

Schutzausrüstung für Ihr E-Mail-Marketing

Was wollen Sie erreichen?

- Kosten einsparen
Einer der wichtigsten Gründe für E-Mail-Marketing sind die geringen Versandkosten. Trotzdem ist es oft nicht ratsam, ganz auf Briefe zu verzichten. Übrigens: Brief und E-Mail ergänzen sich prima. Die größte Wirkung entfaltet die Ansprache, wenn Sie beide Medien kombinieren.
- Image verbessern
- Produkte und Dienstleistungen verkaufen
= dickes PLUS! Leser können bequem per Mausclick ordern. Hier spricht man von **E-Mailing**. Der Versand erfolgt meist unregelmäßig.
- Kundenkontakt intensivieren.
Hier spricht man von **Newsletter-Marketing**: Unternehmen geben aktuelle und interessante Informationen weiter, die von Relevanz für die Kunden sind. Der Newsletter geht meist regelmäßig raus.⁵ Service verbessern

Was erwarten Ihre Empfänger?

Sie wollen

- gefragt werden, bevor Sie immer wieder eine E-Mail von Ihnen erhalten
- sich problemlos wieder abmelden können
- ohne technische Komplikationen lesen können
- interessante Inhalte
- konkreten Nutzen

Woher bekommen Sie Ihre Adressen?

Sie dürfen niemandem eine E-Mail schicken, der Ihnen nicht vorher die Erlaubnis dazu erteilt hat.

- Auf Ihrer Webseite bieten Sie wertvolle, kostenlose Informationen an, die der Interessent anfordert und anschließend über E-Mail erhält.
- Sie kaufen oder mieten E-Mail-Adressen (Double-Opt-in-Adressen = ausdrückliches Einverständnis zur Zusendung von Werbung muss vorliegen)

Wie gestalten Sie Ihre E-Mails? (*)

- Schnell: Wichtiges gleich zu Anfang, kurze Sätze, kurze Wörter
- Übersichtlich: kurze Absätze, Hyperlinks, Handlungsaufforderung

- Lebendig: bildhafte Sprache, viele Hauptsätze . wenige Nebensätze, mehr Verben . weniger Substantive. Im Text muss etwas passieren!
- Wertvoll: Wissensvorsprung! Handfeste Vorteile! Greifbarer Nutzen! Erkennbarer Mehrwert!
- Direkt: wohl überlegte Call-to-Action, in Form von Hyperlinks oder verlinkten Bildern, die beispielsweise auf Ihre Landingpage führen.

Wie versenden Sie Ihre E-Mails?

- Korrekte Auslieferung
- Bereitstellen wichtiger Kennziffern und Messwerte
- Automatische Abonnenten-Verwaltung

Übrigens: Das Know-how über E-Mail-und Newsletter-Marketing füllt ganze Bücher. Unbestrittener Experte auf diesem Gebiet ist Torsten Schwarz. Der Inhalt dieser Seite entstammt zum Teil einem seiner zahlreichen E-Books.

Esther Nestle
Marketing-werbetexte.de
0152 3373 6925