



## SUCHE

[erweiterte Suche](#)

## MARKE-X MAGAZIN

## AKTUELLE AUSGABE

[Lesen Sie die aktuelle Ausgabe von marke-X](#)

## BISHERIGE AUSGABEN

[Alle bisherigen Ausgaben mit kurzer Inhaltsangabe](#)

## INFO CENTER

[Links zu Hunderten von Artikeln](#)

## BÜCHER

[Aktuelle Buchempfehlungen](#)

## FOREN INSIDER

[Aktuelle Diskussionen dt. Marketing-Foren](#)

## SERVICE

## KONTAKT

## ÜBER MARKE-X

## IMPRESSUM

## MEDIADATEN

## LOB

## LINKS

## Feiertagstipps II - So klingeln die Kassen zur Adventszeit

## Lieferbedingungen, Verpackungen, Adressenverwaltung und Bestellverfolgung



**Besonders zur Weihnachtszeit werden die Konsumenten mit Werbung überhäuft. Kaum ein größeres Unternehmen, das nicht für diese Zeit ein ordentliches Werbebudget eingeplant hat. Dies ist vollkommen verständlich angesichts der Geldsummen, die von den Konsumenten jedes Jahr für die Feiertage ausgegeben werden.**

Durch die hohe **Werbedichte** ist es vor allem für kleinere und mittlere Unternehmen schwieriger, ihre potentiellen Kunden zu erreichen. In diesem Artikel erfahren Sie deshalb Tipps & Tricks wie Sie zur Weihnachtszeit mit kosteneffizienten Methoden die Werbedichte durchdringen und mehr Produkte verkaufen können.

## Newsletter &amp; E-Mail Marketing

Sie versenden bereits einen Newsletter oder unterhalten eine Mailingliste? Hervorragend. Weisen Sie in Ihren Dezemberausgaben explizit auf Ihre Weihnachtsangebote hin. Die Konsumenten sind zu Weihnachten besonders **empfänglich** für Ihre Werbebotschaften. Dieses liegt daran, dass Sie sich in der Regel gerade mit dem Kauf von einem oder mehreren Produkten auseinandersetzen. Sie sind sozusagen für das Thema sensibilisiert. Ein interessantes Angebot findet bei einer sensibilisierten Person eher Gehör als bei Jemandem, der sich gar nicht mit dem Produkt auseinandersetzt. Zudem haben Sie den Vorteil, dass Ihre Kunden Sie kennen und bereits **Vertrauen** zu Ihnen aufgebaut haben.

Geben Sie am besten zusätzlich zu Ihren regelmäßigen Veröffentlichungen eine Weihnachtssonderausgabe heraus, die sich ausschließlich mit Weihnachten und Ihrem dazu passenden Produktangebot beschäftigt - am besten grob nach Zielgruppen und Kosten getrennt (z.B. die besten Geschenke für Ihren Partner, die angesagtesten Spiele für Kinder, etc.)

## E-Mails generell

Auch wenn Sie noch keinen Newsletter herausgeben oder nur wenige Abonnenten haben, sollten Sie E-Mail als Werbeform konsequent nutzen. Weisen Sie in allen E-Mails, die Sie versenden, auf Ihre Weihnachtsangebote hin. Dieses

Sonntag, 22. Oktober 2006

## NEWSLETTER

Abonnieren Sie den marke-X Newsletter

Kostenlos dazu: Sascha Langners Top 10 Tipps für erfolgreiche Newsletter

Anrede\*

Vorname

Nachname\*

e-Mail\*

[Anmeld. ohne Namen](#)

können Sie auf unterschiedliche Art und Weise tun. Am besten ist es innerhalb des Nachrichtentextes selbst auf Ihre Angebote hinzuweisen. Obwohl diese Form der Mitteilung die effektivste ist, mag sie nicht für alle Ihre Nachrichten geeignet sein. Ebenfalls effektiv ist der Hinweis in Form eines **post scriptums** (das bekannte PS am Ende eines Briefes).

