

Das B2B-Marketing-Handbuch zum
**E-Mail-Signatur-
Marketing**



Inhalt

Einführung: Willkommen!	3
Kapitel 1: Einführung in das E-Mail-Signatur-Marketing	4
Kapitel 2: Wie kann sich E-Mail-Signatur-Marketing in Ihrem Unternehmen auszahlen?	8
Kapitel 3: Womit sollten Sie beim E-Mail-Signatur-Marketing anfangen?	11
Kapitel 4: Wie setzen andere Unternehmen E-Mail-Signatur-Marketing ein?	14
Schlussnote: Los geht's!	18

Hallo und willkommen zu unserem Handbuch zum E-Mail-Signatur-Marketing!

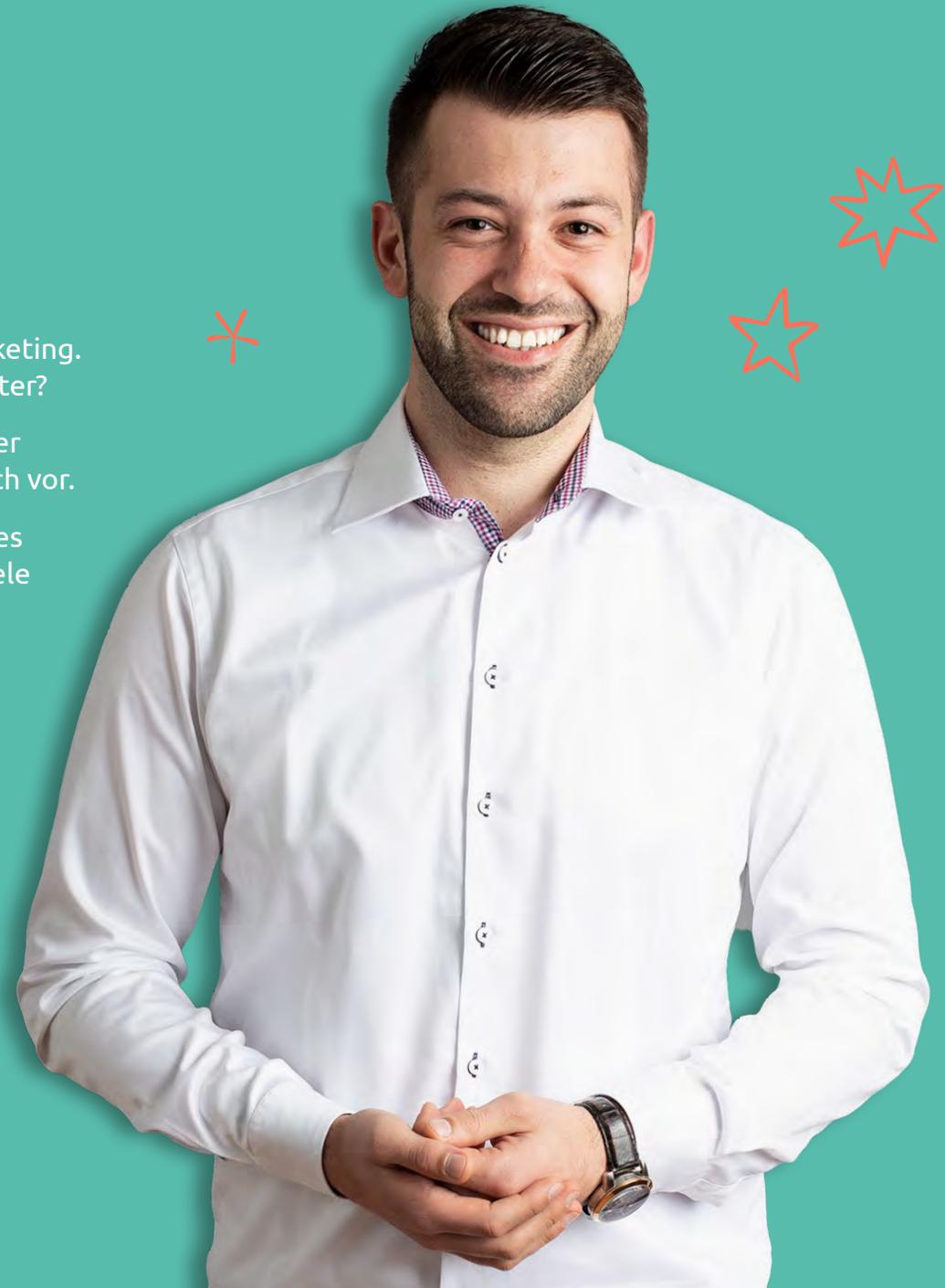
Einige von Ihnen sind vielleicht Experten im Bereich E-Mail-Marketing. Aber nutzen Sie dabei auch die E-Mail-Signaturen Ihrer Mitarbeiter?

In diesem Handbuch stellen wir Ihnen diesen Marketingkanal, der gerade von immer mehr Unternehmen entdeckt wird, ausführlich vor.

