

E-Mail-Marketing bedeutet ganz einfach: potenzielle und aktuelle Kunden durch Werbebotschaften per E-Mail ansprechen. Durch einen oder mehrere angebotene Links innerhalb der versendeten E-Mail, wird auf entsprechende Angebote direkt auf den Internetauftritt des werbenden Unternehmens weitergeleitet.

Neben informativen und ansprechend gestalteten Inhalten ist auch entsprechendes Controlling ein wichtiger Faktor, um den Erfolg der E-Mail-Marketing Werbemaßnahme zu messen. In der Regel sind die Verlinkungen an eine Auswertungssoftware angebunden, um Klicks und Konversionen zu erfassen. Das Controlling hilft dann weiter, offensichtliche Unzulänglichkeiten innerhalb des eigenen Internetauftritts zu erkennen und entsprechend gegenzusteuern.

Im E-Mail-Marketing hat sich vor allem der Versand von unternehmenseigenen Newslettern etabliert.