

DAS ABC DES E-MAIL MARKETING



GRAPHIC MAIL 



E-Mail Marketing ist eines der effektivsten Marketingkanäle im Internet. Mit E-Mail Marketing können Sie Ihre Website promoten, mit Kunden interagieren, spezielle Angebote kommunizieren und Ihre Markenbekanntheit ausbauen – um nur einige Einsatzgebiete zu nennen!

Und wenn Sie es richtig umsetzen, können Sie damit kostengünstig eine große Zielgruppe erreichen und beispielsweise zum Kauf motivieren.

Aber wo und wie fängt man an, wenn man neu auf diesem Gebiet ist?

Hier ist unser einfach verständliches White Paper für diejenigen, die gerade am Anfang stehen und daran interessiert sind, in diesem spannenden, sich immer weiterentwickelndem Feld zu arbeiten.



A - Freunde bzw. Leser gewinnen

In der Schule war es noch einfach, neue Freunde zu finden. Ihre E-Mail Marketing Bemühungen sollten sich ebenfalls darauf konzentrieren, neue Freunde bzw. Leser für sich zu gewinnen. Denn was nützt es, einen attraktiven Newsletter zu gestalten, wenn man keine Leser hat, an die man den Newsletter versenden kann.

Hierfür ist es wichtig, gewisse „Regeln“ beim Anmeldeprozess zu Ihrem News-

letter zu beachten und den Prozess auf Ihre Bedürfnisse anzupassen.
Das bedeutet:

Fragen Sie Ihre potentiellen Kunden, ob Sie Infos von Ihnen erhalten möchten

Gestalten Sie ein individuelles Opt-In Anmeldeformular und linken Sie von verschiedenen Unterseiten Ihrer Website darauf. Es sollte auf jeden Fall Ihr Logo enthalten und Ihren Unternehmensauftritt und das Markengefühl widerspiegeln. Neue Abonnenten entscheiden sich oft aufgrund von ästhetischen Aspekten für oder gegen einen Newsletter. Gehen Sie außerdem sicher, dass Ihre Anmeldung nicht mit der Website beginnt und gleichzeitig dort endet – es ist z.B. sehr einfach, das Anmeldeformular auf der Facebook Fanpage zu integrieren und dadurch eine größere Reichweite zu erzielen.

Holen Sie relevante Infos von Ihren Lesern ein

Fragen Sie Ihre Anmelder nach ihrem Namen, der Telefonnummer, Wohnort und welche Interessen sie haben. Sie können all diese Informationen in Ihrem Anmeldeformular sammeln. Je mehr Sie über Ihre Leser wissen, umso besser können Sie auf diese eingehen und gezielte E-Mails senden.

Seien Sie höflich und freundlich

Das bedeutet, dass Sie zu einer „Dankeschön“ – Unterseite linken können oder **Autoresponder** einstellen z.B. mit einer Willkommens-E-Mail oder einer Mail mit einem Opt-In Aktivierungslink. Verhalten Sie sich ebenso professionell bei Abmeldern, indem Sie einen Abschieds-Autoresponder einstellen.

B – Machen Sie Ihre Hausaufgaben

Es gibt nichts Nervigeres als Hausaufgaben zu erledigen! Aber Ihre E-Mail Kampagne mit Sinn und Verstand aufzubauen, erspart Ihnen später viel Ärger und Arbeit. Das Sammeln von relevanten Informationen und die gründliche Planung sind der Schlüssel zu einer erfolgreichen E-Mail Marketing Kampagne:



Betreiben Sie Recherche

... und erstellen Sie relevante Inhalte für Ihre E-Mails. Stellen Sie sicher, dass Ihr Inhalt die Interessen Ihrer Leser abdeckt und nur das beinhaltet, wonach der Abonnent auch gefragt hat.

