



Marketing Leitfaden.

Wie nutze ich IDyou richtig!

Inhalt

- How to IDyou
- E-Mail Marketing @
- Telefonmarketing ☎
- Postmarketing ✉

How to IDyou

Dein Leitfaden zur erfolgreichen Anwendung
deines neuen Performance Marketing Tools
IDyou



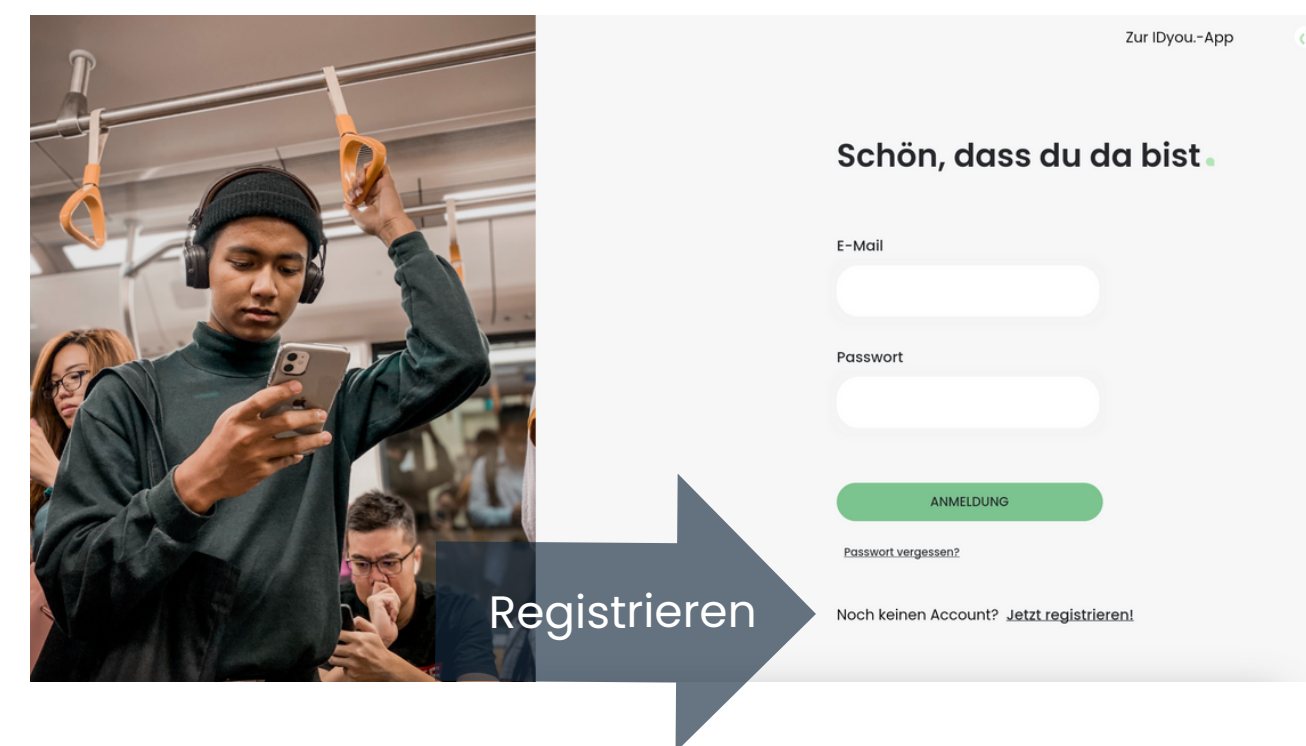
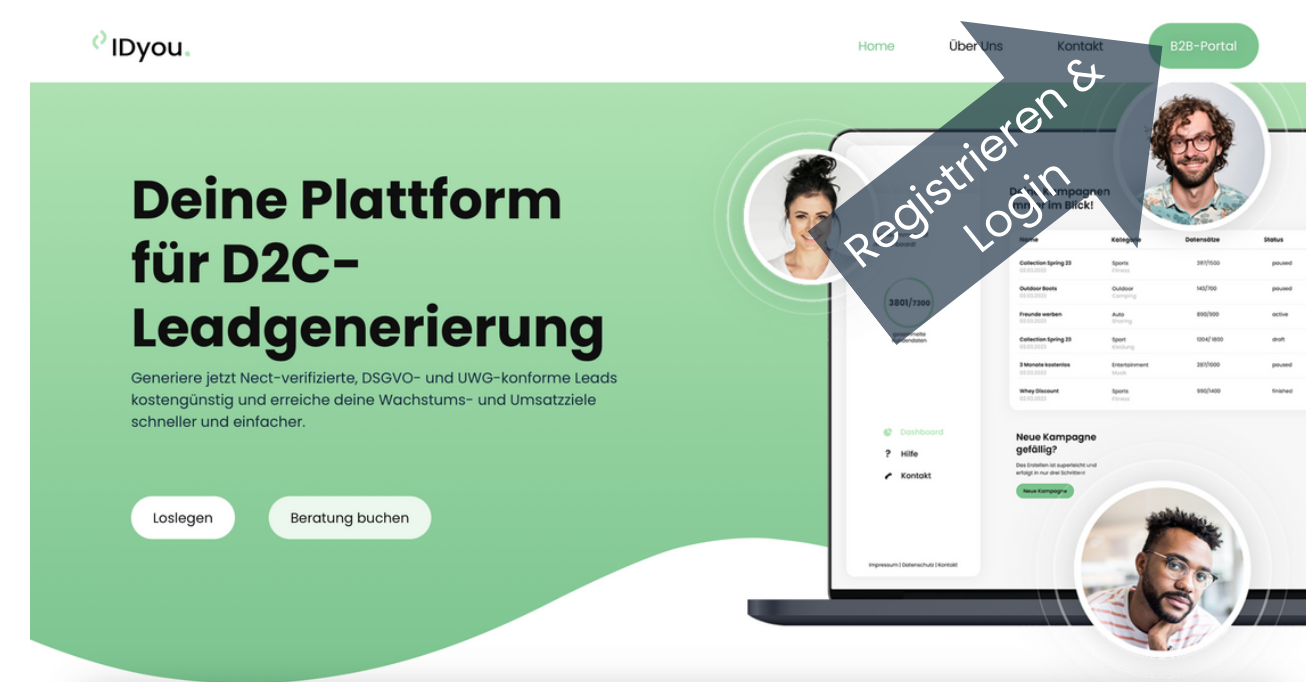
Registrierung und Login

- Willkommen auf www.idyou-business.de

Hier kannst du deinen Account erstellen. Klicke auf den Button "B2B Portal" und du kommst zum Login- und Registrierungsbereich.