Wir beginnen bei den Grundlagen, erklären Ihnen, was ein kleines Banner in der Signatur leisten kann und gehen auf echte Beispiele aus der Praxis ein.

Viel Vergnügen beim Lesen

Tao Bauer, Co-Founder & CEO von Miltastic



Kapitel 1:

Eine Einführung ins E-Mail-Signatur-Marketing



Der Begriff „E-Mail-Signatur-Marketing“ mag für einige Marketer neu sein.

Erlauben Sie uns an dieser Stelle daher einen kleinen Exkurs in Sachen Definition...



Was ist eine E-Mail-Signatur?

Eine E-Mail-Signatur ist ein Textblock, der als Abbinde von E-Mails verwendet wird. Er enthält die persönlichen Informationen des Absenders, einschließlich seiner Stellenbezeichnung und seiner Kontaktangaben.

E-Mail-Signaturen enthalten auch Informationen über das Unternehmen des Absenders sowie rechtliche Informationen, die in Deutschland verbindlich sind.

In der Regel werden E-Mail-Signaturen vom Absender selbst im E-Mail-Programm verwaltet und aktualisiert.

Was ist E-Mail-Signatur-Management?

E-Mail-Signatur-Management ist der Prozess, der sicherstellt, dass alle E-Mail-Signaturen eines Unternehmens konsistent, markengerecht und normgerecht sind.

Die Technologie, die diesen Prozess unterstützt, ist üblicherweise eine E-Mail-Signatur-Management-Plattform. Diese ermöglicht es, automatisch Signatur-Updates von einer zentralen Stelle aus zu veranlassen, ganz ohne aufwendige IT-Unterstützung.

Solche Updates können eine Änderung der Firmenadresse oder ein Rebranding sein.

Was ist E-Mail-Signatur-Marketing?

E-Mail-Signatur-Marketing ist eine Form des E-Mail-Marketings, bei der die E-Mail-Signaturen von Mitarbeitern für Marketingzwecke eingesetzt werden.

Typischerweise werden dazu klickbare Call-to-Actions (CTAs) oder Banner unterhalb des Namens und der Kontaktdaten eines Mitarbeiters hinzugefügt.

Diese Banner präsentieren Inhalte, Produkte und Angebote. Sie tragen dazu bei, Botschaften zu transportieren, Website-Traffic zu steigern und Conversions zu generieren.

Die Technologie, die diesen Prozess vereinfacht, ist eine E-Mail-Signatur-Marketing-Plattform. Mit solch einer Plattform können Sie Signatur-Banner erstellen und automatisiert verteilen und dann anschließend die Performance auswerten.

Wer kann E-Mail-Signatur-Marketing nutzen?

E-Mail-Signatur-Marketing kann grundsätzlich von jedem Unternehmen im Rahmen des Marketing-Mix genutzt werden. Vor allem im B2B kommt E-Mail-Signatur-Marketing immer öfter zum Einsatz. Wenn Sie viel mit Kunden per E-Mail kommunizieren lohnt sich E-Mail-Signatur-Marketing besonders. Denn je mehr E-Mails Sie verschicken, desto mehr Impressionen, Klicks und Conversions erzielen Sie.

Die Vorteile des E-Mail-Signatur-Marketings:



Hohes Volumen

Der durchschnittliche Mitarbeiter versendet im Schnitt **34 E-Mails am Tag** (Quelle: Radicati Group). In einer Firma mit hunderten von Mitarbeitern ergibt das hunderttausende E-Mails pro Monat und mehrere Millionen E-Mails pro Jahr. Und jede einzelne E-Mail stellt eine Gelegenheit dar, anhand relevanter und ansprechender Banner in der E-Mail-Signatur Aufmerksamkeit zu erzielen.



Kosteneffektiv

E-Mail-Signatur-Marketing gibt Ihnen die vollständige Kostenkontrolle über einen Marketingkanal, der Ihnen selbst gehört. Niemand kann die Preise für diesen Werbakanal in die Höhe treiben - und es gibt keine Wettbewerber.



Hohe Kontrolle

E-Mail-Signatur-Marketing-Plattformen ermöglichen Ihnen einen zentralen Zugriff auf die E-Mail-Signaturen aller Mitarbeiter. Das bedeutet, dass die Mitarbeiter ihre Signaturen nicht einzeln einrichten und aktualisieren müssen. Das entlastet die IT und erlaubt Ihnen, ohne großen Aufwand vollständige Markenkonsistenz zu garantieren.



Zielgerichtet

Mit E-Mail-Signatur-Marketing können Sie Signaturen auch für verschiedene Zielgruppen individualisieren. So stellen Sie sicher, die richtigen Botschaften zu transportieren.