Halten Sie es einfach und lesbar

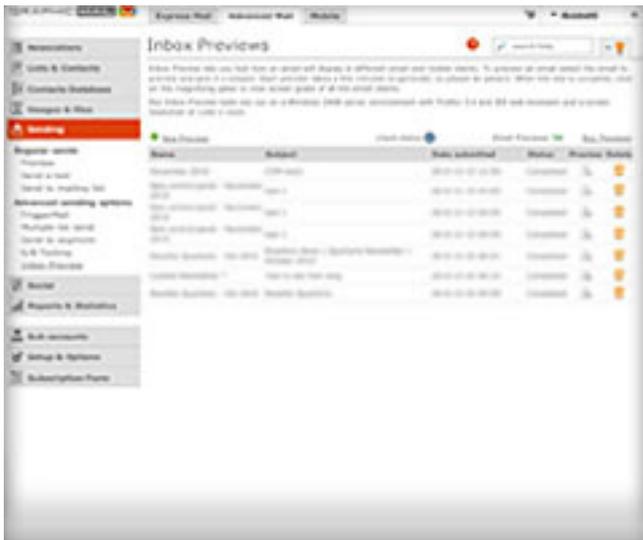
Strukturieren Sie Ihren Text und kommunizieren Sie einfach, was Sie Ihren Lesern mitteilen möchten. Beachten Sie folgende Punkte wenn Sie Ihre Betreffzeile und Ihr Layout erstellen:

- Zweispaltige E-Mails ermöglichen Ihnen, Ihre Nachrichten zu pushen und Promotions und Funktionen im unteren Bereich der E-Mail zu integrieren.
- Einspaltige E-Mails sind sehr gut bei einfachen Nachrichten einsetzbar und lassen sich optimal auf mobilen Endgeräten abrufen.
- Eine Promotion könnte eher eine „Postkarte“ mit großen und wirkungsvollen Bildern sein.
- Eine Einladung könnte eine zweite Spalte beinhalten, in der das Event, der Ort und die Zeit separat von der Nachricht kommuniziert wird.

Ihre Abonnenten schätzen informativen und relevanten Inhalt sowie eine visuell spannend aufgebaute E-Mail. Gehen Sie sicher, dass Ihre E-Mail im Posteingang Ihrer Empfänger heraussticht.

OU...LOOK ...MAIL ENT...URAGE HO...MAIL LOTU...

C – Versenden Sie vorab Tests



Bevor Sie Ihre Newsletter versenden, sollten Sie einige Tests durchführen um z.B. zu sehen, welche Betreffzeile am Besten ankommt, wie Ihr Newsletter in den verschiedenen E-Mail Clients dargestellt wird und wie die E-Mail von Spamfiltern bewertet wird.

Hier sind einige Tipps, worauf Sie Ihre E-Mail testen sollten:

Testen Sie die Formatierung Ihres Newsletters über mehrere E-Mail Clients wie Outlook 2003, Outlook 2007, Lotus, Applemail, Thunderbird, etc. und Webmail Services (wie AOL, Gmail, Yahoo Mail, Hotmail, etc.) - Alle stellen E-Mails ein bisschen anders dar. GraphicMail lässt Sie Ihre Newsletter in all diesen Clients über ein kleines Inbox-Preview-Tool testen.

10/10 A+

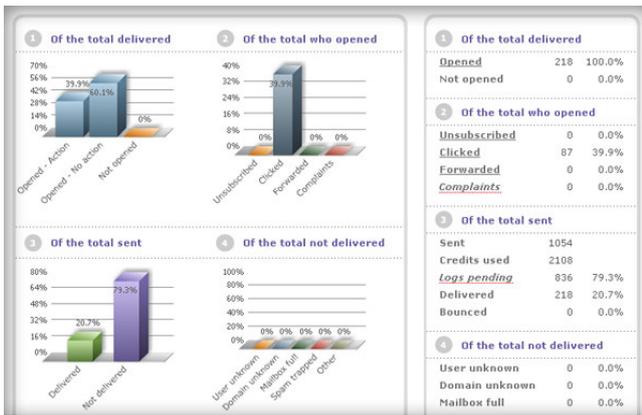
Testen Sie die Zustellbarkeit über verschiedene E-Mail Clients

Der Textinhalt einer E-Mail sowie kritische Betreffzeilentexte (Wörter wie gratis, kostenlos, Großbuchstaben und Ausrufungszeichen) können Mailserver dazu veranlassen, E-Mail zu blocken.

