

NEWSLETTER TIPPS

#1 Preheader

1

WIEDERHOLEN SIE NICHT DEN BETREFF

Nutzen Sie den Preheader stattdessen, um einen Aspekt der E-Mail hervorzuheben, die USPs* Ihres Angebotes zu unterstreichen, eine provokative Frage zu stellen, auf einen Fristablauf hinzuweisen oder die Leserschaft in den Anfang des Newsletters eintauchen zu lassen. (*Alleinstellungsmerkmale)

2

ERZEUGEN SIE DRINGLICHKEIT

Das Mittel der Dringlichkeit eignet sich auch für den Preheader. Indem Sie den Lesern und Leserinnen ein auslaufendes Angebot unterbreiten, erhöhen Sie die FOMO (fear of missing out). Achten Sie jedoch unbedingt darauf, an dieser Stelle authentisch zu bleiben.

3

NUTZEN SIE EMOJIS ALS FARBTUPFER

Indem Sie Emojis im Preheader Ihrer E-Mails verwenden, stechen Sie aus der Masse hervor. Sie verhelfen Ihrer Botschaft mittels Symbolik zu mehr Ausdruck und geben Ihrem E-Mail-Preheader einen Farbtupfer – aber nicht übertreiben, sonst landen Sie im SPAM.

4

NENNEN SIE ABONNENTEN BEIM NAMEN

Personalisierte Inhalte sind auch im E-Mail-Marketing ein wichtiges Hilfsmittel, um das Vertrauen und die Aufmerksamkeit der Leserschaft zu erobern. Sie können den Empfänger Ihrer E-Mail jedoch nicht nur in der Grußformel persönlich ansprechen. Nein, bereits im Preheader ist der richtige Moment, um die Kommunikation auf Augenhöhe zu bringen.

Mithilfe von Feldfunktionen mit Platzhaltern können Sie den Namen der betreffenden Person automatisiert einfügen lassen und so bereits im Posteingang Eindruck schinden.

NEWSLETTER TIPPS

#2 Versand



DER VERSANDZEITPUNKT IST WICHTIG

Die ersten Stunden direkt nach dem Versand Ihres Newsletters sind die, auf die es ankommt: Hier entscheidet sich, wie erfolgreich der Newsletter ist, das heißt, wie viele EmpfängerInnen Ihren Newsletter öffnen, lesen und auf den Call-to-Action Button klicken.



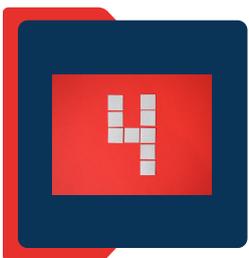
WANN IST DER BESTE MOMENT?

Die beste Uhrzeit und der perfekte Tag für den Versand hängen stark von der jeweiligen Zielgruppe ab und wie deren Alltag beeinflusst wird. Deshalb lassen sich auch kein optimaler Wochentag oder eine konkrete Uhrzeit für den Versand nennen, die so für Ihre gesamte Empfängerliste gelten.



KENNEN SIE IHRE ZIELGRUPPE?

Je mehr Sie über Ihre Zielgruppe wissen, desto besser. Indem Sie verschiedene Merkmale wie z. B. Alter, Geschlecht, Beruf, Position, Wohnort oder Kaufverhalten in Kombination betrachten, finden Sie heraus, wann Ihre EmpfängerInnen am besten erreichbar sind.



DURCH TRACKING DIE BESTE ZEIT FINDEN

Um die beste Zeit zum Versenden Ihres Newsletters herauszufinden, sollten Sie außerdem einen Blick auf die User-Aktivität auf Ihrer Website werfen. Dazu können Sie ein Tracking-Tool wie z. B. Matomo nutzen. Die Zeit, in der viele User auf Ihrer Website sind, ist eine gute Zeit für den Versand Ihres Newsletters.