

Anleitung: Die unterschiedlichen Kanäle zur Kundenansprache

Autorin: Sandra Rauch

Immer auf der sicheren Seite

- ✔ **Von unserer Fachredaktion geprüft** Die Inhalte dieses Downloads sind nach bestem Wissen und gründlicher Recherche entstanden. Für eventuell enthaltene Fehler übernehmen jedoch Autor/in, Chefredakteur sowie die Holzmann Medien GmbH & Co. KG keine rechtliche Verantwortung.

Die unterschiedlichen Kanäle zur Kundenansprache

Ob persönlich verfasster Brief, eine E-Mail oder ein Post auf sozialen Medien wie etwa Facebook: Bei Ihren Stammkunden können Sie sich über unterschiedliche Kommunikationskanäle ins Gespräch bringen. Jeder Kanal verfügt über ganz eigene Stärken, Schwächen und Erfolgsfaktoren.

Dialog-Medium	Vor- und Nachteile	Erfolgsfaktoren
Mailing per Post	<ul style="list-style-type: none"> + Kreative Gestaltungsmöglichkeiten (z.B. persönliche Ansprache, eigenhändige Unterschrift) + Hohe Rechtssicherheit (Empfänger muss nicht vorab eingewilligt haben, angeschrieben zu werden) – Hohe Kosten (Papier, Umschläge, Porto) 	<ul style="list-style-type: none"> – Ansprechendes Layout – Persönliche Ansprache des Kunden
E-Mail-Newsletter	<ul style="list-style-type: none"> + Kostengünstig + Leichte Verknüpfung mit Social Media (z.B. durch integrierte Links auf die eigene Website) – Ohne Einwilligung des Empfängers darf der Kunde nicht angemailt werden 	<ul style="list-style-type: none"> – Richtig formulierte Betreffzeile – Lesbarkeit auf den unterschiedlichen mobilen Geräten (Smartphone / Tablet)
Social Media	<ul style="list-style-type: none"> + Kostengünstig + Leichte Einbindung von Fotos, Videos und Links – Permanente Beobachtung, um auf Kommentare reagieren zu können 	<ul style="list-style-type: none"> – Ständige Pflege und Update des Profils – Kontinuierliche Aktivierung der Community
Kundenevent	<ul style="list-style-type: none"> + Persönlicher Kontakt zum Kunden + Emotionales Erlebnis – Hoher Aufwand (Zeit, Kosten, Organisation) 	<ul style="list-style-type: none"> – Richtige Event-Idee – Gelungene Umsetzung / Organisation <p>Achtung: Keinen wichtigen Kunden vergessen</p>