Messbar

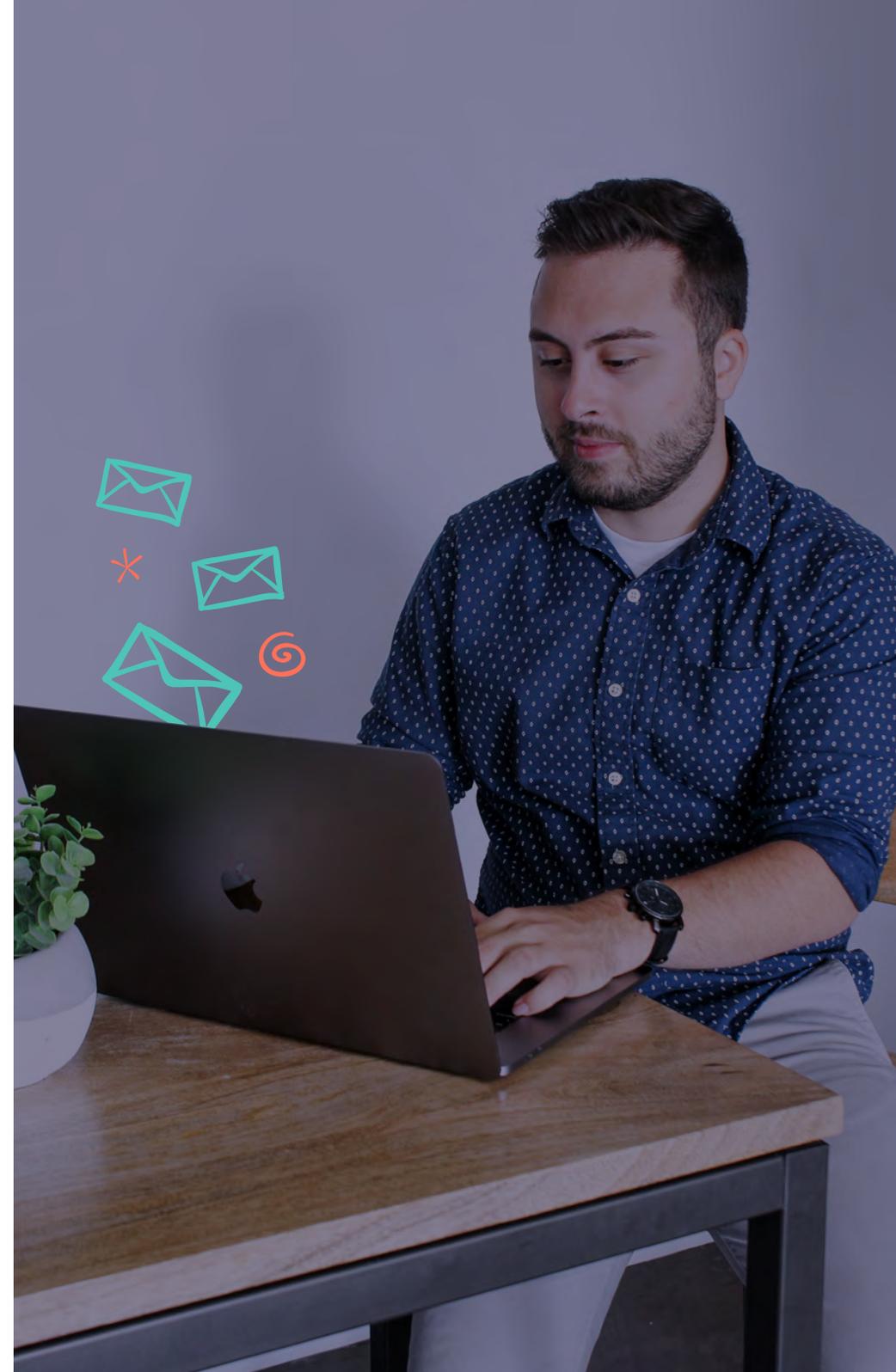
Beim E-Mail-Signatur-Marketing können Marketer die Effektivität ihrer Bannerkampagnen evaluieren. Das geschieht über die Auswertung von Impressionen und Klickraten in der E-Mail-Signatur-Marketing-Plattform.

Wofür kann E-Mail-Signatur-Marketing genutzt werden?

Die Anwendungsfälle von E-Mail-Signatur-Marketing sind fast grenzenlos.

Hier sind einige der gängigsten Dinge, für die unsere Kunden E-Mail-Signatur-Marketing einsetzen:

- ✓ Verlinkung von Inhalten, einschließlich Blog-Artikeln, Whitepapers, eBooks, Case Studies, Videos & Podcasts
- ✓ Verkündung von wichtigen Firmen-News wie Produktupdates
- ✓ Upselling neuer Produkte und Funktionen an bestehende Kunden
- ✓ Einladungen zu Webinaren und Events
- ✓ Hervorhebung von Sonderangeboten und Deals
- ✓ Interne Kommunikation, z. B. Werbung für interne Stellenangebote

