



Güldner: Mehr Absatz neuer Produkte bei Bestandskunden

Bestehende Kunden aktivieren mit E-Mail-Signatur-Marketing

Hintergrund: Der Kunde

Sonderschrauben Güldner produziert und liefert seit über 30 Jahren Sonderschrauben, CNC-Dreh- und Frästeile, Verbindungselemente und Bauteile, die nach vorher festgelegten Anforderungen gefertigt werden. Das Spezialgebiet des Unternehmens sind Schrauben und Verbindungselemente für extreme Ansprüche.

Das Unternehmen produziert im baden-württembergischen Niederstetten mit insgesamt 80 Mitarbeitern, 60 davon arbeiten in der Produktion.

Die Herausforderung

Zwei Herausforderungen haben Sonderschrauben Güldner dazu bewegt mit Mailtastic zu arbeiten. Erstens sollten Kunden auch jenseits der direkten Verkaufsgespräche immer wieder auf das Angebot hingewiesen werden. Zweitens sollten die Kunden darauf aufmerksam gemacht werden, dass sie bei Sonderschrauben Güldner auch CNC-Drehteile und weitere Produkte beziehen können.

Die Herausforderung:

- 1** **Markenbekanntheit steigern**
- 2** **Cross-Selling-Potenzial ausschöpfen**

„Die meisten unserer 1.500 Kunden kaufen im Rahmen von zeitlich begrenzten Projekten bei uns ein“ erklärt Dr. Sebastian Beckert, Geschäftsführer der Sonderschrauben Güldner GmbH & Co. KG. In den Zeiten außerhalb der Projekte hätten die Kunden aber nur selten Bezug zum Angebot von Güldner.

Da der Kundenkontakt also sehr punktuell und projektbezogen erfolge, sei unter den Kunden auch wenig bekannt, dass Güldner mehr als Sonderschrauben anbietet.

„Hier mussten wir also eine Lösung finden, wie wir die Kunden auch auf dieses Angebot konstant aufmerksam machen können, ohne allzu aufdringlich unsere Produktpalette anzupreisen.“



Dr. Markus Beckert
CEO, Sonderschrauben Güldner GmbH & Co. KG.

Bestandskunden brauchen einen eigenen Kanal

Für seine Kundenakquise nutzt Güldner bereits verschiedene Online Kanäle. „Als B2B-Unternehmen stützen wir uns natürlich insbesondere auf SEO und SEA“, erklärt Dr. Beckert. Beides habe auch für die Neukundengewinnung positive Ergebnisse erbracht.

Für die Ansprache von Bestandskunden und das Cross-Selling seien sie aber keine ideale Lösung: „Unsere Bestandskunden googeln uns natürlich eher seltener“, so Dr. Beckert. Um auch die Bestandskunden anzusprechen wurde darum eine andere Lösung gesucht.

