

## NEWSLETTER-MARKETING

Newsletter sind ein ideales Instrument, sich bei der Zielgruppe in Erinnerung zu halten, aber auch um bestehende Kontakte zu pflegen. Außerdem verursachen Sie keine direkten Kosten.

### **Wieso wird dieses Medium trotzdem so wenig genutzt?**

Ein großes Problem stellt sehr oft der technische, aber auch der organisatorische Aufwand dar. Dazu kommt, dass unprofessionelle Newsletter mehr Schaden anrichten können, als sie Gutes tun.

**Befolgen Sie für ein effektives Newsletter-Marketing folgende Punkte und lernen Sie darüber hinaus bei jedem Ihrer versandten Newsletter, um diesen zu perfektionieren:**

#### **Organisation**

Wenn Sie erfolgreich Newsletter-Marketing machen möchten, benötigen Sie einerseits die technischen Voraussetzungen, andererseits eine verantwortliche Person, die sich laufend um die Inhalte kümmert.

Bedenken Sie, dass unprofessionell versandte Newsletter (zB Versand mit Outlook – Adressen unter BCC, schlechte Formatierung, verlorene Bilder) Ihrem Image schaden können! In der heutigen Zeit wird durchaus von der Qualität der Kommunikation auf die Qualität der Leistung der Firma geschlossen!

#### **So kann Selly Sie unterstützen:**

*Natürlich sind Selly-Newsletter am neuesten, technischen Stand und unterstützen so Ihr Image.*

*Nutzen Sie den Selly-Kalender für die Erinnerung an die Verfassung der Newsletter und den regelmäßigen Versand!*

#### **Ziel**

Legen Sie ein Ziel für Ihr Newsletter-Marketing fest. Nur wenn Sie ein Ziel haben, können Sie und Ihre Mitarbeiter in diese Richtung arbeiten und es auch erreichen!

Beispiele für Ziele:

- Stammkunden-Bindung
- laufende Erinnerung bei Interessenten
- Verbesserung des Images
- Verkauf von Verbrauchsmaterial

Vergessen Sie nicht, das Ziel allen bekannt zu geben, die bei Ihrem Newsletter-Marketing involviert sind!

## Zielgruppe

Versuchen Sie möglichst viel über Ihre Zielgruppe und deren Bedürfnisse herauszufinden, um sie bestmöglich unterstützen zu können.

Bedenken Sie, dass Ihre Kontakt-Datenbank aus unterschiedlichen Zielgruppen bestehen kann. Verfassen Sie lieber unterschiedliche, zielgruppenorientierte Newsletter, als im Gießkannen-Verfahren alle mit den gleichen, möglicherweise uninteressanten Informationen zu beglücken. Wenn ein Empfänger zweimal mit Informationen konfrontiert wird die ihm nichts bringen, wird er Ihren Newsletter beim dritten Mal nicht mehr lesen. Beachten Sie auch, dass Sie einen Newsletter lt. Gesetz nur an Personen verschicken dürfen, die diesen ausdrücklich bestellt haben.

### **So kann Selly Sie unterstützen:**

*Selly ermöglicht Ihnen eine individuelle Auswahl der Kontakte, an welche der Newsletter geschickt werden soll (zB Interessensgebiet, Land, etc.).*

## Inhalt

Mit welchen Informationen können Sie Ihre Zielgruppe unterstützen? Befreien Sie sich von dem Gedanken, dass die Themen Ihres Newsletters nur im Zusammenhang mit Ihrer Firma stehen dürfen! Die Beiträge müssen für Ihre Zielgruppe spannend sein und sie Ihrem Ziel näher bringen!

Überzeugen Sie durch aktuelle Informationen und erklärende Fachkompetenz.

## Individualität & Nähe

Das Internet ist anonym und unpersönlich. Da dies bei der Kontakt-Pflege extrem kontraproduktiv ist, sollten Sie besonders darauf achten, Individualität und Nähe zu vermitteln.

Beispiele:

- persönliche Ansprache Ihres Kontaktes
- Name / Foto / Unterschrift des Absenders

Wie geht es Ihnen selber, wenn Sie ein Mail mit der Anrede „Sehr geehrte Damen und Herren“ erhalten im Gegensatz zu einer persönlichen Ansprache mit Ihrem (richtig geschriebenen!) Namen?