Hier kannst du dich registrieren, indem du auf "Jetzt registrieren" klickst.

Solltest du bereits einen Account besitzen, kannst du dich hier einloggen.



Stammdaten

Deine Registrierung

Unternehmensname

Abteilung

Straße

PLZ Stadt

Website

Unternehmensbeschreibung 0/200

Ich habe die Datenschutzbestimmungen zur Kenntnis genommen und bestätige diese.

Registrierung abschließen

Name

Vorname

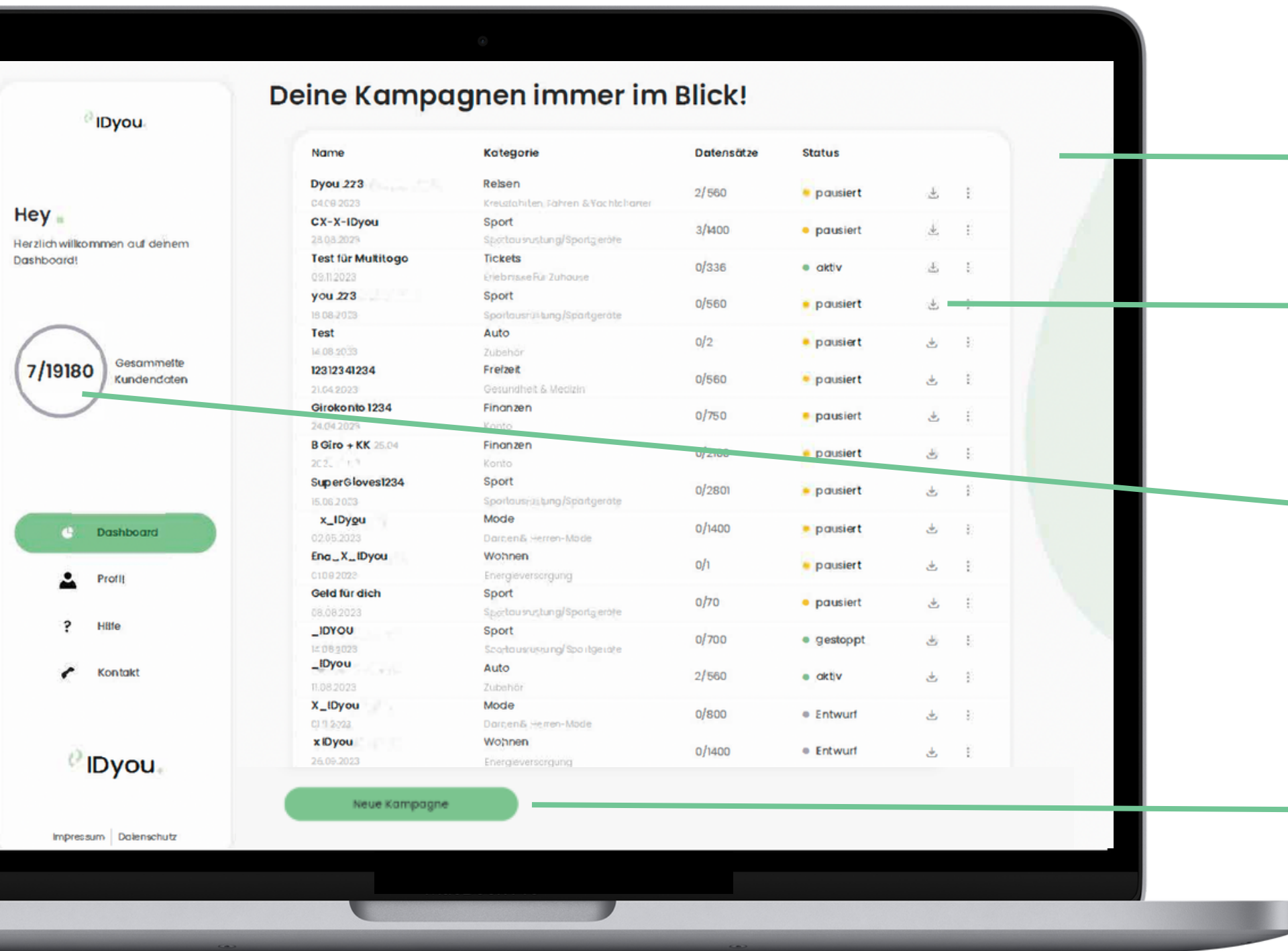
Logo

Sag uns wer du bist

Füge dein Logo ein (bestenfalls ein rundes Logo oder deine Bildmarke)

