

TIPPS FÜR EINE ERFOLGREICHE E-MAIL-KAMPAGNE

1. Die richtige Zielgruppe ansprechen

- Die richtige Zielgruppe selektieren: Newsletter-Themen nach Geschlecht, Alter, Interessen, Affinitäten, Special Interest und/oder Einzugsgebiet gruppieren.

2. HTML-Template Gestaltung

- Template nur mit kompletten HTML-Code inklusive Codierung (optimal utf-8) und keine Codeausschnitte.
- Verwenden Sie möglichst „oldfashioned“ HTML mit Tabellen, so können Darstellungsfehler vermieden werden.
- Bilder im HTML sollten auf dem Kundenserver liegen und extern verlinkt sein.
- Online-Version des Newsletters anlegen.
- Ausgewogenes Text-/Bild-Verhältnis: Bilder werden oft geblockt, sodass zum Beispiel der Empfänger erstmal nur weiße Flächen sieht.
- Ein guter Text für das alt-Attribut bewegt den Empfänger dazu, die Bilder freizuschalten.
- Es ist wichtig einen Textanteil in jedem Newsletter zu haben. D.h. zusätzlich zu dem Text für das Alt-Attribut sollte noch ein Text für den Multipart Text-Versand erstellt werden.

3. Betreffzeile

- Halten Sie Ihren Betreff kurz und prägnant.
- Max. 40-50 Zeichen die den Leser neugierig machen und zum Öffnen der Mail bewegen.
- Personalisieren Sie Ihren Betreff um das Interesse des Lesers zu wecken.
- Die wichtigsten Wörter sollten am Anfang stehen, da über mobile Endgeräte der Betreff verkürzt angezeigt wird.
- Vermeiden Sie Sonderzeichen und bestimmte Wörter um den Spam-Filter zu entgehen.
- Nutzen Sie die Chancen eines Preheaders, der Verlängerung Ihrer Betreffzeile – Er bietet dem Leser einen Einblick in das, was im Inhalt Ihres Newsletters folgen wird und ist für die Empfänger Ihres Mailings auf mobilen Endgeräten von großer Bedeutung um Ihre Öffnungsraten zu erhöhen.
- Testen, Testen, Testen! – A/B Tests (mehrfach) vor Versand durchführen, z.B. vorab Betreffzeilen Test an 5% der Komplettversandmenge

4. Aufbau und Inhaltliche Gestaltung des Newsletters

- Newsletter auf Homepage und Landingpages abstimmen: Inhalt, Schriftart, Ausdrucksweise, Design, Bildsprachen, Themen, etc.
- Ausgeglichenes Verhältnis zwischen Fließtext und Bildern
- Legen Sie Wert auf Design. Von qualitativ hochwertigen Fotos bis zu angenehm lesbaren Texten!
- Aufmerksamkeitserregende Überschrift pro Artikel/Thema wählen
- Formulieren Sie Vorteile direkt im ersten Satz
- Beschränken Sie sich auf das Wesentliche, bringen Sie nur die Informationen unter, die den Leser wirklich interessieren und zum Weiterlesen verleiten.
- Verdeutlichen Sie dem Leser warum er IHR Kunde werden sollte und geben Sie Ihnen einen Grund, sich durch Ihre Seite zu klicken.
- Aktivieren Sie die Leser mit interaktiver Gestaltung des Newsletter mit Videos und Bildstrecken.
- Korrekturen – Prüfen Sie Ihren Newsletter vor Versand ausgiebig auf Rechtschreibfehler, Grammatik, aber auch auf die Erreichbarkeit von Bildern und Links über verschiedene Kanäle
- Auch hier gilt: Testen, testen, testen! Lassen Sie Ihre Kunden entscheiden was interessant ist! Nur durch A/B-Tests können Sie Ihren Newsletter kundenorientiert gestalten und stetig optimieren!

5. Call-To-Action: Aktivierung der Leser

- Keine Leads ohne Klicks: Garantieren Sie Ihren Lesern einen leichten Weg zur Landingpage, durch möglichst viele klickbare Banner, leicht erkennbare Buttons und auffällige Textlinks.
- Setzen Sie Call-to-Actions-Buttons ein. Text muss kurz und auffordernd sein, z.B. „Jetzt Vorteil sichern“, „Jetzt kostenlos downloaden“, etc.
- Bauen Sie Social-Media-Verknüpfungen ein um eine Empfehlungsmöglichkeit zu gewährleisten.
- Binden Sie Incentives ein: Gutscheine, Rabatte, attraktive Zugaben oder Gewinnspiele steigern das Interesse des Lesers.

6. Kampagnen-Landingpage

- Für jede Aktion empfehlen wir eine eigene Kampagnen-Landingpage zu gestalten, auf der nur die Informationen erreicht werden die für den Leser interessant sind.
- Landingpage und Newsletter sollten visuell und textlich aufeinander abgestimmt sein.
- Responsive Design: Achten Sie darauf, dass die Landingpage auch auf mobilen Endgeräten angezeigt wird
- Heben Sie den Nutzen/das Angebot für den User deutlich hervor und platzieren Sie dies direkt am Anfang und im sichtbaren Bereich der Landingpage.

- Kommunizieren Sie klar und übersichtlich Ihr Alleinstellungsmerkmal, Ihre Angebot oder das Thema des Newsletters.
- Call-to-Action-Buttons: gut sichtbar und aktivierend.
- Denke Sie daran, dass Informationen nur schnell überflogen werden. Texte sollten strukturiert und kurz gehalten werden. Grafiken, Bilder und Videos die Kampagnenbotschaft unterstützen.
- Formulare: Achten Sie darauf, dass nur das Nötigste (Pflichtfelder) abgefragt wird. Je mehr Felder die User ausfüllen müssen, umso höher die Abbruchraten!
- Denken Sie auch daran, dass Formulare mobil ausgefüllt werden.
- Auch hier gilt: „Testen, testen, testen“ um Ihre Kampagnen Landingpages ständig zu optimieren und weiterzuentwickeln!

7. Tracking

- Tracken Sie das Nutzungsverhalten der E-Mail Empfänger und somit den Erfolg Ihrer Kampagne.
- Wenn Sie Bilder, Links, Buttons, etc. mit Tracking Codes versehen, wissen Sie wie viele Empfänger auf einen Link oder ein Bild geklickt haben. So sehen Sie welche Links, Bilder oder Grafiken, die höchste Relevanz für die Empfänger haben.
- Nur wenn Sie Ihre Kampagne genau messen – können Sie so für zukünftige, lernen und optimieren.

8. Versandsystem

- Wenn Sie eigene Newsletter an Ihre Eigenadressen durchführen wollen, dann informieren Sie sich über die verschiedenen Versand-Systeme und entscheiden Sie bewusst, welches für Sie und Ihr Unternehmen am meisten Sinn macht, welches die Zustellung fördert, die Lesbarkeit auf allen Geräten ermöglicht und zudem optisch ansprechend ist.
- Für die Neukunden-Gewinnung erfolgt der Versand über den Listeigner.

9. Rechtliche Aspekte

- Opt-In: E-Mail Adressen dürfen nur verwendet werden wenn die Einwilligung der Empfänger durch das Double-Opt-In Verfahren erfüllt ist.
- Impressum: Ein Impressum ist Bestandteil des Newsletters.
- Abmeldelink: Der User muss jederzeit die Möglichkeit haben sich vom Newsletter Versand wieder abzumelden.