

Marketing Kitchen



Checkliste

Transaktionsmails im E-Commerce

www.marketing-kitchen.de

Juni 2013

Inhalt

| | |
|------------------------------------------------|----------|
| Was sind Transaktionsmails? | 3 |
| Darauf sollten Sie generell achten..... | 4 |
| Registrierung etc. | 5 |
| Nach dem Kaufen-Klick..... | 6 |
| After-Sales-Management..... | 7 |
| Im Fall einer Retoure | 8 |
| Über Marketing Kitchen | 9 |

Was sind Transaktionsmails?

Transaktionsmails sind individuelle E-Mails, die automatisch aus dem Backend-System eines Online-Angebotes heraus generiert werden. Dazu gehören zum Beispiel An- und Abmeldebestätigungen oder die Statusmeldungen sozialer Netzwerke. Beispiele für Transaktionsmails im E-Commerce sind Bestellbestätigungen, Versandmitteilungen oder die Bestätigung eines Retoureneingangs.

Die stillen Helden im E-Commerce

Richtig eingesetzt, fördern Transaktionsmails die Kundenbindung und tragen ihren Teil zum Branding des Unternehmens bei. Aufgrund ihrer hohen Relevanz – schließlich werden sie vom Empfänger erwartet – weisen Transaktionsmails überdurchschnittlich hohe Öffnungsraten auf. 60 bis 70 Prozent sind keine Seltenheit. Deshalb eignen sie sich hervorragend für Cross- und Upsell-Maßnahmen.

So schöpfen Sie das Potential aus

Wer das gesamte Potential dieser stillen Helden nutzt, profitiert in vielfacher Hinsicht und kann seinen Umsatz nicht selten erheblich steigern. Diese Checkliste zeigt Ihnen, wie Sie alle Möglichkeiten nutzen, die der Kaufprozess Ihnen bietet:

- ✓ wo Sie evtl. zusätzliche Transaktionsmails verschicken können
- ✓ an welchen Stellen Sie Ihre vorhandenen Transaktionsmails optimieren können
- ✓ worauf Sie in Ihren Transaktionsmails achten müssen und wo die Fallstricke lauern

Am Anfang der Checkliste sind einige Punkte aufgezählt, die Sie bei allen Transaktionsmails beachten sollten. Dann geht es weiter mit den verschiedenen Stadien des Kaufprozesses – von der Registrierung angefangen bis hin zur Retourenabwicklung.

Darauf sollten Sie generell achten

Transaktionsmails sind *die* Gelegenheit, „one-to-one“ mit Ihren Kunden zu kommunizieren. Eine in jeder Hinsicht professionelle Aufmachung signalisiert Wertschätzung und stärkt damit die Kundenbindung. Optimal, wenn Sie die folgenden Fragen überwiegend mit „Ja“ beantworten können:

| | Ja | Nein |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Verwenden Sie in allen E-Mails die korrekte Anrede (Herr/Frau)? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ist der Kundenname in allen E-Mails richtig geschrieben? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ist das Wording konsistent? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Bei der Ansprache des Kunden (du/Sie etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Bei der Produktbezeichnung (auch mit Website abgleichen) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Wird das Corporate Design Ihres Unternehmens durchgängig eingehalten? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Passieren Ihre Transaktionsmails die Spamfilter Ihrer Kunden? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ist die Darstellung in allen gängigen E-Mail-Clients in Ordnung? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Microsoft Outlook | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mozilla Firefox | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| GMX Webmail | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Google Mail | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| iPhone | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Android | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Verlinken Sie auf Ihre Social Media-Präsenzen? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ist Ihre Absender-Adresse offen und transparent? (noreply@ wirkt auf viele Menschen abweisend) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Registrierung etc.

Die Transaktionsmails, die beim Anlegen eines Kundenkontos oder bei der Registrierung für Ihren Newsletter ausgelöst werden, sind wahrscheinlich die ersten E-Mails, die Ihre Kunden von Ihrem Unternehmen bekommen. Hier ist der erste Eindruck entscheidend. Außerdem müssen Sie zum Teil strenge gesetzliche Vorschriften beachten. Besondere Sorgfalt bei Gestaltung und Text sind hier Pflicht!

Diese Mails sollten Sie einem Check unterziehen:

| | Ja | Nein |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Beim Anlegen eines Kundenkontos: | | |
| Erfolgt die Willkommensmail zeitnah? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ist sie freundlich formuliert? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Wenn der Kunde die Zugangsdaten vergessen hat – klappt die Zusendung der neuen Daten? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Bei der Newsletter-Registrierung (Double-Opt-In): | | |
| Erfolgt die Bestätigungsmail mit dem Aktivierungslink zeitnah? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ist die Bestätigungsmail neutral gehalten und frei von Werbung? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ist eine Abmeldebestätigung vorhanden? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Bei E-Mail Anfrage an den Kundenservice: | | |
| Wird ein automatischer Zwischenbescheid versandt, wenn die Anfrage nicht gleich beantwortet werden kann? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Nach dem Kaufen-Klick

Wenn Sie Ihre Kunden nach dem Kaufen-Klick stets über das weitere Procedere auf dem Laufenden halten, werden Sie weniger Anfragen im Kundenservice haben.