Beschreibe dein Unternehmen kurz und knackig

Dashboard



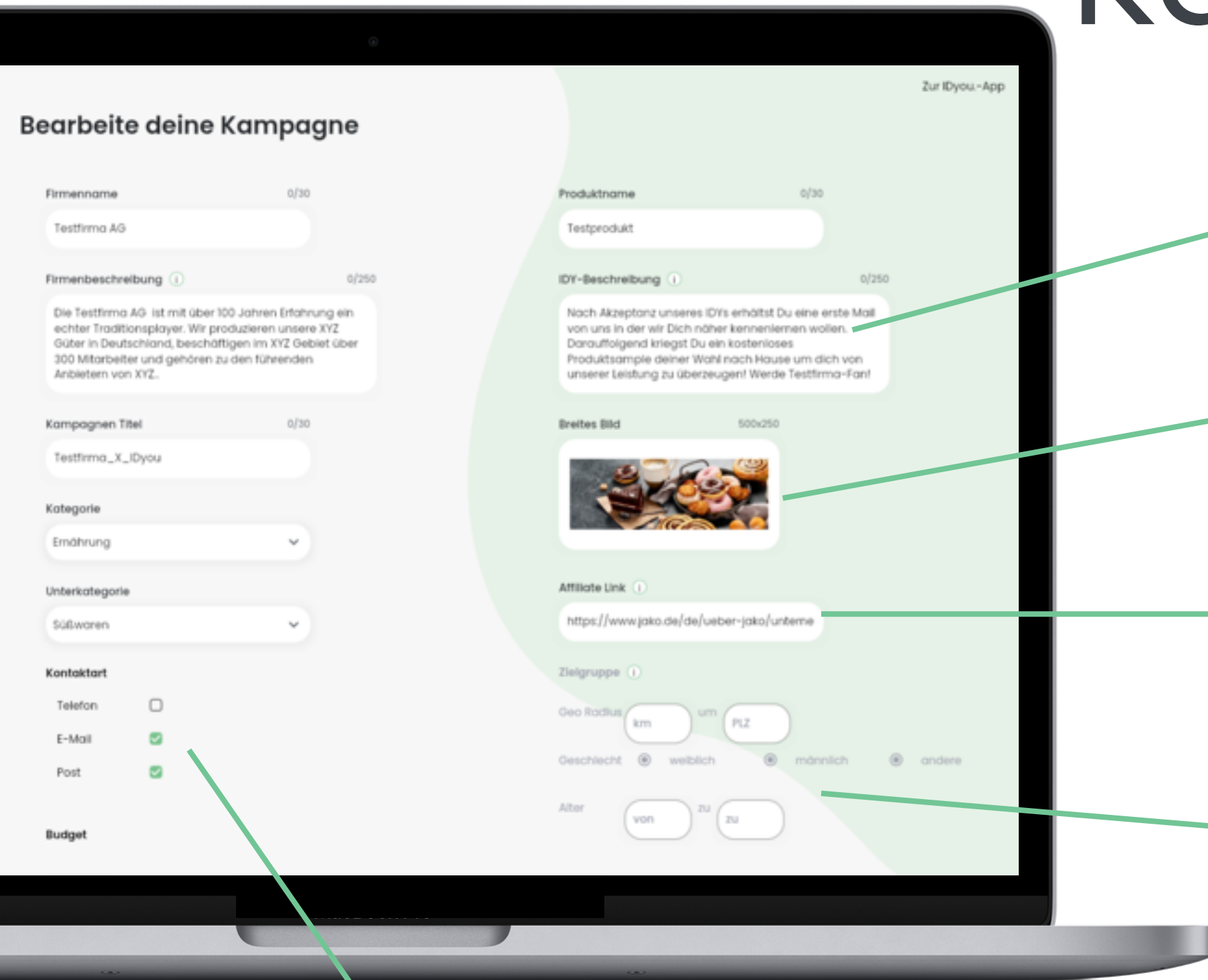
All deine Kampagnen auf einen Blick

Daten in Form einer CSV Datei herunterladen & Kampagnen bearbeiten

Wie viele Leads habe ich bereits und wie viele kann ich noch generieren

Neue Kampagne erstellen und mit IDyou rocken!

Kampagnenerstellung



Bearbeite deine Kampagne

Firmenname 0/30

Firmenbeschreibung 0/250

Kampagnen Titel 0/30

Kategorie

Unterkategorie

Kontaktart
 Telefon
 E-Mail
 Post

Budget

Produktname 0/30

IDY-Beschreibung 0/250

Breites Bild 500x250

Affiliate Link 0

Zielgruppe 0

Geo Radius um

Geschlecht weiblich männlich andere

Alter

Erkläre dem Nutzer, was ihn erwartet wenn er dein Angebot akzeptiert.