Wenn Ihre E-Mail also in einem Spam-Ordner landet, sollten Sie einige Ausdrucksweisen verändern und erneut testen. Nutzen Sie den [Spam Checker](#), der Ihnen in Ihrem GraphicMail Account zur Verfügung steht!

Hier ist ein kleiner Spickzettel

Dies ist eine kleine Liste mit den wichtigsten Schritten, und mit den häufigsten



Fehlern, die bei der Gestaltung, Auswertung und dem Versand im Auge behalten werden sollten:

1. Ist Ihre E-Mail frei von Rechtschreibfehlern?

2. Komme ich auf den Punkt und ist mein Inhalt relevant für meine Zielgruppe?

3. Welche Betreffzeile wird meine Leser dazu veranlassen, meine E-Mail zu öffnen?

4. Sind meine Bilder gut platziert und bilden sie ein gutes Gleichgewicht zur Textmenge?

5. Habe ich Alternativtext zu meinen Bildern hinzugefügt?

6. Habe ich den Spam Check durchlaufen?

7. Testen Sie Ihren Newsletter und lassen Sie den Spam Check durchlaufen. Beseitigen Sie Fehler wenn nötig!

8. Senden Sie Ihren Newsletter aus.

Jetzt sind Sie fertig und können darauf warten, dass die Telefone heiß laufen.

TWEET!



D - Holen Sie sich Ihr Zeugnis ab

Wir alle kennen das ungute Gefühl in der Magengegend wenn der Lehrer einem das Schulzeugnis aushändigt. Hat sich die harte Arbeit ausgezahlt? Haben sich

die Ergebnisse verbessert? Eine E-Mail Kampagne ist wie das Ergebnis eines Schultests – sie ist messbar und ein klarer Indikator für die eigenen Leistungen.

Hier sind einige Tipps, um Ihre Ergebnisse zu verstehen und richtig zu deuten:

- Wie viele Ihrer E-Mails wurden zugestellt und wie viele „gebounced“?
- Wie viele Empfänger haben Ihre E-Mail geöffnet?
- Wie viele Links wurden geklickt?
- Welche Links wurden geklickt? Wie viele Leser haben Ihren Newsletter weitergeleitet oder über Ihre Social Networks gestreut? Wer hat diese Funktionen genutzt und welche Social Networks wurden genutzt?

Ihre [Statistiken](#) sagen Ihnen, wo Sie brilliert haben und wo es Handlungsbedarf gibt – sowohl in der Schule als auch im E-Mail Marketing. Diese Ergebnisse sind Ihr Richtungsweiser für die nächsten E-Mail Kampagnen.

The screenshot shows a web interface for creating an A/B test. The breadcrumb trail is "Sending > Regular Sends > A/B Testing > Create A/B Test". The main heading is "Create a new split test". The form includes the following fields and options:

- A/B test name: "My Test"
- I would like to test my: Email newsletters, Newsletter subject line
- Email newsletter A: Select folder: "- Templates", Select email: "_template01"
- Email newsletter B: Select folder: "- Templates", Select email: "_template02"
- Newsletter subject line: "Special Offer"
- From (name): "Joe"
- From (email): "joe@mycompany.com"
- Send newsletter to this mailing list: "*** All Active Accounts - Do Not"
- Schedule date and time for the test send: "4/6/2010" at "7:00"
- Set percentage of mailing list to send to: "50%"
- Select the winner by: "most opens"
- Send to the remaining percentage of the mailing list: using automated sends, manually
- Compare results after (hours): "12"

Buttons for "back" and "save" are located at the bottom right.

E - Außerschulische Aktivitäten

Schule findet nicht nur in den Klassenräumen statt, sondern auch auf dem Fußballplatz, in der Schulband oder in der Foto-AG. Mit E-Mail Marketing verhält es sich ähnlich – es spielt sich nicht nur innerhalb des Posteingangs ab! Nutzen Sie auch zusätzliche Features wie die Verlinkung zu Ihren Social Networks durch Integration von [Social Widgets](#) in Ihren Newsletter. So können Ihre Leser interessante Themen schnell und einfach tweeten oder auf Ihrer

Facebook Page posten. Oder fügen Sie Ihrem Template einen „Gefällt mir“-Button hinzu.