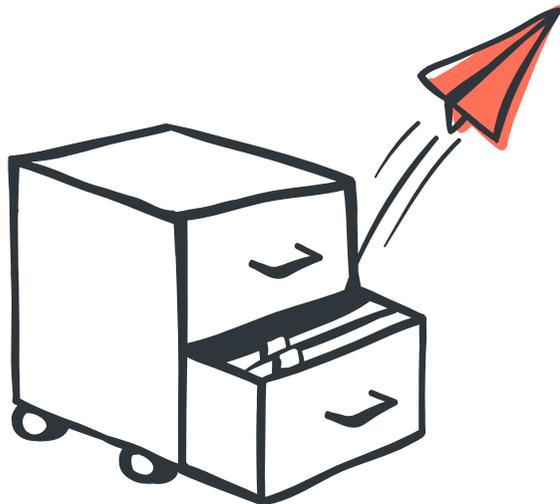


Kapitel 2:

Wie kann sich E-Mail-Signatur-Marketing in Ihrem Unternehmen auszahlen?



Gerade im B2B funktioniert E-Mail-Signatur-Marketing sehr gut. Es ist ein einfacher, aber effektiver Kanal, mit dem Sie ohne große Streuverluste exakt Ihre Zielgruppe erreichen. Daher ist der ROI in der Regel deutlich besser als bei gängigen Performance-Marketing-Kanälen (zum Beispiel Suchmaschinenwerbung).



Welchen Wert kann E-Mail-Signatur-Marketing Ihnen bieten?

E-Mails stellen insbesondere im B2B das zentrale Interaktionsmedium mit dem Kunden dar.

Nehmen Sie nur einmal das folgende Rechenbeispiel:

- Im Durchschnitt senden Mitarbeiter **34 E-Mails pro Tag**

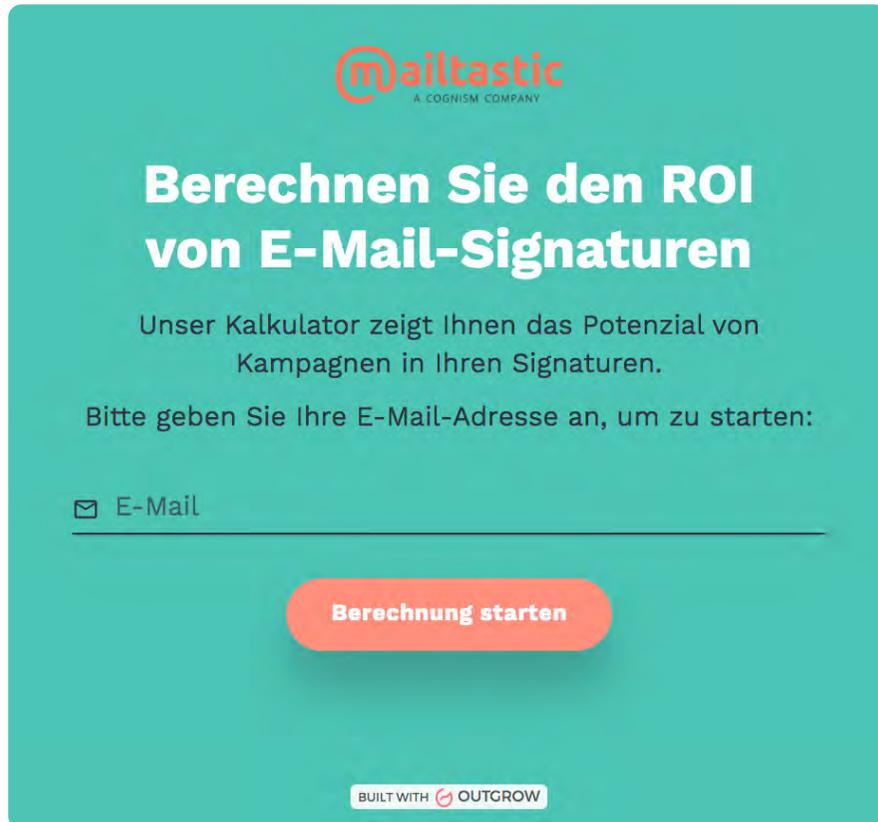
UND

- Statistiken zufolge werden E-Mails im B2B durchschnittlich **2,5 Mal** geöffnet.

Nehmen wir also diese Zahlen und wenden sie auf ein Unternehmen mit 100 Mitarbeitern an...