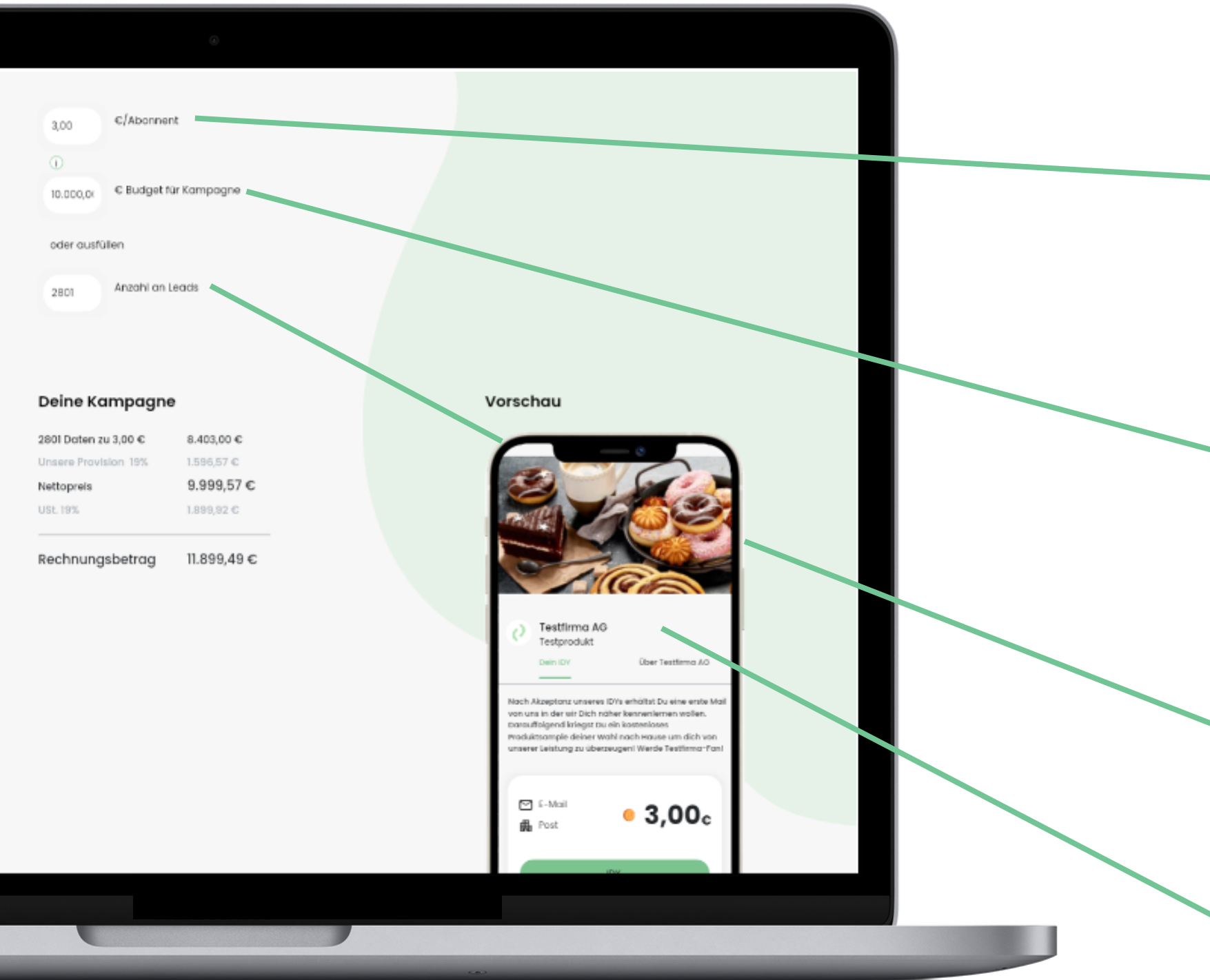
Wähle ein ansprechendes Kampagnenfoto

Dieser Link wird in der Bestätigungsmail nach Akzeptanz des IDYs an den Nutzer gesendet

Du kannst deine Zielgruppe präzise ansprechen, indem du das Targeting nach Alter, Geschlecht und Präferenzen nutzt

Über welchen Kanal möchtest Du mit deinen Leads in den Austausch treten?
 Mehrfachauswahl möglich

Budget



3,00 €/Abonnent

10.000,00 € Budget für Kampagne

oder ausfüllen

2801 Anzahl an Leads

Deine Kampagne

2801 Daten zu 3,00 €	8.403,00 €
Unsere Provision: 19%	1.596,57 €
Nettopreis	9.999,57 €
USt. 19%	1.899,92 €
Rechnungsbetrag	11.899,49 €

Vorschau

Testfirma AG
Testprodukt

Dein IDV Über Testfirma AG

Nach Akzeptanz unseres IDVs erhältst Du eine erste Mail von uns in der wir Dich näher kennenlernen wollen. Daraufhin kriegst Du ein kostenloses Produktsample deiner Wahl nach Hause um dich von unserer Leistung zu überzeugen! Werde Testfirma-Fan!

E-Mail Post **3,00€**

Du legst fest, was es dir wert ist, einen DSGVO- und UWG-konformen, Nect verifizierten und aktiv auf dein Angebot anspringender Lead wert ist

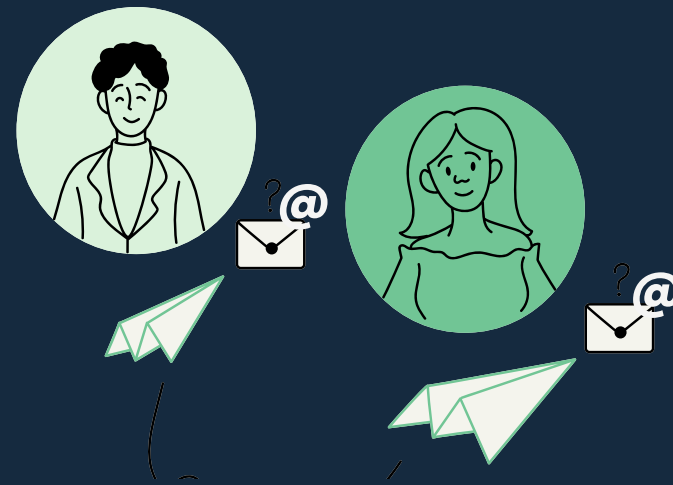
Du gibst dein Kampagnenbudget (netto) an und erhältst die Anzahl möglicher Leads die du mit deiner Kampagne erreichen kannst

Alternativ: Gebe deine gewünschte Anzahl an Leads an und dein benötigtes Budget wird berechnet

Vorschau: So wird deine Kampagne für den User in der App aussehen

E-Mail Marketing

Allgemeine Tipps und Tricks zum E-Mail-Marketing
&
Wie du es effektiv für die IDyou-Community
einsetzen kannst



E-Mail Marketing

Kundenbindung

Auch wenn E-Mail-Marketing altmodisch erscheint, ist es immer noch mit einer der wirksamsten Kanäle, der zu Umsatzsteigerungen führt. Mehr als die Hälfte aller Verbraucher kaufen ein Produkt direkt infolge einer E-Mail, die sie in den letzten 12 Monaten erhalten haben.