Wir bei GraphicMail sind auf den Social Networks-Zug aufgesprungen, um Ihnen die Chance zu geben, die Präsenz Ihres Unternehmens oder Produktes problemlos zu erhöhen (z.B. indem Sie Ihren Newsletter auf Facebook und Twitter veröffentlichen).

Es ist so einfach, Ihre Newsletter mit Freunden und Followern Ihrer Social Networks zu teilen.

Genauso schnell wie sich Gerüchte verbreiten, können sich jetzt auch Ihre News über das Internet verbreiten.

Und das Beste an der Sache? Als Teil Ihrer Statistiken und Analysen können Sie auch Ihre Social Share Statistiken auswerten – das bedeutet, Sie können sehen, wie viele Leser Ihren Newsletter geteilt haben, wer diese Leser sind und auf welchen Social Networks Ihre Newsletter geteilt wurden.

Heutzutage ist es für jeden selbstverständlich, ein Handy zu besitzen und das Versenden von Textnachrichten ist ein bevorzugter Weg der Kommunikation. Beschränken Sie Ihre wichtigsten Botschaften also nicht auf den E-Mail Versand! Seien Sie mutig und schließen Sie sich den „Coolen“ in der Klasse an - versenden Sie Text / SMS-Kampagnen oder noch besser:

Gestalten Sie völlig kostenlos eine Mobile Site und leiten Sie Ihre Leser über einen Text-Link in einer SMS auf diese Seite.

[Lesen Sie mehr.](#)



F - An der Klassenspitze

Hier sind einige erweiterte E-Mail Marketing Tools, die Ihnen helfen werden, aus der Masse herauszustechen.

Gehen Sie sicher, die besten Testergebnisse zu erzielen

Stellen Sie sich vor, Sie wüssten die Antwort eines Tests bevor Sie ihn ausgehändigt bekommen. [A/B Split Tests](#) lassen Sie genau das wissen, indem sie alternative Betreffzeilen oder Layouts an einer kleinen Gruppe Ihres Abonnenten-

tenstamms testen, bevor Sie Ihren Newsletter dann an die gesamte Liste (bzw. die übrige Liste) senden.

Machen Sie Ihre Hausaufgaben im Schlaf

Während Sie gerade etwas anderes erledigen oder Ihre Freizeit genießen, automatisieren Autoresponder Ihre E-Mail Kampagnen, sodass die richtige Nachricht zur richtigen Zeit an den richtigen Empfänger geht.

Schlagen Sie zwei Fliegen mit einer Klappe

Nachdem Sie einen Blogartikel gepostet haben (oder einen RSS Feed aktualisiert haben), verpacken Sie ihn in einer attraktiven E-Mail und senden Sie ihn an Ihre Abonnenten!

Integrieren Sie Ihr E-Mail Marketing mit Open Source Networks und Google Analytics

GraphicMail bietet Plug-Ins für die Integration mit Joomla, Wordpress und Drupal und unterstützt die Integration von Google Analytics. Mit der GraphicMail API lassen sich Ihre Kundendatenbank, Ihr CRM- oder CMS-System oder der „Einkaufswagen“ Ihres Online-Shops mit Ihren GraphicMail-Daten verknüpfen. [Lesen Sie mehr.](#)

Erhalten Sie Newsletter-Kommentare

Ist es nicht genau das, was wir erreichen möchten - Feedback von unseren Lesern zu erhalten? Zu sehen was sie bevorzugen oder ablehnen, welche Themen sie kommentieren und welche Meinung sie haben? Deshalb hat GraphicMail daran gefeilt, Ihre E-Mails freundlicher für den Kundendialog zu gestalten. Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, durch eine integrierte Kommentarbox im HTML-Newsletter direkte Kommentare von Lesern zu erhalten. [Sehen Sie hier, wie es funktioniert.](#)



ENDE