E-Mail-Signatur-Marketing lohnt sich für Unternehmen aller Größen. Wir haben einen E-Mail-Signatur-Marketing-Rechner entwickelt, der Ihnen dabei hilft, den Marketingwert für Ihr Unternehmen zu errechnen:



miltastic
A COGNISM COMPANY

Berechnen Sie den ROI von E-Mail-Signaturen

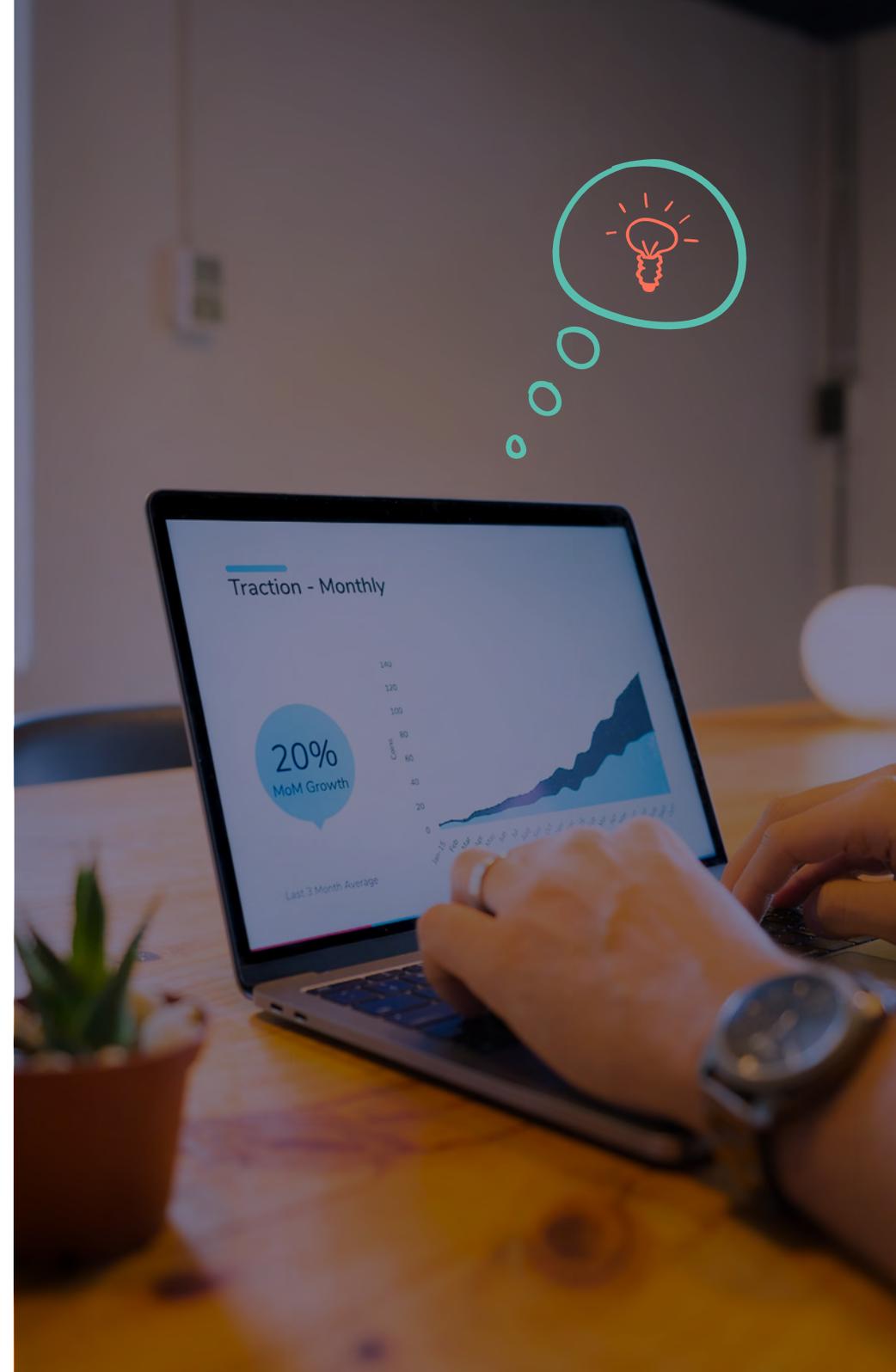
Unser Kalkulator zeigt Ihnen das Potenzial von Kampagnen in Ihren Signaturen.

Bitte geben Sie Ihre E-Mail-Adresse an, um zu starten:

✉ E-Mail

Berechnung starten

BUILT WITH  OUTGROW



Kapitel 3:

Womit sollten Sie beim E-Mail-Signatur-Marketing anfangen?



WOW!



Jetzt ist es an der Zeit zu lernen, wie Sie E-Mail-Signatur-Marketing unkompliziert implementieren können. Alleingänge sind dabei nicht der richtige Weg. **Nutzen Sie Technologie.**



Womit fängt man beim E-Mail-Signatur-Marketing am besten an?

Damit E-Mail-Signatur-Marketing funktioniert, brauchen Sie die richtige Technologie. Übliche E-Mail-Programme (zum Beispiel Microsoft Outlook) sind dabei nur wenig effizient. Sie benötigen stattdessen eine dedizierte E-Mail-Signatur-Marketing-Plattform.