Vorteile

Aufbau eine persönlichen Kundenbindung

Personalisierte E-Mails stärken die Kundenbindung

Steigerung der Markenbekanntheit

Du kannst deine Marke und Produkte immer wieder in die Erinnerung der Leads und Kunden rufen

Content-Marketing

Du kannst deinen Leads und Kunden informativen und hilfreichen Content sowie relevante Blog-Beiträge zukommen lassen

Produkt-Marketing

Du kannst direkt deine Produkte und Dienstleistungen bewerben und so deine Umsatzziele erreichen oder sogar steigern



Schritte

01**Neukundengewinnen und kennenlernen**

Generiere Leads, heiße diese Willkommen und lerne sie besser kennen. Wieso interessieren sie sich für dich und wieso wollen sie deine E-Mails erhalten?

02**Ersten Kauf forcieren**

Auf Basis der Informationen, die du erhalten hast, kannst du deine Produkt-E-Mails perfekt auf den Kunden abstimmen.

03**Zu weiteren Käufen anregen**

Informiere den Kunden über Produkte, die er auf deiner Webseite angesehen hat oder zu passenden Produkten zum Erstkauf

04**Kundenbindung stärken und Treue aufbauen**

Loyalität ist wichtig. Mache deinem Kunden klar, wieso er weiterhin bei dir deine Produkte und Dienstleistungen erwerben soll. Er soll immer wieder zu dir zurückkehren!

05**Verlorene Kunden zurückgewinnen**

Starte eine Rückgewinnungskampagne. Ist diese auch erfolglos, verschwende deine Zeit und Ressourcen nicht und widme dich lieber der Aufgabe neuen Leads deine Vorzüge zu präsentieren.

Beachten

01

Öffnungszeiten

Wer ist deine Zielgruppe? Arbeiten diese und lesen deine E-Mails deshalb überwiegend nach der Arbeit?

02

Personalisiere deine E-Mails

Spreche deine Leser direkt an und beachte ihre Interessen. Jeder Moment zählt, wo du ihre Wünsche und Anforderungen erfüllen kannst.

03

Baue Vertrauen auf und verwende relevante Inhalte

Schaue, dass deine E-Mails nicht im Spam-Ordner landen und fokussiere dich auf die wichtigsten Themen und Inhalte, die Empfänger dazu motiviert die E-Mails zu öffnen

04

Nutze Call-to-Actions

Klare und ansprechende Handlungsaufforderungen führen dazu, dass Leser*innen das tun, was du möchtest

KPI'S

Tracke folgende Kennzahlen:

Zustellrate (%) = Empfänger / Abonnenten x 100

Öffnungsrate (%) = Eindeutige Öffnungen / (versendete Mails – Bouncer) x 100

Klickrate (%) = Anzahl der Klicks / Anzahl der Aussendungen x 100

Abmeldungen



Benchmark

● Öffnungsraten

- Behördliche E-Mails, nämlich 28,77 %
- E-Mails von Hobby-Organisationen 27,74 %
- E-Mails zu religiösen Themen 27,62%