Hier ein Beispiel:

Mit freundlichen Grüßen

Klaus Mustermann

PS: Männerspielzeug. Diese Geschenke machen das starke Geschlecht ganz schwach. Spannende Technik und Werkzeug sind die Renner unterm Weihnachtsbaum: <http://www.mustermann.de/maennerweihnachten>

Am einfachsten, aber auch am uneffektivsten ist es, Ihre Werbebotschaft in Ihre **Signatur** zu integrieren.

### **Design**

Zeigen Sie Ihren Kunden, dass Weihnachten ist. Ergänzen Sie Ihre Website mit kleinen grafischen Details, die eine weihnachtliche Stimmung aufkommen lassen. Nicht umsonst ist die Dekoration in allen Kaufhäusern zur Weihnachtszeit die teuerste und aufwendigste des ganzen Jahres. Psychologen haben herausgefunden, dass eine **positive Grundstimmung** die Aufmerksamkeit der Konsumenten eher auf positive Produktdetails lenkt [1]. Wobei eine neutrale bis negative Grundeinstellung die Aufmerksamkeit eher auf die negativen Eigenschaften Ihrer Produkte lenken kann. Nur wenige Menschen verbinden mit Weihnachten etwas Negatives. Alle anderen sind in der Regel der sogenannten **Weihnachtsstimmung** verfallen. Nutzen Sie dieses Wissen und versuchen Sie, auch auf Ihrer Website ein wenig Weihnachtsstimmung zu erzeugen. Gehen Sie aber zurückhaltend und kostenorientiert vor. Ein gutes Beispiel für die gelungene Entwicklung eines Weihnachtsdesigns finden Sie beispielsweise bei Suchmaschine Google.



**Abbildung 1: Google entwickelt sein Weihnachtsdesign über mehrere Tage (Quelle: Google.de)**

### **FAQs (Frequently Asked Questions)**

Zur Weihnachtszeit gehört auch, dass Sie Ihre FAQ-Listen (Übersicht der häufigsten Fragen und ihrer Antworten) auf den neuesten Stand bringen.

Hier eine Liste der wichtigsten Fragen, auf die Sie zu Weihnachten eine Antwort bereithalten müssen:

- Kommt das Paket noch rechtzeitig zu Weihnachten an?
- Wenn ich das Produkt schon jetzt kaufe, kann ich es dann nach Weihnachten trotzdem wieder umtauschen? ·
- Wann ist der letzte Termin für eine Bestellung, die noch rechtzeitig zu Weihnachten da ist?
- Verpacken Sie die Geschenke? oder Was kostet eine Geschenkverpackung? ·
- Gibt es einen Express Lieferservice? ·
- Bieten Sie eine Bestellverfolgung an?

### **Die Frage kurz vorm Kauf**

Viele Kaufvorgänge im Internet werden kurz vor der eigentlichen Bestellung abgebrochen [2]. Die Gründe hierfür sind **vielschichtig**. In den meisten Fällen haben Ihre Besucher gerade kurz vorm Kauf noch eine Frage wie beispielsweise "Wird ein Scart Kabel mitgeliefert?" oder "Wie waren noch mal die Lieferzeiten?". Sie beginnen nun, auf Ihrer Website nach der Antwort zu suchen. Spezielle Fragen können aber oft nur von Ihren Support-Mitarbeitern beantwortet werden. Weisen Sie auf der Bestellseite klar daraufhin, dass Sie Fragen umgehend am Telefon beantworten oder bieten Sie einen "E-Mail Antwort innerhalb einer Stunde"-Service.

