**Online-Marketing aufbauen: Darum ist E-Mail-Marketing so wichtig**

Online-Marketing ist ein wichtiger und großer Teilbereich des Marketings, in dem sich durch Digitalisierung und Fortschritt immer wieder neue Möglichkeiten eröffnen und neue Marketinginstrumente kreieren lassen. Zu den Grundlagen und Klassikern des Online-Marketings gehört das gute alte E-Mail-Marketing, das aber auch in neuem Gewand, beispielsweise auf WhatsApp, erscheinen kann.

**Kernelemente des E-Mail-Marketings**

Beim Marketing per E-Mail tritt der Verkäufer mit dem Kunden persönlich in Kontakt. Daher muss dieser, wie auch für andere Marketingmaßnahmen, vorher seine Zustimmung erteilt haben. In der Folge erhält der Kunde Mailings und/oder Newsletter, die sogenannte Call-to-Actions (CTAs = Handlungsaufforderungen) enthalten können. Durch diese soll er zum Kauf oder zur Kontaktaufnahme angeregt werden.

**E-Mail-Marketing: Das sind die Vorteile**

Nicht jeder Unternehmer kann sich ein Call-Center leisten, daher stellt ein [professionelles E-Mail-Marketing](https://www.marktmeinungmensch.de/news/modern-marketing-dilemmas/) eine kostengünstige und zielführende Alternative dar. Hierfür gibt es natürlich spezielle Softwares. [Werbung](https://www.marktmeinungmensch.de/news/wie-wow-effekte-in-der-werbung-wirken/) kann auf diese Weise personalisiert und zielgruppengerecht versendet werden. Angesichts des reduzierten Papier- und Energieverbrauchs kommt dies im Übrigen auch der Umwelt zugute und entspricht dem Zeitgeist. Kunden erhalten so in Sekundenschnelle hochaktuelle Informationen und Unternehmer generieren Traffic auf ihren Websites. Die Kundenreaktionen, wie z. B. Klicks und Bounces, können im Anschluss detailliert ausgewertet werden, was den Verkäufern bei der Einschätzung der aktuellen Marktlage hilft.

**Newsletter: Ein Teilbereich des E-Mail-Marketings**

Newsletter gehören ebenfalls zum Bereich E-Mail-Marketing. Der Ersteller legt das Gewicht hier auf die Information seiner Kunden. Regelmäßige Benachrichtigungen zu aktuellen Themen sind Instrumente der professionellen Kundenbetreuung und Kundenbindungsmaßnahmen. Auch ruhende Geschäftsbeziehungen können auf diese Weise "am Leben gehalten" und reaktiviert werden. Bei der Newsletter-Versendung sollte dennoch mit Maß und Ziel gearbeitet werden. Verbraucher werden nicht gerne mit Nachrichten überfrachtet. Ein zu häufig versendeter Newsletter kann schnell lästig werden. Auch gehaltlose E-Mails bekommt niemand gerne. Versender sollten immer den Mehrwert, den sie für die Kundschaft generieren möchten, im Auge behalten und [qualitativ hochwertige Inhalte](https://www.textakademie.de/newsletter-texten/) zur Verfügung stellen. Für die Versendung der "Breaking-News" eignen sich im Übrigen nicht nur E-Mails.

**Der WhatsApp Newsletter: Schnell und unkompliziert**

Nahezu jeder nutzt den Messenger-Dienst WhatsApp. Auf Messenger Diensten sind die Endverbraucher noch schneller zu erreichen als per E-Mail. Umso härter traf die Verkäufer die Tatsache, dass der Mutterkonzern Meta der kommerziellen WhatsApp-Nutzung für Newsletter einen Riegel vorschob, da die Plattform dafür eigentlich gar nicht vorgesehen war. Aber dieser Zustand sollte nicht lange andauern. Im Jahr 2021 wurde die Funktion offiziell eingeführt. Seitdem können per Messenger wieder [Newsletter erstellt und versandt](https://de.sendinblue.com/blog/whatsapp-newsletter-erstellen/) werden - dieses Mal mit einer professionellen Lösung.

**Die WhatsApp Business Plattform**

Die [WhatsApp Business Plattform](https://business.whatsapp.com/products/business-platform) wurde geschaffen, einerseits, um professionelle Marketingmaßnahmen wie Newsletter zu ermöglichen und andererseits, um die rechtlichen Rahmenbedingungen hierfür zu schaffen. Das WhatsApp Konto des Unternehmens wird dabei mit einer Marketing-Software gekoppelt, über die die entsprechenden Mailings erstellt und versendet werden können. Um Zugang zur Plattform zu erhalten, muss man sich an einen sogenannten Business Solution Provider (BSP) wenden. Das ist ein von WhatsApp-Betreiber Meta berechtigtes Unternehmen. Durch die Zusammenarbeit mit diesen vertrauenswürdigen Partnern stellt Meta sicher, dass die rechtlichen Rahmenbedingungen und Regeln, die auf der Plattform gelten, auch eingehalten werden.