Die durchschnittliche Öffnungsrate branchenübergreifend beträgt 21,33 %

● Klickraten

- Hobbys 5,01%
- Medien-Bereich 4,62%
- Behörden 3,99%

Die durchschnittliche Klickrate branchenübergreifend beträgt 2,62 %

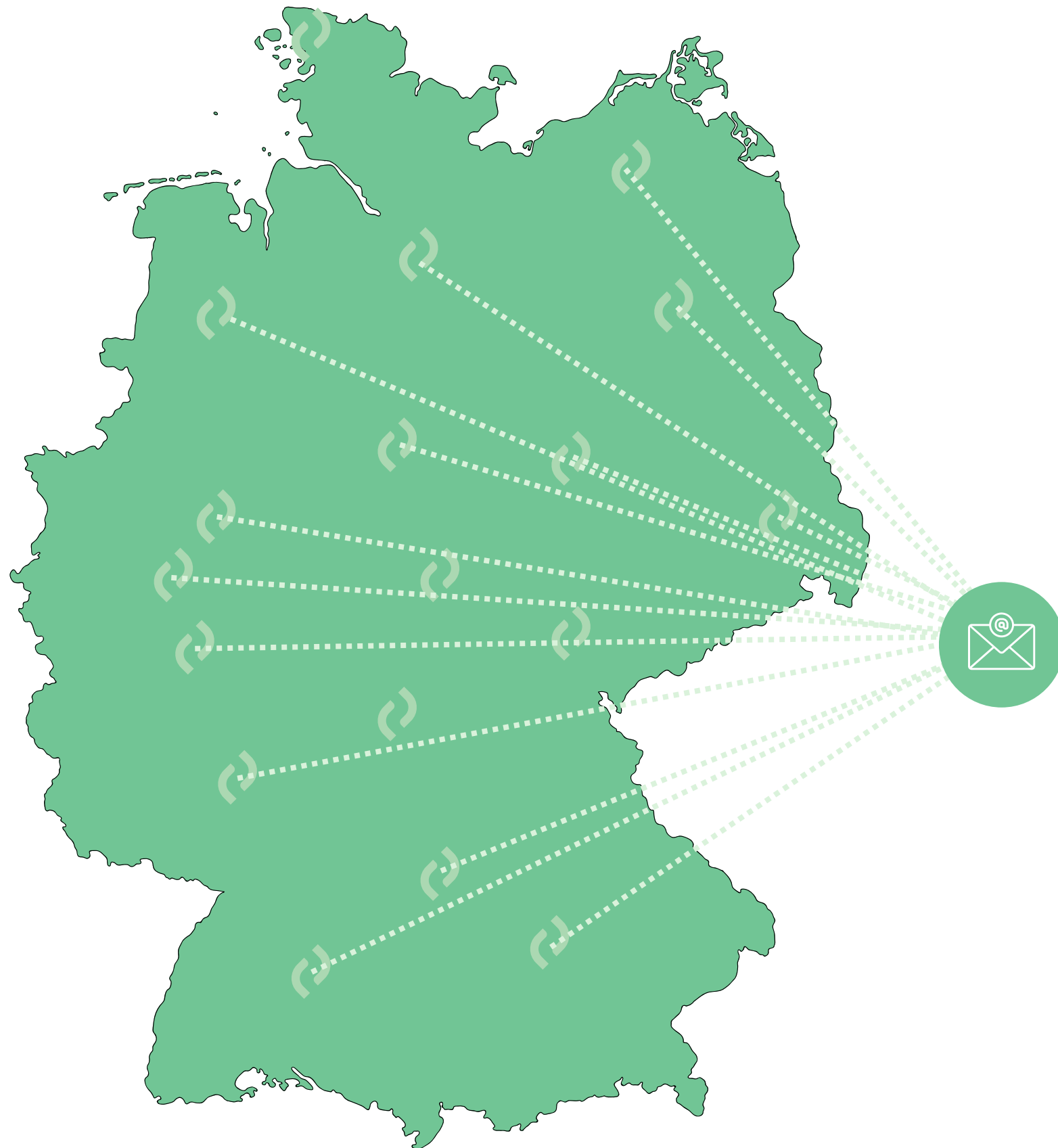
Improvement

So verbesserst du deine Öffnungsrate

- Personalisierte Betreffzeilen
- Aussagekräftige Formulierungen
- Verwende Emojis mit Bedacht
- Fasse dich kurz

So verbesserst du deine Klickrate

- Links effektiver gestalten
- Weitere Links einbetten
- A/B Tests → Optimierung



Deine Leads für dein E-Mail Marketing

Du hast 6 Monate Zeit aus einem Lead mit zu 100% geprüften Kontaktdaten einen Kunden zu machen

Baue dein Storytelling auf und falle nicht mit der Tür ins Haus

Nutze A/B Tests, um deine Kampagnen zu optimieren

Nutze Nurturing Kampagnen

Ziele auf Interaktionen ab

Nutze den CTA (Affiliate Link) in der IDyou Bestätigungsmail eines Akzeptierten IDYs

Telefon Marketing

Allgemeine Tipps und Tricks zum E-Mail-Marketing
&
Wie du es effektiv für die IDyou-Community
einsetzen kannst



Telefonmarketing

Kundenbindung

Im Zeitalter der digitalen Kommunikation und des virtuellen Marketings behält das Telefonmarketing nach wie vor einen besonderen Stellenwert.

Während E-Mails und soziale Medien schnell zur Reizüberflutung führen, bietet das Telefonmarketing eine einzigartige Möglichkeit, direkt mit potenziellen Kunden in Kontakt zu treten, persönliche Beziehungen aufzubauen und Bedürfnisse zu erkennen.

Erfolgsfaktoren

Vorbereitung

Versuche, soweit du kannst, dich auf deinen Kunden vorzubereiten

Einfühlungsvermögen

Wie gerne wirst du von einem Vertriebler angerufen? Nutze geschulte Telefonisten

Flexibilität

Passe dich der Situation an und reagiere auf die Inhalte im Gespräch

Klare Kommunikation

Sprich in einer einfachen, leicht zu verstehenden Sprache

Nutzenargumentation

Stelle den Vorteil deines Angebots in den Vordergrund.



Benchmark



- Telefonmarketing wird zu 75% für Dienstleistungsunternehmen genutzt
- Als erfolgreich gilt eine Quote von 5-7% an erreichten Leads/Terminen
- Sobald eine persönliche Beratung nötig ist, bevorzugen knapp 80% der Kunden einen persönlichen Kanal wie Telefon



Vergiss nicht: Du hast 6 Monate Zeit aus einem Lead einen Kunden zu machen!

Vorteile

Direkte Interaktion und Persönlichkeit

Es können direkt Fragen beantwortet, Bedenken ausgeräumt und eine persönliche Verbindung aufgebaut werden

Klärung von Zweifeln und Missverständnissen

Mögliche Bedenken können identifiziert und geklärt werden, was zur Steigerung des Vertrauens und der Glaubwürdigkeit führt

Sofortiges Feedback

Anhand der Reaktion, Tonfall und Stimmung kann in Echtzeit erkannt werden, welche Botschaft übermittelt werden kann und was der beste Weg zum Erfolg sein wird

Gezielte Kommunikation

Es können relevante Informationen geteilt werden und auf individuelle Bedürfnisse eingegangen werden.



Setze im 1. Telefonat den Fokus auf den Kunden

Finde heraus, welches deiner Angebote für den jeweiligen Lead interessant sein könnte und gehe auf persönliche Wünsche ein

Betone den Wert und die Vorteile deines Produkts oder deiner Dienstleistung für den Kunden

Gebe Bedenkzeit und vereinbare Gespräch Nummer 2, wenn nötig

Close den Deal im 2. Telefonat

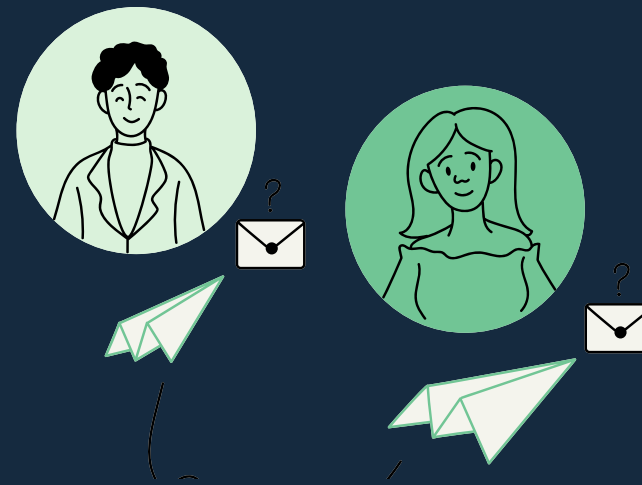
Bedenke deine Anrufzeiten, mache Termine aus!

