

Grundsätzlich ist RSS für jeden Online-Händler interessant



RSS-Feeds: Technische Spielerei oder mächtiges Marketing-Werkzeug? Wir sprachen mit Nico Zorn, Gründer und Geschäftsführer der auf Internet-Marketing spezialisierten Unternehmensberatung Saphiron (www.saphiron.de) und Autor des www.emailmarketingblog.de.

Schon vor einem Jahr wurde dem RSS-Marketing von vielen Experten eine große Zukunft vorhergesagt. Es hieß, dass es das klassische E-Mail-Marketing ablösen würde. Heute weiß aber immer noch kaum ein Anwender, was RSS überhaupt ist! Kann man also zusammenfassen: Viel Lärm um nichts?

Nico Zorn Keineswegs! Mit dem Kürzel RSS können viele Anwender in der Tat nichts anfangen, trotzdem nutzen viele User die entsprechende Technologie – häufig auch, ohne es zu wissen. So kommt RSS beispielsweise bei beliebten Diensten wie iGoogle oder Mein Yahoo! zum Einsatz, ohne dass der Begriff explizit erwähnt wird. Ein wenig verhält es sich so wie mit dem Kürzel „http“, mit dem viele Endanwender ebenfalls wenig anfangen können. Im Vergleich zur E-Mail ist die Akzeptanz von RSS allerdings in der Tat noch gering, weshalb die

Feeds das E-Mail-Marketing auch in absehbarer Zeit nicht ersetzen werden.

Für wen kann also ein RSS-Feeds sinnvoll sein? Für jeden Online-Händler? Oder nur für solche, die eh ein technikaffines Publikum ansprechen?

Nico Zorn Die Anwender von RSS sind in der Tat häufig besonders technikaffin und haben ein hohes Informationsbedürfnis, wie beispielsweise Blogger oder Journalisten. Grundsätzlich kann RSS aber für jeden Onlineshop sinnvoll sein, sofern die Inhalte stimmen. Ein Beispiel: Für den Betreiber eines Tierfutter-Shops macht es durchaus Sinn, Fachartikel, Tipps und Blogbeiträge als RSS-Feed anzubieten, da er auf diesem Weg mit geringem Aufwand besonders treue „Fans“ und Multiplikatoren (Blogger) erreichen kann.

Zusammengefasst: Was kann gut gemachtes RSS-Marketing leisten und was nicht?

Nico Zorn RSS kann die Kundenbindung intensivieren und erreicht auch die User, die ihre E-Mail-Adresse (noch) nicht angeben wollen. RSS kann als plattformunabhängiges Format die Reichweite erhöhen und zum Beispiel mit mobilen Widgets (Nokia Widgets, www.widsets.com oder Plusmo, www.plusmo.com) einfach auf mobile Endgeräte gebracht werden. RSS sollte jedoch nicht die E-Mail-Marketing-Maßnahmen ersetzen, sondern nur ergänzen.