

# Ratgeber E-Mail Marketing

## Die Do's and Don'ts



## Was Sie unbedingt beachten sollten:

### Ein strukturiertes Konzept führt zum Erfolg

Für erfolgreiches E-Mail Marketing brauchen Sie nicht nur eine gute Software-Lösung, die Ihre Anforderungen erfüllt, sondern auch ein gutes Gesamtkonzept für Ihre Kommunikation. Überlegen Sie daher zuerst, was Sie mit Online-Dialogmarketing erreichen wollen. Unterschiedliche Kommunikationsziele können oft auch kombiniert werden:

- ✎ **Service:** Sie liefern notwendige Informationen, die Ihre Zielgruppe im Alltag gebrauchen kann. Das macht Sie sympathisch, zeigt Fachkompetenz und stellt eine gute Imagewerbung für Sie dar.
- ✎ **Unterhaltung:** Entertainment-Inhalte sind nicht zu unterschätzen. Sowohl im Privatbereich als auch in Business-Kampagnen können unterhaltsame Inhalte dazu führen, dass Ihre Marke positiv wahrgenommen und Ihre Botschaft besser transportiert wird.
- ✎ **Verkauf:** Produktverkauf funktioniert über E-Mail Kampagnen hervorragend. Sie funktionieren wie ein Schaufenster mit dem Unterschied, dass Ihre Besucher nicht zufällig vorbeikommen, sondern möglichst regelmäßig Infos erhalten.

### Kommunizieren Sie klar und prägnant

Je deutlicher Ihre Botschaft beim Empfänger ankommt, desto mehr Erfolg werden Sie haben. Die Texte sollten daher kurz und prägnant formuliert werden, die Inhalte übersichtlich und verständlich aufgebaut sein. Wichtig ist darüber hinaus, nicht zu viele Themen auf einmal zu kommunizieren. Konzentrieren Sie sich auf ein Hauptthema und überrumpeln Sie den Empfänger nicht mit zu viel Information.

### Überzeugen Sie Ihre Empfänger mit der richtigen „Message“

E-Mail Kampagnen brauchen eine „Message“. Steht hinter Ihrem Newsletter ein konkretes Ziel und hat Ihre Kampagne eine klare „Message“, werden Sie beim Empfänger überzeugen. Planen Sie daher im Vorfeld, was Sie mit ihrem E-Mail Newsletter kommunizieren wollen und legen Sie Ziele fest, die damit erreicht werden sollen. Legen Sie, soweit möglich, jeder E-Mail Kampagne eine klare „Message“ bzw. ein Thema zugrunde.

E-Mail Newsletter Marketing ist die perfekte Ergänzung zu klassischen Medien und Social Media Kommunikation. Der Erfolg liegt im richtigen Mix für Ihre Branche.

## **Versenden Sie in regelmäßigen Abständen**

Sie sollten versuchen auf regelmäßige Versand-Intervalle zu achten. Immerhin haben sich die Empfänger bewusst (Opt-in Anmeldungen) zu Ihrem Newsletter angemeldet und erwarten daher auch in regelmäßigen Abständen Informationen von Ihnen. Generell gilt jedoch: lieber eine Kampagne weniger, wenn keine Inhalte mit Mehrwert für den Empfänger vorhanden sind.

## **Personalisieren Sie Ihre Kampagnen**

Im Posteingang des Empfängers konkurriert Ihr Newsletter mit vielen anderen Mailings. Um die Aufmerksamkeit des Empfängers auf sich zu lenken, bietet sich eine Personalisierung von E-Mails an. Dies erreichen Sie neben einem individuellen Betreff z.B. durch Inhalte und Sprachstil, die zum Alter des Empfängers passen, persönliche Produktempfehlungen (wie: „Das könnte Ihnen auch gefallen“), Versand von Trigger-Mails (Geburtstag, Jubiläum, etc.), individuelle Themen-Newsletter, etc. Nutzen Sie zur Personalisierung Ihrer E-Mail auch die Informationen aus umfangreichen Statistiken auf Kampagnen- und Empfänger-Ebene.

## **Formulieren Sie den Betreff kurz und knapp**

Jeder Newsletter beginnt mit der Betreffzeile, die darüber entscheiden kann, ob die Nachricht überhaupt zur Kenntnis genommen wird. Allgemein gilt, dass die Betreffzeile in wenigen Worten kurz und knapp ausdrücken sollte, was den Leser beim Öffnen der Nachricht erwartet.

## **Passen Sie Ihr Newsletter-Layout an**

Will man mit E-Mail Marketing nachweislich Erfolg haben, reicht es schon längst nicht mehr aus einen einfach gestalteten Newsletter zu versenden. Newsletter-Kampagnen müssen genauso professionell aussehen wie Ihre Marke, Ihr Unternehmensdesign oder Ihr Produkt. Versenden Sie Ihren Newsletter daher nicht mit „irgendeinem“ Layout-Template. Wichtig ist, dass sich Ihr Unternehmen klar im Layout widerspiegelt (an CI anpassen). Darüber hinaus ist die optimale Darstellung Ihres Newsletters in den wichtigsten Browser bzw. Desktop- und Webmail-Programmen aber auch auf mobilen Endgeräten wesentlich.

Ein mobiles Template (Responsive-Design) ist daher ein MUSS!

## **Setzen Sie einen Call-to-Action Button ein**

Besonders effektiv ist ein Call-to-Action, der den Empfänger dazu auffordert, auf den Link zu klicken, der ihn direkt zu dem beschriebenen Angebot auf die Website führt. Der Call-to-Action Button sollte sich möglichst weit oben in der E-Mail (z.B. im „Hero“-Artikel im sichtbaren Bereich) befinden, damit er nicht übersehen wird. Zeigen Sie dem Newsletter-Empfänger klar und deutlich, was er tun soll und gewinnen Sie ihn so für die angeworbene Aktion!

## **Was Sie vermeiden sollten**

### **✎ Newsletter ohne Mehrwert**

Senden Sie Ihre Newsletter-Kampagne nicht nur wegen der regelmäßigen Versandfrequenz aus. Dies führt zu Desinteresse des Empfängers und in weiterer Folge zu einer Newsletter-Abmeldung. Senden Sie nur dann einen Newsletter aus, wenn Sie auch etwas zu sagen haben bzw. der Inhalt einen Mehrwert für den Empfänger darstellt!

### **✎ Zu lange Inhalte**

Versuchen Sie ausschweifende Texte zu vermeiden. Diese schrecken die Empfänger nicht nur vom Weiterlesen ab, sondern verwehren ihnen auch die Möglichkeit wichtige Informationen herauszufiltern.

### **✎ Schwer lesbare Schriftarten und Farben**

Ihr Newsletter sollte nicht nur gut strukturiert und klar formuliert sein, wichtig ist auch eine gut lesbare Schrift zu wählen! Hier spielen sowohl die Schriftart, sowie auch Schriftgröße und die ausgewählte Farbe der Schrift eine große Rolle.