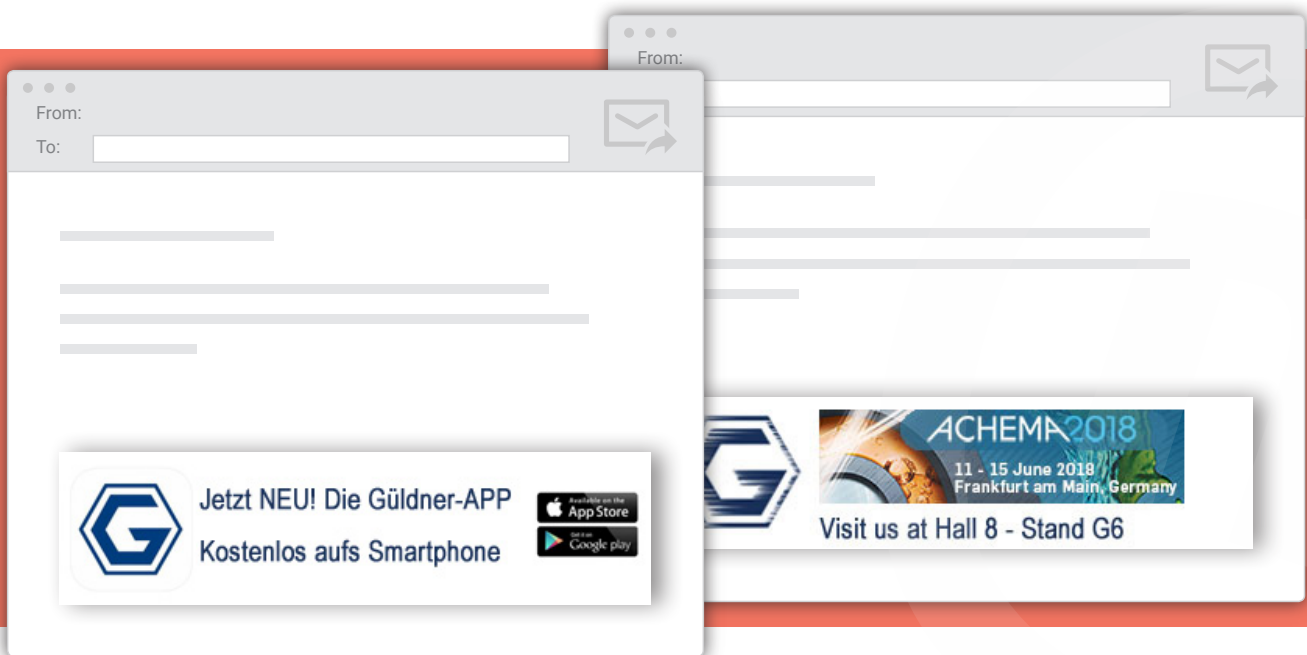
Als Dr. Beckert bei Xing auf einen Blog-Beitrag von Maltastic stieß, war darum sein Interesse schnell geweckt: „Maltastic klang nach dem, was wir suchten. Und weil die Preise auf der Webseite transparent dargestellt werden und ich sofort absehen konnte, welche Kosten auf uns zukommen würden, habe ich mich dann auch gleich für die kostenlose Testphase angemeldet“.

Die kostenlose Testphase entsprach den Erwartungen von Dr. Beckert – und Sonderschrauben Güldner wurde Kunde von Maltastic.

Die Lösung: Maitastic

Nachdem sich Dr. Beckert für Maitastic entschieden hatte, wurden die ersten Signatur-Banner innerhalb von zwei Tagen ausgerollt. „Um unsere Ziele zu erreichen, haben wir jene 20 Mitarbeiter ausgestattet, die tatsächlich auch Kundenkontakt haben“, erklärt Dr. Beckert. „Bei den anderen unserer insgesamt 80 Mitarbeiter hätte das wenig Sinn gemacht, da die meisten in der Produktion arbeiten“.

Das Ausrollen der Signatur-Banner verlief dabei problemlos. „Selbst bei unseren beiden Außendienstlern war die Integration von Maitastic kein Problem“, erinnert sich Dr. Beckert. „Wir mussten uns nur kurz mit ihnen telefonisch absprechen und konnten anschließend genauso wie bei den anderen Mitarbeitern die Signaturen unkompliziert einbinden“. Und gerade diese einfache Implementierung sei ein besonderer Pluspunkt, so Dr. Beckert.



Denn das Unternehmen hatte schon vorher einmal Banner in die Signaturen ihrer Mitarbeiter einbinden wollen – und das hatte sich als deutlich schwieriger als erwartet erwiesen: „Wir hatten einen immensen Aufwand an den Einstellungen des Exchange-Servers vorzunehmen“, erinnert sich Dr. Beckert. „Und dabei mussten natürlich auch noch unsere EDV-Spezialisten mitarbeiten, was wiederum Kosten verursacht“.

Mit Maitastic hingegen habe er selbst unkompliziert die Banner in die Signaturen der Mitarbeiter integrieren können. „Ich kann also die Signatur-Banner nicht nur selbst mit Photoshop erstellen, sondern sie anschließend auch selbst den Mitarbeitern zuweisen – eine ideale Lösung für unser Unternehmen“, so Dr. Beckert.