Die Hauptunterschiede sind die folgenden:



PLATTFORM

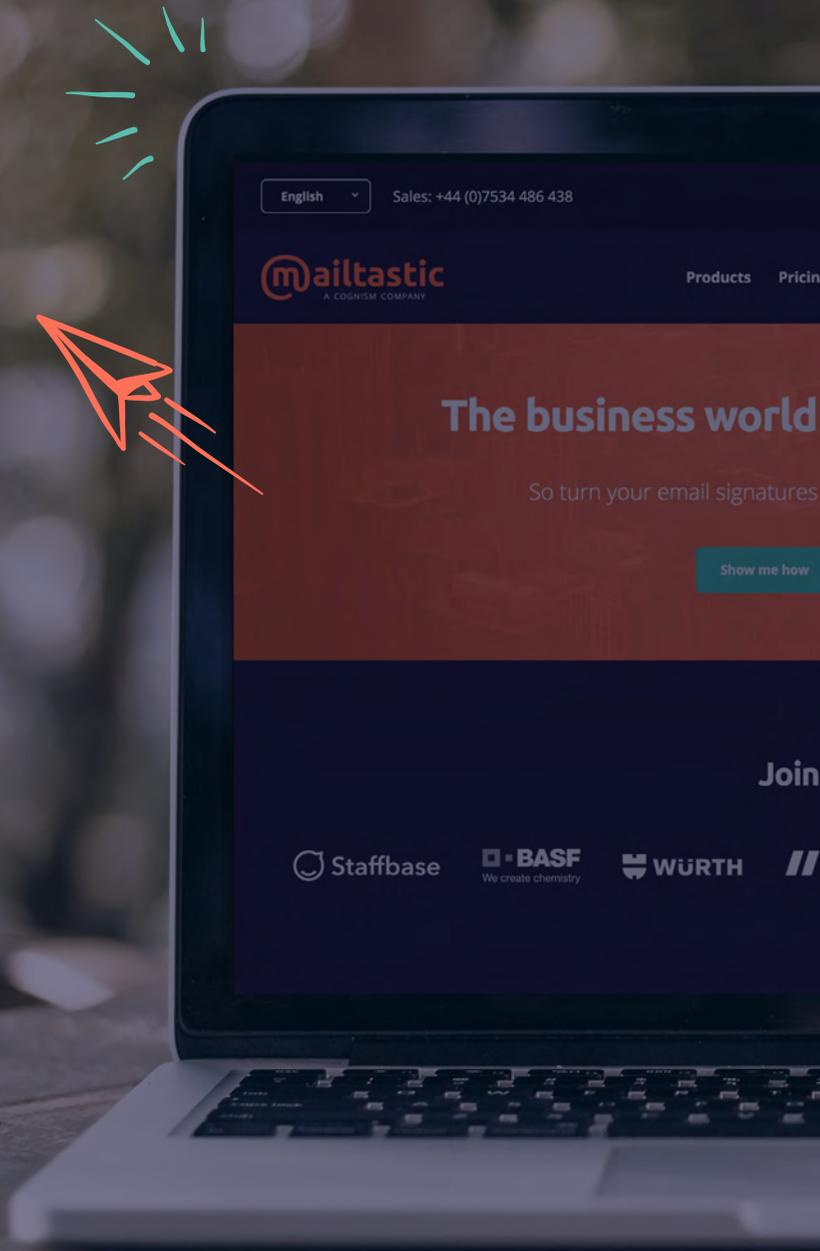
- **Steuerung jeder Mitarbeiter-E-Mail-Signatur von einer zentralen Stelle aus.** Das bedeutet, dass Sie Banner dynamisch aktualisieren können.
- **Macht es möglich, verschiedene Bannerkampagnen für verschiedene Abteilungen zu erstellen.** So können Sie Botschaften für verschiedene Zielgruppen personalisieren.
- **Möglichkeit, die Leistung von Bannerkampagnen in Echtzeit zu messen.** Impressionen und Klickraten helfen Ihnen, Ihre Kampagnen zu optimieren.



E-MAIL-PROGRAMM

- **Keine zentrale Kontrolle der E-Mail-Signaturen der Mitarbeiter.** Das bedeutet, dass einzelne Benutzer ihre Banner manuell ändern müssen oder die IT-Abteilung dies in ihrem Namen tun muss. Dies kann die Konsistenz Ihrer Markenkommunikation beeinträchtigen und ist sehr zeitaufwendig.
- **Keine Möglichkeit, unterschiedliche Bannerkampagnen für unterschiedliche Zielgruppen zu erstellen.** Dies führt zu unpersonalisierten Einheitsnachrichten und Streuverlusten.
- **Keine Möglichkeit, die Effektivität von E-Mail-Bannerkampagnen zu verfolgen oder zu evaluieren.** Das bedeutet, es ist schwer, den Wert Ihrer Kampagnen zu ermitteln.

Es ist zwar theoretisch möglich, E-Mail-Signatur-Marketing ohne eine geeignete, für den Zweck vorgesehene Plattform zu betreiben, aber es wird ohne Zweifel weniger effektiv und weniger leistungsfähig sein.



Wie wählen Sie die richtige E-Mail-Signatur-Marketing-Plattform?

