

Ing. Schönberg Christian

Einzelpreis: kostenlos

Softwareentwicklung



Ing. SCHÖNBERG Christian *
Softwareentwicklung

Schallermühle 6/5,

A-4844 Regau

christian@schoenberg.co.at

*) Einzelunternehmen
SCHÖNBERG gegründet 2002
© 2002 - 2014

<http://schoenberg.company>

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose
Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Emailmarketing Teil II

wichtige Punkte bei der Gestaltung und dem Layout:

- **relevante Inhalte** sind wichtiger als ein schönes Layout
- die **Strukturierung** und die **Gliederung** sollte klar erkennbar sein
- das **Thema** sollte auf den ersten Blick erkennbar sein
- die **Schrift**, die Farben und die Bilder sollten einheitlich sein
- **sachliche Informationen** sollten gegenüber werbliche Aufmachung im Vordergrund stehen
- der Inhalt sollte **übersichtlich** sein (nicht überladen)
- die Formulierung sollte **kurz** und **prägnant** sein
- das Email sollte **mehr Inhalt** als Grafik beinhalten
- das **Layout** sollte im Einklang mit dem Webdesign sein
- genügend **Schriftgröße** (z.B. bei Arial mind. 11 Punkt)
- der **Hintergrund** sollte hell sein und die **Schriftfarbe** dunkel und kontrastreich
- bei **HTML** prüfen, ob in allen Emailklienten auch korrekt dargestellt

- den **Zusatznutzen** eventuell mit einem aussagekräftigen Bild zum Ausdruck bringen

- Bilder sollten den Zweck haben, **Aussagen** zu **visualisieren** oder den Inhalt **schneller erfassen** zu können

- eine **Direktbestellung** ermöglichen

- **Call-to-Action** sollte mit Button durchführbar sein

- **mehrere Meldungen** sollten klar und eindeutig voneinander getrennt sein

Was ist für eine gute Responsequote wichtig:

- **Zielgruppenauswahl:** die Zielgruppe sollte genau ausgewählt werden, um möglichst geringe Streuverluste zu haben.

- **Betreffzeile:** die Betreffzeile sollte vor allem aussagekräftig sein. Positiv wirkt sich zumeist aus, wenn die Betreffzeile die Neugier des Empfängers weckt und kurz und prägnant den Nutzen erklärt

- **Absender:** Ihr Absender sollte natürlich sofort für den Empfänger erkennbar sein. Um dies vorsichtshalber noch einmal in Erinnerung zu rufen, können Sie auch anführen, aus welchem Grund Sie die E-Mail senden (z.B. durch die E-Mail-Eintragung auf Ihrer Webseite, ..)



Newslettermarketing Teil I:

Unter dem Link:

http://3lancer.biz/Ebook_Emailmarketing_I_1a.pdf

Responsequote

- **Angebote:** es sollte nur ein Angebot in einem Email beworben werden. Dieses sollte dafür klar und eindeutig formuliert werden.
- **Coporate Design:** Der Empfänger sollte sofort am Design erkennen können, dass Sie bzw. Ihr Unternehmen der Absender sind. Das Design sollte daher im Coporate Design erstellt sein und zu Ihrer Webseite passen.

FAZIT:

Natürlich funktionieren die obigen Punkte nur unter bestimmten Voraussetzungen, daher **Testen, Testen und Testen!**

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Texten

wichtige Punkte beim Texten eines Emails:

- die **wichtigsten Punkte** sollten oben stehen
- das **wichtigste Argument** sollte im Betreff oder im ersten Absatz stehen
- **kurze Sätze**, sollten maximal 10 Wörter sein
- die Absätze sollten maximal **5 Zeilen** lang sein
- die Zeilenlänge sollte maximal **40 bis 45 Zeichen** sein
- der Klick auf den **Kauflink** muss einen klaren Nutzen haben
- **Call-to-Action**, die Handlungsaufforderung zum Kaufen
- möglichst **keine Nebensätze** verwenden
- möglichst **keine Füllwörter** verwenden
- möglichst **Substantivierung** (-ung, -heit, -keit, usw.) vermeiden

Fazit

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Newslettermarketing Teil I:

Unter dem Link:

http://3lancer.biz/Ebook_Emailmarketing_I_1a.pdf

SCHÖNBERG
Softwareentwicklung



<http://schoenberg.company>