



Unterwegs zum Ziel . . .

Regeln für **erfolgreiche E-Mails**

Quelle: Thorsten Schwarz
<http://www.absolit.de/checklisten.htm>



Erfolgreiche E-Mails sind:

Relevant, interessant, nutzenorientiert und persönlich:

E-Mails können jederzeit abbestellt werden. Um das zu verhindern, muss der Inhalt relevant, interessant, nutzenorientiert und persönlich sein.

Kurz, prägnant, präzise:

E-Mails werden schnell gelesen. Deshalb kurze Sätze verwenden, in denen sofort präzise der wesentliche Kundennutzen erläutert wird.

Inhalt statt Layout:

Standard-E-Mail-Programme erkennen keine Layout-Funktionen. Die minimalen Gestaltungsmöglichkeiten erfordern umso mehr Aufwand beim Texten.

Betreff mit Kundennutzen:

Die Betreffzeile entscheidet darüber ob eine E-Mail geöffnet wird. Daher sollte der Kundennutzen deutlich erkennbar sein und neugierig darauf machen, die Mail zu lesen.



Erfolgreiche E-Mails

sind persönliche statt Standardmails:

Via E-Mail ist es einfacher, an unterschiedliche Kundensegmente unterschiedliche Mailings zu versenden. Nutzen Sie die Chance zur Personalisierung.

legen die Adressenverwendung offen:

Haben Sie Ihren Kunden gesagt wozu Sie ihre Adresse verwenden?

holen Zustimmung ein:

Haben die Empfänger Ihres E-Mail-Newsletters diesem Abonnement explizit zugestimmt?

verhindern einen Fremdeintrag:

Verhindern Sie, dass jemand ungefragt Ihren Newsletter erhält, weil ein anderer seine Adresse eingetragen hat?

machen die Abbestellung leicht:

Deutlich sichtbare Möglichkeit mit einer einfachen Prozedur.



Erfolgreiche E-Mails

sind personalisiert:

Sind Ihre Nachrichten persönlich auf den Empfänger zugeschnitten?

sind relevant:

Sind Ihre Nachrichten für den Empfänger wichtig und relevant?

lassen Selbstbestimmung zu:

Kann Ihr Empfänger z. Bsp. selbst Frequenz und Themen einstellen?

schützen Daten:

Sagen Sie deutlich, welche Daten Sie zu welchem Zweck speichern!



Praktische Umsetzungsregeln

- ✓ Sie-Ansprache
- ✓ Persönliche Anrede
- ✓ Wichtiges gleich zu Anfang
- ✓ Wichtigstes Argument im Betreff oder im ersten Absatz
- ✓ Kurze Sätze – maximal 10 Worte
- ✓ Füllworte entfernen
- ✓ Substantive durch Verben ersetzen
- ✓ Hyperlinks auf Detailinhalte
- ✓ Schreibfehler durch Prüfprogramm oder Gegenlesen vermeiden
- ✓ Auf inhaltliche Verständlichkeit überprüfen („Hausmeistertest“)
- ✓ Sagen Sie dem Leser, was er tun soll (Call to Action)
- ✓ Möglichkeit zum Weiterempfehlen einrichten
- ✓ Kontaktdaten/Impressum am Ende hinterlassen!
- ✓ Hyperlink auf Formular zum Abbestellen der Mail
- ✓ Auswahl zum Abbestellen anbieten für HTML oder Textmail



Praktische Umsetzungsregeln für Text-Mails

- ✓ Zeilenlänge maximal 70 Zeichen
- ✓ Absätze maximal 5 Zeilen
- ✓ Keine Tabellen mit Leerzeichen "basteln"
- ✓ Keine GROSSBUCHSTABEN
- ✓ Spiegelstriche zur Auflockerung verwenden



Praktische Umsetzungsregeln für HTML-Mails

- ✓ Layout der Website übernehmen
- ✓ Standard-Schriftarten: Times, Arial
- ✓ Schriftgröße mindestens 11-Punkt
- ✓ Hintergrund hell, damit ausdrückbar
- ✓ Kontrast Hintergrund/Schrift ausreichend



Praktische Umsetzungsregeln für die Technik

- ✓ Response auf Hyperlinks messen
- ✓ Adressen im CC-Feld vermeiden
- ✓ Archiv alter Newsletter
- ✓ Attachments vermeiden



Unterwegs zum Ziel . . .

Wer sein Ziel kennt, findet den Weg.
(Lao-tse) .



Unterwegs zum Ziel . . .

Dipl.-Designerin Anne Ammann
Corpora Profiler
Syrlinstraße 3
D-89073 Ulm

Telefon: + 49 (731) 9 21 33 93

Telefax: + 49 (731) 9 21 33 94

info@ammann-design-konzepte.de

www.ammann-design-konzepte.de

www.ammann-grafik.de