

Retailmarketeers benutten e-mailkanaal onvolledig

27-09-2007 00:00

Marketeers maken niet optimaal gebruik van de mogelijkheden van e-mail. Dit ondanks dat e-mail wat betreft klantretentie één van de belangrijkste kanalen is. Dat concludeert het Amerikaanse onderzoeksbureau Silverpop uit de '2007 Retail Email Marketing Study'.

De onderzoekers bekeken de de e-mailcampagnes van 150 grote retailers in de VS en Groot Brittannië. Waaronder Coldwater Creek, Hershey Direct, Marks & Spencer en American Girl.

Marketeers maken volgens het onderzoek niet goed gebruik van de mogelijkheden die voorhanden zijn, ondanks het feit dat e-mail een goed kanaal is voor klantenbinding.

Voorts blijken marketeers het moeilijk te vinden om het aantal abonnees op de nieuwsbrieven te laten groeien. De onderzoekers zagen echter dat heel veel retailers niet eens een registratiebox of link op de homepage zetten. Vooral Britse retailers maken het de consument vaak onmogelijk om makkelijk een abonnement te nemen.