Die Wahl der richtigen E-Mail-Signatur-Marketing-Plattform hängt von Ihrem Budget und Ihrer Unternehmensgröße ab.

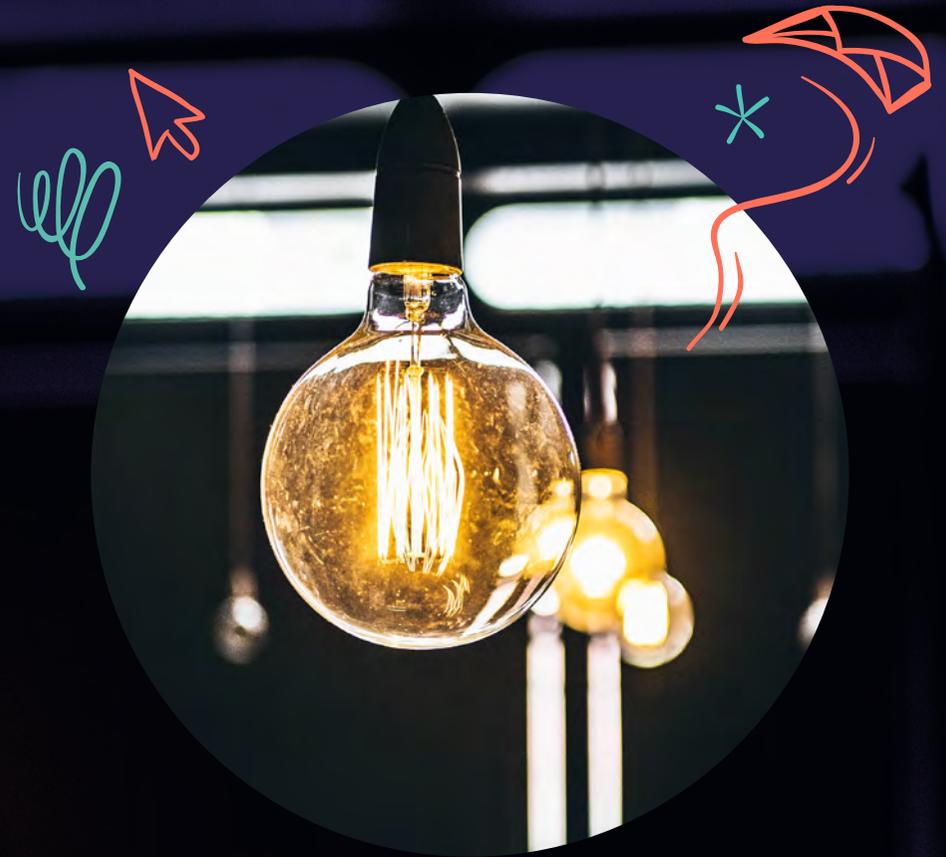
Hier finden Sie eine Übersicht und Einordnung der gängigen Plattformen.

HubSpot & Drift sind am besten für kleine Teams und Budgets geeignet. Drift bietet jedoch mehr Marketing-Mehrwert.

Maltastic, Terminus, Openseense, Newoldstamp, Xink & Templafy vereinen die Verwaltung von E-Mail-Signaturen und den Einsatz als Marketingkanal in einer Plattform. Mit einer Vielzahl von Integrationen sind sie auch für Unternehmen geeignet, die mehrere E-Mail-Systeme nutzen.

CodeTwo bietet Marketing- und Managementfunktionen, aber nur für die 365-Suite von Microsoft.

Wisestamp & Exclaimer sind perfekt für die unternehmensweite Verwaltung von Signaturen geeignet. Aber sie haben keine Marketing-Funktionen. Wenn Sie also lediglich mehr Markenkontrolle und Konsistenz suchen, sind diese Anbieter eine gute Wahl.



Kapitel 4:

Wie setzen andere Unternehmen E-Mail-Signatur-Marketing ein?

Immer mehr B2B-Unternehmen erkennen die Möglichkeiten des E-Mail-Signatur-Marketings.

Aber für die Mehrheit stellt es immer noch eine weitgehend ungenutzte Ressource dar.

Das bedeutet, dass Sie Akzente setzen und Ihren Mitbewerbern einen entscheidenden Schritt voraus sein können.

Hier sind Beispiele von Mailtastic-Kunden:

- Der Hersteller für Industriewerkzeuge Desoutter nutzte Mailtastic, um Traffic für ein Serviceportal zu generieren, auf dem Kunden Ersatzteile nachbestellen konnten. 90 % des Traffics auf dem Portal entstand durch E-Mail-Signatur-Marketing.
- Das Autohaus Spindler erzielte mit Mailtastic mehr als 106.000 E-Mail-Banner-Impressionen in nur einem Monat.
- Die Signatur-Banner vom Papierhersteller Suthor übertrafen sämtliche traditionellen E-Mail-Marketing-Methoden in Bezug auf den ROI.