Nimm deine Learnings aus dem 1. Telefonat mit und beantworte etwaige Fragestellung aus diesem

Betone den Wert und die Vorteile deines Produkts oder deiner Dienstleistung für den Kunden

Post Marketing

Allgemeine Informationen zum Post-Marketing
&
Wie du es effektiv für die IDyou-Community
einsetzen kannst



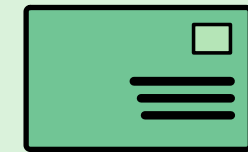
Post Marketing

Kundenbindung

Während die digitale Ära uns mit sofortiger Konnektivität und grenzenlosen Online-Möglichkeiten versorgt, sollte die Kraft des Greifbaren nicht unterschätzt werden.

Das Postmarketing erinnert uns daran, dass physische Interaktion mit gedruckten Materialien nach wie vor einen bleibenden Eindruck hinterlassen kann.

Vorteile



Haptische Erfahrung

Etwas in der Hand zu haben steigert die Aufmerksamkeit und Erinnerungsfähigkeit

Geringe Ablenkung

Im Gegensatz zu digitalen Medien sind gedruckte Werbematerialien weniger anfällig für Ablenkungen durch andere Benachrichtigungen

Vertrauensbildung

Physische Werbung vermittelt oft ein Gefühl von Seriosität und Beständigkeit

Längere Verweildauer

Gedruckte Materialien haben eine längere Präsenz als Online-Material. Die Werbewirkung ist noch Wochen später erkennbar.

Zielgerichtete Ansprache

Aufgrund des Wissens der Demografie und des Standorts der Leads kann eine präzisere Kommunikation stattfinden

Erfolgsfaktoren

01 **Zielgruppenrelevanz**
Passe Grafiken, Text und Haptisches an deine Zielgruppe an

02 **Klare Botschaft**
Sorge dafür, dass dein Empfänger dich versteht

03 **Zu weiteren Käufen anregen**
Versuche aufzufallen und in Erinnerung zu bleiben. Kreiere etwas, das bleibt

04 **Klarer Call-to-Action**
Fordere den Empfänger zum Handeln auf. Sende, wenn nötig, einen frankierten Umschlag mit

05 **Personalisierung und Individualisierung**
Du kennst den Empfänger schon? Nutze dies zu deinem Vorteil und passe dein Marketing an

Benchmark

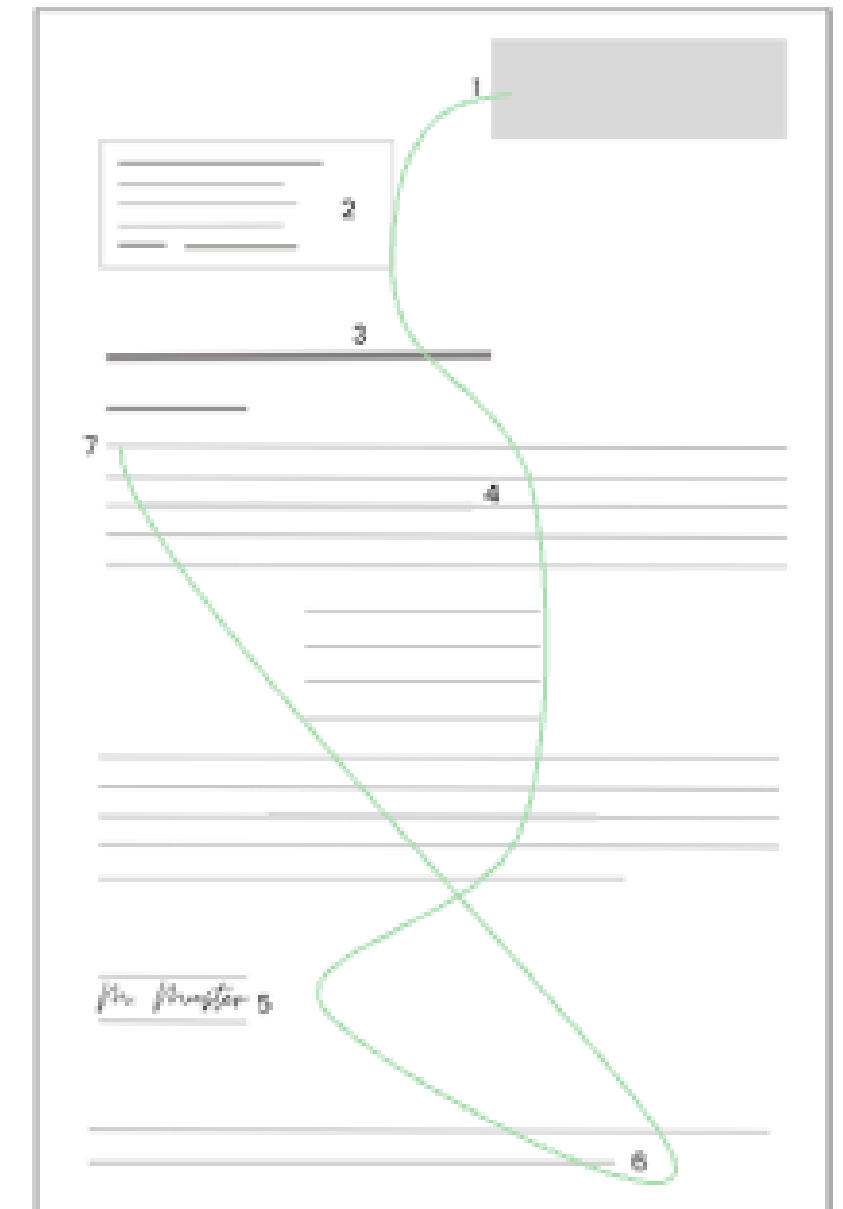
- **Die Response Rate liegt im Durchschnitt bei 1%.**
 - Der Maximalwert liegt bei 3%
 - Bei teiladressiertem Print-Mailing kann man eine Response Rate von 2,1% erwarten
- **Innerhalb der ersten 7 Tage ist die größte Wirkung der Printmailings messbar**

