KONTOR4
Agentur für neue Medien

E-BOOK · CHECKLISTE

Die Vorteile von E-Mail-Marketing für Unternehmen

Wie Sie mit E-Mails Besucher:innen gewinnen, Kundenbeziehungen stärken und sich als Expert:in zeigen

Ziele, Gestaltung, Tests und Erfolgsmessung: Was erfolgreiches E-Mail-Marketing ausmacht und was rechtlich und technisch heute dazugehört.

3 Ziele
Besucher:innen, Kundenbeziehung, Expertenstatus

Ihr Kanal
gehört Ihnen, nicht einem Algorithmus

Checkliste
für jede Aussendung

INHALT

Was Sie hier erwartet

Richtig eingesetzt, ist E-Mail-Marketing eines der wirksamsten Werkzeuge für Unternehmen. Ob mehr Besucher:innen auf Website und Shop, bessere Kundenbeziehungen oder ein Ruf als Expert:in: E-Mails helfen Ihnen, Ihre Zielgruppe zu erreichen.

1 **Die Vorteile von E-Mail-Marketing** WARUM E-MAIL?

2 **Ziele des E-Mail-Marketings** WOFÜR?

3 **Gestaltung: einfach und gut lesbar** LAYOUT

4 **Was heute rechtlich und technisch dazugehört** PFLICHT

5 **Testen und auswerten** BESSER WERDEN

WARUM E-MAIL?

Die Vorteile von E-Mail-Marketing

Kostengünstig

Sie erreichen viele Menschen für wenig Geld, ohne für jede Einblendung zu bezahlen.

Zielgenau

Sie sprechen bestimmte Gruppen mit passenden Botschaften an, etwa nach Interesse oder Kaufverhalten.

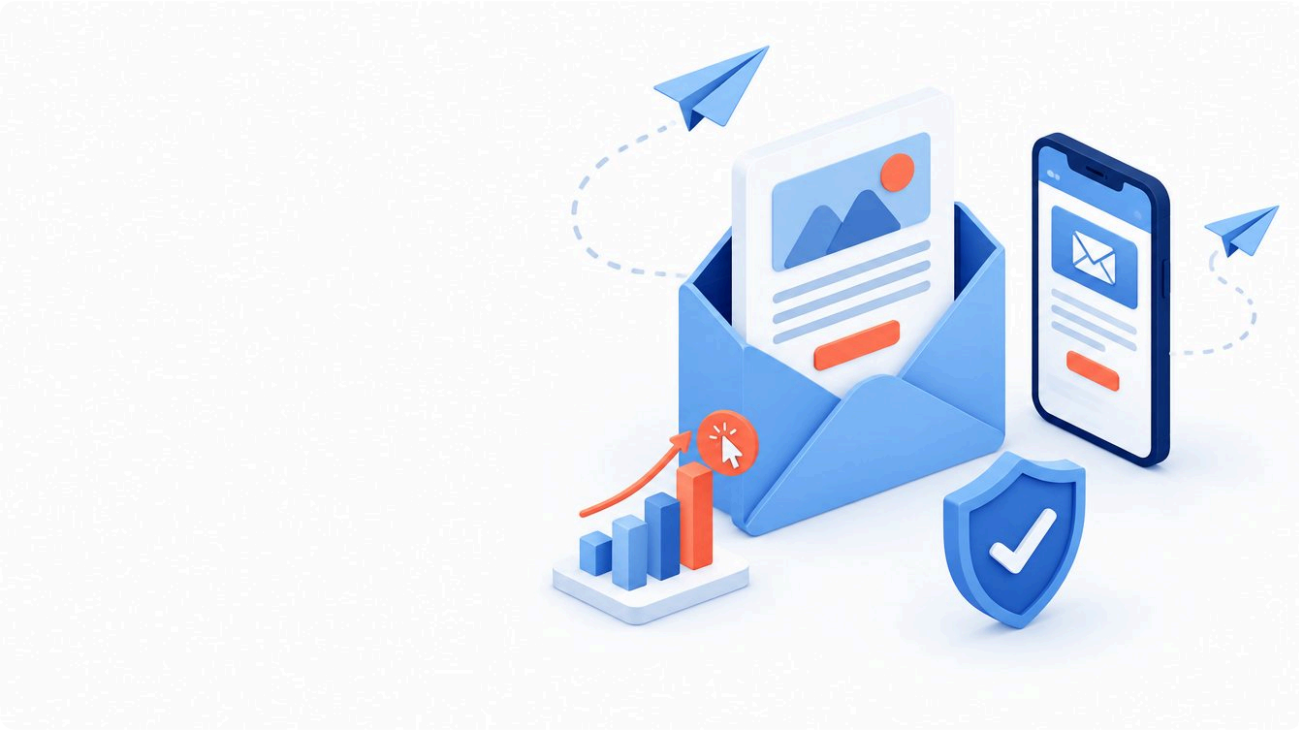
Messbar

Sie sehen, was geklickt wird, und verbessern die nächste Aussendung.

Automatisierbar

Einmal eingerichtet, laufen Willkommens- oder Erinnerungsmails dauerhaft für Sie.