Zur Suthor-Case-Study

Erfolgreiche Bannerkampagnen von Mailtastic-Kunden

Nachfolgend finden Sie echte Beispiele, wie Mailtastic-Kunden Banner in E-Mail-Signaturen einsetzen. 📧



Ein Großhändler erzielte mit den Signaturbannern von Mailtastic mehr als 161 Millionen Impressionen und eine CTR von mehr als 4%.



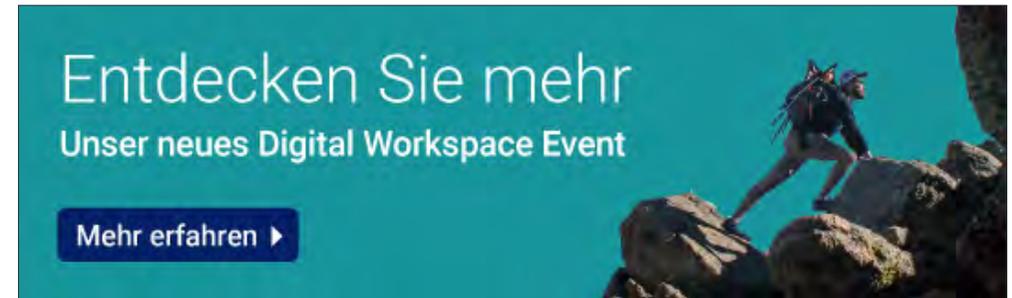
Ein Maschinenbauer erzielte mit Mailtastic 500.000 Klicks zu wichtigen Produktseiten.



Eine B2B-Einkaufsplattform gewann 9 Mio. Website-Besucher durch eine Signatur-Bannerkampagne, die eine saisonale Verkaufsaktion zum Gegenstand hatte.



Eine Unternehmensberatung im Bereich Business Intelligence erzielte eine CTR von 15 % für die neueste Whitepaper-Signaturkampagne.



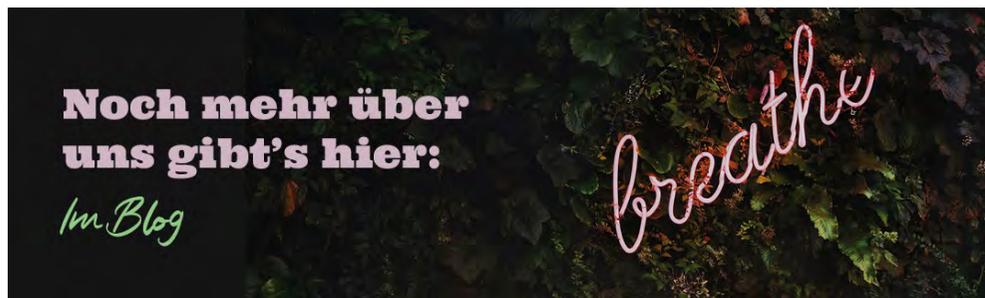
Ein internationaler Dienstleister erzielte eine CTR von 40%, als er zu seiner jüngsten Veranstaltung einlud.



Eine Karriereberatung bewarb seinen Branchen-Newsletter in den Signaturen.



Einer unserer Kunden aus der Investmentbranche generierte mehr als 1 Million Impressionen für seine Webinar-Serie.



Ein Beratungsunternehmen verzeichnete eine CTR von 12% auf die neuesten Blogbeiträge.



Ein Asset Manager bewarb sein digitales Event mit Mailtastic und generierte mehr als 4 Millionen Impressionen.



Ein Autohaus erzielte mehr als 400.000 Impressionen für seine neueste Rekrutierungskampagne.



Ein Anbieter von intelligenten Wartungslösungen verkündete die Eröffnung einer neuen Niederlassung in Asien auch in den Signaturen der Mitarbeiter.



Ein Mailtastic-Kunde nutzte Signaturen für Cross-Selling-Kampagnen bei Bestandskunden.



Mailtastic verwendet personalisierte E-Mail-Signatur-Banner, um Interessenten an Meetings und Demos zu erinnern und so Teilnahmequoten zu verbessern.



Schlussnote:

Los geht's!

Damit wären wir am Ende unseres Handbuchs zum E-Mail-Signatur-Marketing angelangt. Wir hoffen, dass wir Ihnen einen neuen Marketingkanal vorstellen konnten, der sich auch für Ihr Unternehmen lohnen kann.

Und wenn Sie bereit sind, den nächsten Schritt in Ihrem E-Mail-Signatur-Marketing zu gehen, würden wir uns gerne mit Ihnen unterhalten.

Vereinbaren Sie eine Mailtastic-Demo an und nutzen Sie schon bald die das Marketing-Potenzial Ihrer E-Mail-Signaturen!



Lust auf mehr Content?

Hier werden Sie fündig:



**Der ultimative Guide
zur Lead-Generierung
(für den Content-Marketer)**



**10 Schritten zum
professionellen
Signatur-Banner**