Das Ergebnis

Nach drei Monaten mit Maitastic kann der Kunde nun eine erste Bilanz ziehen. „Mit Maitastic konnten wir in diesem Zeitraum mit nur 20 Mitarbeitern insgesamt 582 Klicks für unsere Webseite generieren“. Die Signatur-Banner haben dabei 18.534 Impressions erhalten, was einer Klickrate von 3,14 Prozent entspricht.

„Da mittlerweile 50 Prozent unserer Kunden über die Webseite kommen, tragen die Klicks, die wir mit Maitastic generieren zu unserem Geschäftserfolg bei“, so Dr. Beckert.

582 Clicks
18.534 Impressions
3,14% Click Rate

„Denn auch unsere Bestandskunden finden nun über die Banner zu unseren Produktseiten und erinnern sich regelmäßig an unser Angebot. Dadurch nehmen sie nun auch verstärkt unser Angebot für CNC Dreh- und Frästeile wahr.“



Dr. Markus Beckert
CEO, Sonderschrauben Guldner GmbH & Co. KG.

Und es gibt noch weitere Vorteile, die durch Maitastic realisiert werden konnten, wie Dr. Beckert erklärt: „Maitastic spart uns erheblich Zeit ein“. Gerade im Vergleich zur vorherigen manuellen Arbeit auf dem Exchange-Server könnten nun Signatur-Banner ungleich schneller eingebunden werden. „Vorher konnten wir zwar schnell einen Banner mit Photoshop erstellen, brauchten aber sehr lange, um ihn in Exchange zu integrieren“, so Dr. Beckert. „Mit Maitastic können wir Signatur-Banner nun genauso schnell integrieren wie wir sie erstellen – innerhalb von 15 Minuten rollen wir eine E-Mail-Signatur-Kampagne auf alle Mitarbeiter aus“.

Dadurch spare das Unternehmen auch Kosten: „Wir benötigen keinen EDV-Spezialisten mehr, um einen Signatur-Banner zu installieren. Unsere IT-Leute können sich auf ihre eigentlichen Aufgaben konzentrieren und müssen sich nicht auch noch mit diesem Problem herumschlagen“.

Das Resümee

Entsprechend positiv fällt das Resümee von Dr. Beckert aus. „Insgesamt sind wir mit Mailtastic sehr zufrieden“, fasst Dr. Beckert zusammen.

„Wir können unser Angebot bei Bestandskunden praktisch ganz nebenbei in Erinnerung rufen.“

Dr. Markus Beckert
CEO, Sonderschrauben Güldner GmbH & Co. KG.



Obwohl die Klickrate und die Impressions für das Unternehmen natürlich eine große Rolle spielen, sei es für Güldner aber auch wichtig, dass für die Einbindung einer E-Mail-Signatur-Kampagne keine Unterstützung mehr der IT benötigt werde. „Das war für uns ein großes Problem und hatte bislang verhindert, dass wir das Marketing-Potenzial unserer E-Mail-Signaturen richtig nutzen können. Mit Mailtastic gehören diese Probleme der Vergangenheit an“.

Über Mailtastic

Mailtastic ist eine Plattform, mit der Unternehmen die tägliche E-Mail-Kommunikation der Mitarbeiter in einen starken und messbaren Marketing-Kanal verwandeln.

Mit Mailtastic können Sie die E-Mail-Signaturen aller Mitarbeiter zentral verwalten und mit zielgruppenspezifischen Marketing-Kampagnen ausstatten. Reichern Sie Ihre Mailkommunikation mit relevanten und wertvollen Inhalten für Ihre Gesprächspartner an und machen Sie gezielt auf sich und Ihre Leistungen aufmerksam.

Führende Unternehmen wie Würth Group, Hubert

Burda Media, Matrix42, Basware, Von Rundstedt, Actega, Umicore, Engel & Völkers, Deutsches Rotes Kreuz und viele andere, profitieren bereits von Mailtastic als Signatur-Marketing-Lösung.

Gerne evaluieren wir gemeinsam mit Ihnen, ob und wie auch Ihr Unternehmen von Signatur-Marketing profitieren kann. Wir freuen uns auf Sie!

Sie erreichen uns jederzeit persönlich oder online:

+49 (0) 6131 633 86 58 | www.mailtastic.com