Und ein Vorteil, der immer wichtiger wird: Ihre E-Mail-Liste gehört Ihnen. Anders als in sozialen Netzwerken entscheidet kein Algorithmus, wer Ihre Nachricht sieht.



WOFÜR?

Ziele des E-Mail-Marketings

Überlegen Sie vor dem Start, was Sie erreichen wollen. Davon hängt ab, wie Sie Ihre E-Mails gestalten und welche Inhalte hineingehören.

1

Mehr Besucher:innen

Links zu Ihrer Website oder Ihrem Shop, ansprechende Bilder und klare Aufforderungen zum Handeln bringen Menschen auf Ihre Seiten.

2

Bessere Kundenbeziehungen

Persönliche Nachrichten, schnelle Antworten und exklusive Angebote für Abonnent:innen stärken die Bindung.

3

Expertenstatus

Hilfreiche Artikel, Tipps, Fallbeispiele und Erfolgsgeschichten, etwa in einem monatlichen Newsletter, zeigen, dass Sie sich auskennen.

LAYOUT

Gestaltung: einfach und gut lesbar

- **Design:** einfaches Layout mit viel Weißraum, damit man die E-Mail schnell überfliegen kann.
- **Bilder:** hochwertig und passend zum Inhalt, immer mit Alternativtext, weil manche Postfächer Bilder blockieren.
- **Text:** kurz, mit kurzen Absätzen und Aufzählungen.
- **Handlungsaufforderung:** ein klarer Button, der sagt, was als Nächstes passieren soll.
- **Mobilfreundlich:** Die meisten E-Mails werden auf dem Smartphone gelesen. Nutzen Sie ein responsives Design und kleine Bilddateien.
- **Dunkelmodus:** Prüfen Sie, wie Ihre E-Mail im Dark Mode aussieht, vor allem Logo und Farben.

PFLICHT

Was heute rechtlich und technisch dazugehört

- [ ] **Einwilligung**
  Werbe-E-Mails und Newsletter brauchen eine ausdrückliche Einwilligung, bestätigt per Double-Opt-in. Speichern Sie, wann und wie jemand zugestimmt hat.
- [ ] **Abmeldung**
  Jede E-Mail enthält einen gut sichtbaren Abmeldelink. Große Postfachanbieter verlangen zusätzlich eine Abmeldung mit einem Klick.
- [ ] **Absender absichern**
  Die Einträge SPF, DKIM und DMARC für Ihre Domain sind eingerichtet. Ohne sie landen E-Mails bei Gmail, Yahoo und Co. schnell im Spam.
- [ ] **Impressum**
  Jede Werbe-E-Mail enthält die Pflichtangaben Ihres Unternehmens.
- [ ] **Datenschutz**
  Mit Ihrem Versanddienst haben Sie einen Auftragsverarbeitungsvertrag, und die Datenschutzerklärung beschreibt den Newsletter.

BESSER WERDEN

Testen und auswerten

Testen Sie Ihre E-Mails

Schicken Sie vor jedem Versand eine Test-E-Mail an sich und Ihr Team: Sieht alles gut aus, funktionieren alle Links? Testen Sie auch verschiedene Betreffzeilen und Versandzeiten, um herauszufinden, was bei Ihrer Zielgruppe am besten funktioniert.

Behalten Sie die Ergebnisse im Blick

KENNZAHL	WAS SIE ZEIGT
Klickrate	Wie viele haben auf einen Link geklickt? Die verlässlichste Kennzahl für Interesse.
Abmelderate	Steigt sie, passen Inhalte oder Häufigkeit nicht.
Zustellrate und Bounces	Kommen Ihre E-Mails an? Ungültige Adressen sollten Sie entfernen.
Öffnungsrate	Nur noch ein grober Hinweis: Apple Mail und andere Programme laden E-Mails automatisch vor, die Zahlen sind deshalb zu hoch.
Anfragen und Käufe	Das, worauf es am Ende ankommt. Messen Sie sie mit Kampagnenlinks in Ihrer Webanalyse.

PRAXISTIPP

Hören Sie auch auf Antworten: Wenn Leser:innen auf Ihre E-Mail antworten, ist das das beste Feedback, und es hilft zusätzlich, dass Ihre E-Mails nicht im Spam landen.

E-Mail-Marketing ist ein starkes Werkzeug, um Ihre Unternehmensziele zu erreichen. Bedenken Sie vorher Ziele und Zielgruppe, gestalten Sie Ihre E-Mails gut lesbar und schauen Sie regelmäßig auf die Ergebnisse. Also: Worauf warten Sie noch?

KONTOR4
Agentur für neue Medien

Sie brauchen Unterstützung?

Wir helfen Ihnen gern beim Aufbau Ihres E-Mail-Marketings: vom Anmeldeformular über automatische Willkommensmails bis zum regelmäßigen Newsletter. Kontaktieren Sie uns einfach.

KONTOR4 GmbH
Georgstraße 48 · 30159 Hannover
Telefon: 0511 99 99 58 90
info@kontor4.de · www.kontor4.de

Kostenloses Erstgespräch vereinbaren