### **So kann Selly Sie unterstützen:**

*Selly spricht jeden Ihrer Kontakte mit dem Namen an und vermittelt auf diese Weise Wertigkeit gegenüber Ihrem Kontakt. Darüber hinaus können Newsletter in unterschiedlichen Sprachen hinterlegt werden, der Versand erfolgt in der jeweiligen Sprache des Kontaktes.*

## Schreibstil & Struktur

Das Lesen digitaler Informationen ist anstrengender als das Lesen von Berichten, die auf Papier gedruckt sind. Dazu kommt, dass Newsletter als Werbung empfunden werden. Aus diesem Grund ist es wichtig, die Leser Schritt für Schritt vom Weiterlesen zu überzeugen.

- Beginnen Sie mit einem spannenden Betreff, der die erste Hürde überwindet und Ihre Zielgruppe zum Öffnen des Newsletters bringt.
- Wenn Sie mehrere Themen haben, machen Sie eine kurze Inhaltsangabe, die mit den jeweiligen Texten verlinkt ist.
- Neben dem Bericht sollte ein Bild platziert sein, das das Erfassen des jeweiligen Themas unterstützt.
- Fassen Sie den Inhalt des Beitrages in max. 4 Sätzen zusammen und trennen Sie diese optisch (zB in Fett-Schrift).
- Darunter folgt der tatsächliche Bericht.
- Optimal ist es, wenn Sie nicht den gesamten Bericht in den Newsletter schreiben, sondern mit einer Seite auf Ihrer Website verlinken. So vermeiden Sie einerseits den Eindruck den Leser mit Informationen zu erschlagen, andererseits können Sie bei idealen technischen Voraussetzungen herausfinden, wer sich für welche Beiträge interessiert hat.
- Generell gilt: verwenden Sie kurze, leicht verständliche Sätze!

Tipp: lernen Sie von den Massenblättern unter den Tageszeitungen! Ein emotionalisierendes Bild leitet uns zur Überschrift, diese zur Kurzzusammenfassung des Inhaltes und wenn wir dann neugierig genug gemacht worden sind, lesen wir den Artikel!

### **So kann Selly Sie unterstützen:**

*Wenn Sie Ihren Newsletter mit Berichten auf Ihrer Website verlinken, wissen Sie genau, welche Ihrer Berichte angeklickt, dh mit großer Wahrscheinlichkeit auch gelesen wurden. Daraus können Sie Rückschlüsse auf die für Ihre Zielgruppe interessantesten Themen schließen und so Ihre Newsletter spannend gestalten.*

### **Form & Aufbau**

Gestalten Sie den Newsletter so, dass Ihre Firma erkannt wird. Das heißt: verwenden Sie Ihr Logo, Ihre Firmenfarben und halten Sie sich an Ihre anderen Gestaltungselemente.

Blöcke eines Newsletters:

- Kopfzeile mit Logo
- persönliche Ansprache des Empfängers
- gegebenenfalls ein Inhaltsverzeichnis
- Inhalt
- Verabschiedung
- Impressum
- Link zur Abmeldung des Newsletters

Um von Ihrer Zielgruppe gleich erkannt zu werden, fixieren Sie das Erscheinungsbild und den Aufbau Ihres Newsletters und behalten Sie diesen bei. Das bietet dem Empfänger Orientierung und schafft Sicherheit.

### **So kann Selly Sie unterstützen:**

*Mit Selly können Sie eine Newsletter-Vorlage erstellen, die neben dem einheitlichen Erscheinungsbild auch wichtige Bausteine wie Impressum und Abmeldung des Newsletters beinhaltet. So können Sie eine Wiedererkennbarkeit gewährleisten und Ihren Lesern Sicherheit bieten.*

## **Absender**

Nach den neuesten gesetzlichen Bestimmungen muss durch den Absender und den Betreff eines Mails ersichtlich sein, von wem es geschickt wird. Darüber hinaus ist es von Vorteil, dass der Newsletter von der Domain versandt wird, unter welcher er bestellt wurde. Die durchgehende Verwendung einer Domain verringert außerdem die Gefahr einer Spam-Kennzeichnung.

