren gerne einen Termin.

Passend zur fortgeschrittenen Jahreszeit wünschen wir Ihnen an dieser Stelle schöne Feiertage und einen guten Rutsch in ein (hoffentlich) erfolgreiches Jahr 2016!

Mit freundlichen Grüßen
Häusler & Bolay Marketing GmbH

Ralf Bolay
Geschäftsführer



www.stadtwerkmarketing.de

Über den abgebildeten QR-Code können Sie sich auch direkt verlinken lassen!

Als Marketingagentur, die sich besonders auf die Betreuung von Stadtwerken und Regionalversorgern konzentriert, unterhalten wir neben unserer allgemeinen (kürzlich erneuerten) Internetseite www.haeuslerundbolay.de auch die themenspezifische Microsite www.stadtwerkmarketing.de, auf der wir u.a. das White-Paper „Die 10 größten Herausforderungen des Stadtwerke-Marketings“ für Sie zum Download eingestellt haben. Klicken Sie doch mal rein!