### **Cross Selling**

Cross Selling bedeutet dem Kunden bei dem Kauf eines

Produktes gleich ein weiteres Produkt mitzuverkaufen. Schuhverkäufer verkaufen zu einem neuen paar Schuhe meistens gleich noch ein spezielles Schuhpflegemittel oder ein paar Schuhspanner mit. Diese **Taktik** funktioniert natürlich am besten zu Zeiten, wo Ihre Kunde sowieso viel Geld ausgeben. Suchen Sie zu jedem Ihrer Produkte mehrere andere Produkte heraus, die sich gut ergänzen. Kauft ein Kunde bei Ihnen z.B. eine Soundkarte, so bieten Sie ihm doch gleich auf der **Dankesseite** das passende Headset an. Machen Sie es Ihren Kunden aber so schmackhaft wie möglich. Bieten Sie ihm die Kopfhörer beispielsweise zu einem vergünstigten Preis oder plus ein paar kostenlosen Zugaben an. Durch den Wegfall des Rabattgesetzes sind Ihren Ideen nur noch wenige Grenzen gesetzt.

### **Werbung und Marketingaktionen**

Welche Marketingaktionen Sie auch in der Weihnachtszeit durchführen, planen Sie vorab, was Sie und wie Sie es erreichen wollen. Nur so können Sie nach dem Fest klar sagen, welche Aktion von **Erfolg** gekrönt war und welche nicht. Sie erfahren aber nicht nur, was Ihre Zielgruppe anspricht, Sie können auf diese Weise sogar bares Geld sparen. Menschen verändern sich nur sehr langsam. Was dieses Jahr erfolgreich ist, funktioniert mit großer **Wahrscheinlichkeit** auch im nächsten Jahr. Verwenden Sie also im nächsten Jahr einen Großteil Ihres Marketingbudgets für bewährte Aktionen und einen kleinen Teil zum Experimentieren. So stellen Sie sicher, dass der Großteil Ihres Geldes in erfolgsversprechende Aktionen fließt, Sie aber dennoch am Puls der Zeit bleiben und stetig nach effektiveren Aktionen suchen.

### **Quellen:**

[1] Hintergrundinformation zum Thema Stimmungen liefert der Artikel "[Stimmungen beeinflussen - Wie Sie auf die Gefühlslage Ihrer Besucher einwirken](#)"

[2] [An welchen Gründen Bestellungen scheitern, listet beispielsweise eine Studie von novomind auf.](#)

### **Weiter zu:**



#### **Feiertagstipps VII: Last Minute Tipps fürs Fest - Woran Sie unbedingt denken müssen**

Barrieren beseitigen, SPAM-Filter umgehen, Netzwerkpotenzial nutzen



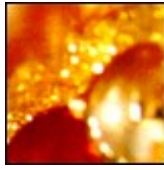
#### **Feiertagstipps VI - Fünf vor Weihnachten: Last Minute Tipps fürs Fest**

Last Minute Käufer gewinnen, Einkaufserlebnisse schaffen



### **Feiertagstipps V - Ist Ihre Site bereit für Weihnachtsgeschäft?**

Welche Produkte werden dieses Jahr gekauft?, Geschenkefinder



### **Feiertagstipps IV - Strategien und Taktiken für eine erfolgreiche Weihnachtszeit**

Weihnachtskarten und clevere Weiterempfehlungen



### **Feiertagstipps III - Mit ein paar Tricks die Online-Umsätze steigern**

Beeinflussung, Preissuchmaschinen, Gutscheine und Vertrauen



### **Feiertagstipps I - Machen Sie Ihre Website fit für's Fest**

Lieferbedingungen, Verpackungen, Adressenverwaltung und Bestellverfolgung

---

Bestellen Sie den monatlichen e-Mail Newsletter, **marke-X Internet Marketing<sup>®</sup>**. Mit über 5.500 Abonnenten ist marke-X einer der erfolgreichsten Internet Marketing Newsletter in Deutschland.

[Newsletter-Anmeldung](#)

---

[Startseite](#) - [Aktuelle Ausgabe](#) - [Archiv](#) - [Info Center](#) - [Bücher](#)

[Kontakt](#) - [Über marke-X](#) - [Impressum](#)

© Copyright 1999-2006 [marke-X](#), Magazin für Internet Marketing.  
Aller Rechte vorbehalten. E-Mail: [sascha.langner@marke-x.de](mailto:sascha.langner@marke-x.de)  
Ihre Web Marketing Infoquelle: <http://www.marke-x.de>