## **Versand-Frequenz**

Wie oft ein Newsletter versandt werden soll, kann nicht im Allgemeinen beantwortet werden. Grundsätzlich kann man sagen, dass je stärker Ihre Kontakte an Ihre Dienste gebunden sind, desto häufiger ein Newsletter versandt werden kann. Wichtig ist, dass Sie einen Rhythmus festlegen und sich an diesen halten, da dies Seriosität vermittelt und Vertrauen schafft.

## **Versand-Zeitpunkt**

Entsprechend der Zielgruppe sollte herausgefunden werden, wann diese am ehesten vor dem Computer sitzt und dabei am wenigsten überlastet ist. Branchenübergreifend kann hier der Freitagvormittag in Betracht gezogen werden. Beachten Sie aber, dass Sie in den Stunden nach dem Versand für Rückfragen erreichbar sein sollen. Versenden Sie einen Newsletter nie nachts, da sonst die Wahrscheinlichkeit, dass er gemeinsam mit Spams gelöscht wird, sonst erhöht wird.

## **Abbestellmöglichkeit**

Ein Newsletter muss eine bequeme und funktionierende Abbestellfunktion beinhalten. Das ist nicht nur gesetzlich notwendig, sondern vermittelt auch Seriosität.

## **Impressum**

Für Publikationen wie Newsletter gilt die Kennzeichnungspflicht mit allen Kontaktdaten, dh Firmenname, Anschrift, Telefonnummer und Mail-Adresse.

## **Bewerbung auf Ihrer Website**

Bewerben Sie Ihren Newsletter an möglichst vielen Unterseiten Ihrer Website. Beschreiben Sie den Nutzen der übermittelten Informationen und die Häufigkeit der Versendung.

## **Vertrieb**

Motivieren Sie Ihren Vertrieb, Abonnenten für Ihren Newsletter zu bringen, indem Sie ihm seinen Nutzen schildern. Beispielsweise erinnert der Newsletter an das Unternehmen, dh auch an die jeweiligen Produkte, hebt das Image, vermittelt Kompetenz und Vertrauen. Das nimmt dem Vertrieb Arbeit ab. Außerdem sind Ihre Vertriebsmitarbeiter ideale Informationsquellen für die Themenbereiche Ihres Newsletters, da im Normalfall niemand so gut wie sie Ihre Zielgruppe und deren Bedürfnisse kennen.

## **Weiterentwicklung**

Beobachten Sie, welche Inhalte für Ihre Zielgruppe von Interesse sind und lernen Sie daraus. Professionelle Newsletter-Programme informieren Sie nicht nur über Öffnungsraten, sondern auch über geklickte Links Ihres Newsletters.

## **So kann Selly Sie unterstützen:**

*Nutzen Sie die Newsletter-Statistiken von Selly! Vor allem wenn Sie Ihre Newsletter mit Berichten auf Ihrer Website verlinken, erhalten Sie exakte Informationen, wer sich für welche Themengebiete interessiert. Darüber hinaus können Sie feststellen, ob der Empfänger sich aufgrund des Newsletters weitere Seiten angesehen hat und wie lange er auf Ihrer Website war.*

## **Technik**

Testen Sie den Empfang Ihres Newsletters mit möglichst vielen Mail-Programmen und mit unterschiedlichsten Einstellungen dieser.

Prüfen Sie hierbei folgende Fragen:

- Wie wird Ihr Newsletter angezeigt?
- Funktionieren alle Links?
- Wie ist die Anzeige, wenn Bilder unterdrückt werden?
- Wird er als Spam markiert?

Ihr Newsletter ist die Visitenkarte Ihres Unternehmens; bedenken Sie also, dass der Gesamteindruck Rückschlüsse auf Ihr Produkt bzw. Ihre Dienstleistung ziehen lässt!

## **So kann Selly Sie unterstützen:**

*Newsletter die mit Selly verschickt werden, werden in allen Mail-Programmen einheitlich angezeigt. Der Spam-Faktor ist im Normalfall sogar negativ, dh es gibt keine Spam-Kennzeichnung.*

Wir wünschen Ihnen viel Spaß und gutes Gelingen!

Ihre Ruth Vetter und das Team von Columbus

# columbus