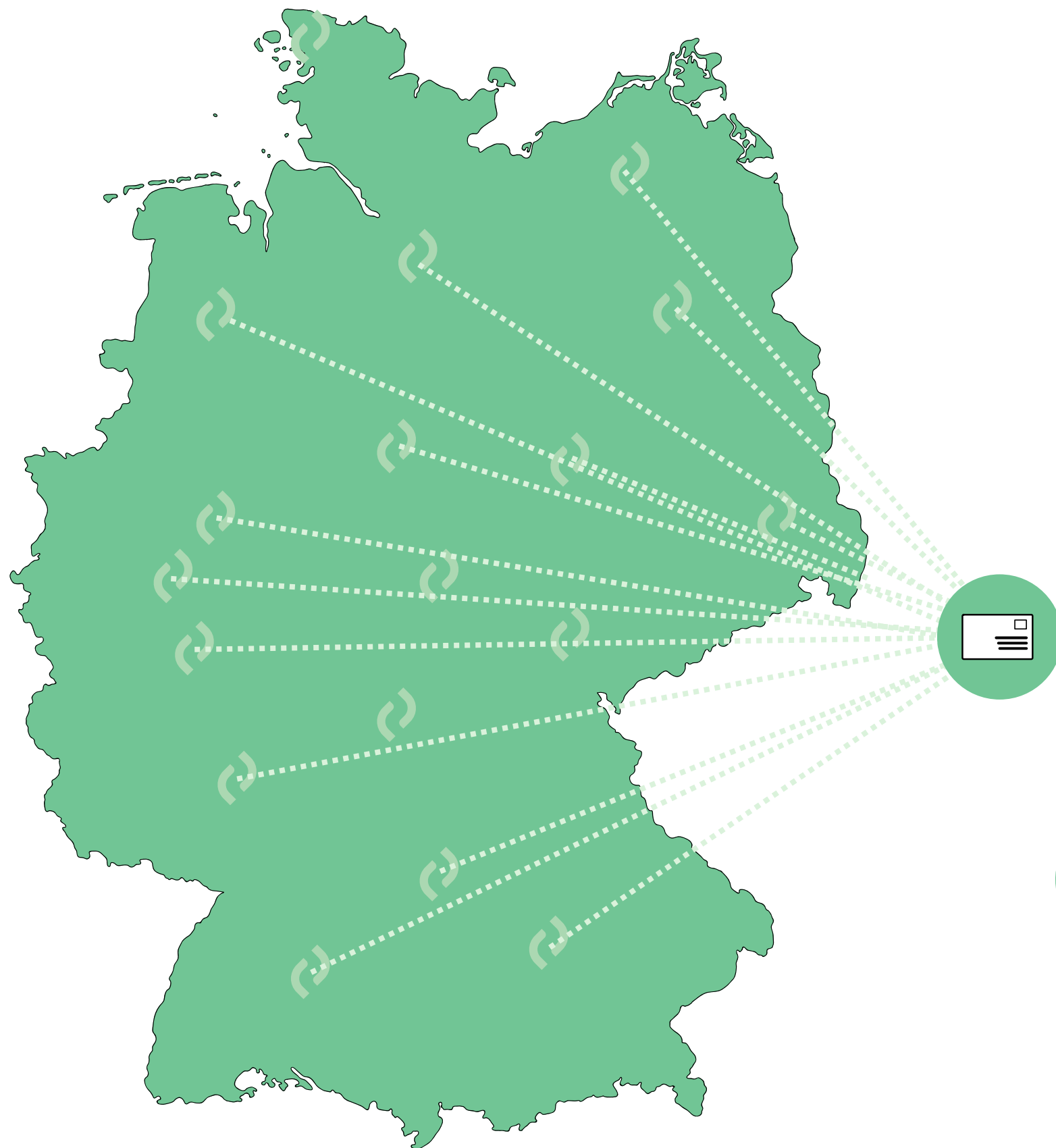
Allerdings können bis zu 12 Wochen nach dem Versand noch Reaktionen erfolgen
- Volladressierte und personalisierte Print-Mailings ergeben im Durchschnitt einen 20% höheren Warenkorb als teiladressierte Mailings
- **Der durchschnittliche RoAS für Print-Mailings liegt bei 2,45**
 - für teiladressierte Print-Mailings liegt bei 2,4
 - für volladressierte Print-Mailings 2,5 (Das ist den höheren Kosten für volladressierte und personalisierten Print-Mailings geschuldet)

Tipp – Typische Leseverhalten

Innerhalb von 3-4 Sekunden entscheidet der Leser, ob er den Brief vollständig liest oder nicht. Beachte daher die typische Reihenfolge und gestalte dein Mailing folgendermaßen:

- Absenderlogo: Von wem kommt der Brief?
- Empfängername: Bin ich adressiert? Ist mein Name korrekt?
- Headline: Greift sie nach mir?
- Hervorhebungen im Text: Wichtige Signalwörter und Phrasen?
- Absenderunterschrift: Wie genau? Welche Funktion?





Deine Leads für dein Post Marketing

Sende Produktsamples an deine IDyou-Community

Personalisiere deine Post so gut wie möglich

Integriere einen klaren Call-to-Action

Nachfassen nicht vergessen



Vergiss nicht: Du hast 6 Monate Zeit aus einem Lead einen Kunden zu machen!

Du hast Fragen? – Kontaktiere uns!



Enno Eller

Geschäftsführender Gesellschafter

✉ e.eller@idyou.de

☎ +49 171 9584328

Hamburg



Alicia Maier

Marketingmanagerin

✉ a.maier@idyou.de

☎ +49 151 17222265

München