Produktabbildungen etwa sind in der Bestellbestätigung nicht zwingend erforderlich, aber Ihre Kunden erkennen auf Anhieb, dass es sich um die richtigen Produkte handelt. Wenn die Liefer- und die Rechnungsanschrift noch einmal zum Abgleich gezeigt werden, können Fehllieferungen bereits im Vorfeld vermieden werden.

Nachdem Ihr Kunde auf den Kaufen-Button geklickt hat, werden im Idealfall die folgenden Transaktionsmails ausgelöst:

| | Ja | Nein |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Bestätigung des Bestelleingangs? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ist klar geregelt, wann der Kaufvertrag zustande kommt? Bitte wenden Sie sich in Zweifelsfällen an einen Juristen. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Bestellbestätigung? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Widerrufsbelehrung in Textform enthalten? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Widerrufsbelehrung auf aktuellem Rechtsstand? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Sind Ihre AGB enthalten? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Sind die bestellten Produkte vollständig aufgeführt? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Produkte in Form von Thumbnails abgebildet? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Bestellnummer genannt? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Preis genannt? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Lieferzeit genannt? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Lieferanschrift des Kunden? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Rechnungsanschrift des Kunden? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Bestätigung des Zahlungseingangs bei Vorkasse? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Versandmitteilung? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Tracking vorhanden? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

After-Sales-Management

Nach dem Kauf haben Sie eine Reihe von Möglichkeiten, weiterhin mit Ihren Kunden in Verbindung zu bleiben. So können Sie zum Beispiel um eine Bewertung der gekauften Produkte bitten oder eine kurze Meinungsumfrage starten. Viele Kunden wissen es zu schätzen, wenn man ihnen zuhört und auf ihre Meinung Wert legt.

Je mehr Fragen Sie hier mit „Ja“ beantworten können, desto günstiger für die Kundenbindung.

| | Ja | Nein |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Bestätigung des Zahlungseingangs bei Rechnungskauf? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Bitte um Bewertungen? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Meinungsumfrage? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Hinweis auf Social Media Präsenzen? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Hinweis auf Newsletter? (Mit Gutscheine incentivieren) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Glückwunsch und Gutschein zum Geburtstag | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Werbemails im Zusammenhang mit dem Kauf, Aktionen, Gutscheine? (Rechtliche Voraussetzungen beachten!) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Evtl. Zubehör-Angebote | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Evtl. Nachfrage, ob Verbrauchsmaterial benötigt wird | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Haben Werbemails und Transaktionsmails den gleichen Look? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Im Fall einer Retoure

Eine komfortable Retouren-Abwicklung leistet einen wichtigen Beitrag zu einer nachhaltigen Kundenbindung. Je problemloser Sie für Ihre Kunden die Rückgabe machen, desto eher werden sie bereit sein, wieder bei Ihnen zu bestellen.

Online-Shopping ist für viele Menschen immer noch mit – oft unbewussten – Ängsten verbunden. Klare Transaktionsmails vermitteln Ihren Kunden ein Gefühl von Sicherheit: Ja, die Sendung ist wieder gut beim Shop angekommen. Ja, ich werde mein Geld zurück erhalten.

| | Ja | Nein |
|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Retoureneingangsbestätigung? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Bei Vorkasse: Information über die Rückzahlungsmodalitäten enthalten? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Information, dass die Rückzahlung angewiesen wurde? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Meinungsumfrage? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Über Marketing Kitchen

Conversion Optimierung

Mit meinem Unternehmen Marketing Kitchen habe ich mich auf Conversion Optimierung kommerzieller Websites spezialisiert.

Anhand der sechs Konversionshebel Vertrauen, Orientierung, Information, Emotionale Aktivierung, Prozesse und Kundenservice analysiere ich Ihre Website. Zusätzlich werden anerkannte Heuristiken aus der Usability-Forschung herangezogen. Sie erhalten von mir ein ausführliches Expertengutachten mit konkreten Handlungsempfehlungen zur Optimierung.



Online Testkäufe

Für Online-Shops biete ich außerdem die Optimierung von Kauf- und Retourenabwicklung an. Dazu werden ein oder auf Wunsch auch mehrere Testkäufe in Ihrem Shop durchgeführt. Auch hierfür erhalten Sie ein ausführliches Gutachten mit Handlungsempfehlungen.

Fragen Sie nach einem Angebot!

Marketing Kitchen
Bärbel Edel
Guido-Schneble-Str. 3
80689 München

E-Mail: info@marketing-kitchen.de
Telefon: +49 (89) 58 98 83 29
Fax: +49 (89) 58 98 83 30
Web: www.marketing-kitchen.de