

Von Gabriele Braun*

E-Mail-Marketing-Software wird nutzerfreundlicher

STUDIE

Ab sofort gibt es ein Update zur Studie „Marktübersicht E-Mail-Marketing-Software“. Die Anwender werden sich freuen, da sich an der Benutzerfreundlichkeit der Software viel getan hat. Auch bei der Versandleistung und im Kampagnenmanagement gibt es Verbesserungen.

Direktmarketing stagniert, E-Mail-Marketing boomt. Das zeigt die Studie der Deutschen Post, die auf der diesjährigen DIMA Anfang September vorgestellt wurde. So gaben deutsche Unternehmen 2001 mit 21 Milliarden € ein Prozent weniger für Direktmarketing aus als im Vorjahr. Die Ausgaben für E-Mail-Marketing dagegen weisen mit 1,3 Milliarden € ein Wachstum von acht Prozent auf.

Voraussetzung für erfolgreiches E-Mail-Marketing ist der Einsatz von spezieller Software. Doch welche Software erfüllt die notwendigen Anforderungen? Bereits im März 2002 haben Torsten Schwarz (Absolit) und Arno Bublitz (Upspring) E-Mail-Marketing-Software unter die Lupe genommen. 16 E-Mail-Systeme wurden damals auf 160 Kriterien hin untersucht und persönlich getestet. Nun sind sechs

Monate vergangen und nahezu alle Anbieter haben ihre Systeme weiterentwickelt.

Anwenderfreundliche Verbesserungen

Einige Systeme haben ihre Benutzeroberfläche verbessert oder gar komplett umgestaltet. So hat der Softwarehersteller eCircle AG sein Diskussionsgruppen-„Look & Feel“ des EC-Messenger durch die einfach zu bedienende neue „EC-Campaign Manager“-Oberfläche ausgetauscht. Mission«one» eRelations AG hat auf die Kritik der Studie reagiert und die Erstellung des Content vereinfacht. Das mühsame Erzeugen von Newsletter-Inhalten mit Hilfe von HTML sowie XML ist Schnee von gestern. Das Unternehmen setzt nun auf ein Redaktionssystem, in dem HTML- und Plain-Texte automatisch erzeugt werden können.

Einmalig ist die Validitätsprüfung bei der E-Mail-Adress-Eingabe. Beim Campaign Commander der Firma E-Mail Vision wird nicht nur die Syntax überprüft, sondern auch der korrekte Domainname. So werden unter www.tomshardware.de E-Mail-Adressen wie info@gmxxx.de oder info@tonline.de als nicht korrekte E-Mail-Adressen entlarvt. Der Eintragende erhält die Meldung, dass die E-Mail-Adresse nicht gültig ist und hat die Möglichkeit, seine korrekte Adresse im Anmeldeformular erneut einzugeben. Mit solch einer Validitätsprüfung gehen wertvolle Kundenkontakte nicht verloren.

Hervorzuheben sind auch die Vergleichsmöglichkeiten verschiedener Mailings mit dem Agnitas E-Marketing Manager der Agnitas AG. In Zeitreihen können Empfänger, Klickraten, Öffnungsraten, Abmelderaten und Bouncerraten

gegenübergestellt werden. Wegweisend ist bei Agnitas auch der automatische Versand individueller Follow-up-Mails.

Die Firma DoubleClick Tech Solutions hat Messungen im Bereich Multi Channel Marketing realisiert. Dies macht die Anbindung mit dem neuen Tool SiteAdvance möglich. Gemessen werden können Webseitenstatistik und -effektivität, Umsatz- sowie Kampagneneffektivität.

Ein weiterer Schwerpunkt bildet auch die Anbindung an CRM- und CMS-Systeme sowie Datenbanken. Eine Anbindung an ein Billingssystem hat die Firma Xpedite Systems GmbH entwickelt. Die Anbieter emarsys eMarketing Systems AG, Inxnet GmbH und S@chsen Web Page Service haben ihre Versandleistung wesentlich erhöht. Die aktuellen Ergebnisse basieren auf einer Umfrage bei den Herstellern.

Informationen zur Studie

Die Marktübersicht E-Mail-Marketing-Software erläutert die Vielzahl der Software-Funktionen und beleuchtet kritisch deren Notwendigkeit. Die Studie umfasst 142 Seiten, sieben Abbildungen und sechs Tabellen. In 23 ausgewählten Screenshots werden die Reporting-Funktionen erläutert. Checklisten ermöglichen die Erstellung eines individuellen Anforderungsprofils. Auch gibt es zur Studie eine CD-ROM mit Word-Checklisten, Excel-Musterkalkulation und Powerpoint-Präsentationen, die diese zum Komplett-Kit zur Einführung von E-Mail-Marketing macht. Preis der Studie mit 21-seitigem Update: 1.100 €.

WEITERE INFORMATIONEN und ein Bestellformular finden Sie online unter www.absolit.de/emailsoftware.

Den Vergleich der erwähnten E-Mail-Marketing-Software aus der DIREKT MARKETING 04/02 finden Sie zum Download im Internet bei www.direktmarketing-welt.de unter dem Navigationspunkt „Download-Artikel“, Ausgabe DIREKT MARKETING 11/02.

Download



ZUM AUTOR



*Gabriele Braun arbeitet seit über 15 Jahren im IT-Bereich. Zurzeit konzipiert und realisiert sie als Projektmanagerin E-Mail-Kampagnen bei Absolit Dr. Schwarz Consulting, Waghäusel. Kontakt: braun@absolit.de.