

In 90 Minuten

zum eigenen Newsletter

Viktor Lau 09.09.2024

Agenda

In 90 Minuten zum eigenen Newsletter

- Einführung und Zielsetzung der Schulung (5 Min)
- Planung und Zielsetzung (15 Min)
- Auswahl des geeigneten Tools (10 Min)
- Gestaltung des Newsletters (15 Min)
- Erstellung von Inhalten (15 Min)
- Aufbau Ihrer Abonnentenliste (10 Min)
- Versand und Analyse (15 Min)
- Zusammenfassung & Abschluss (5 Min)

Einführung und Zielsetzung der Schulung

**Was möchten Sie mit
Ihrem Newsletter
erreichen?**

Planung

Zielgruppenanalyse – Wer sind Ihre Leser?

- Marktforschung
- Umfragen & Interviews
- Social Media
- Webseiten-Analytics

All Favorites Recents			Search	Visit Platform Home
.ll			Select organization	D Demoverse
Analytics Accounts	Properties & Apps	Views		
GA360 Demo: Ecommerce (Merchandise Store) 40777649	Google Merc... 360 UA-40777649-2	1 Master Vie... 73156703 ✓ ★		

Zielsetzung

- Informationsvermittlung
- Verkaufsförderung
- Branding

Redaktionsplanung

- Themen
- Frequenz
- Timing

Übung – Definieren Sie Ihre Zielsetzung

5 Minuten

Auswahl des geeigneten Tools

- Mailchimp
- CleverReach
- Sendinblue (Brevo)



Wichtige Funktionen

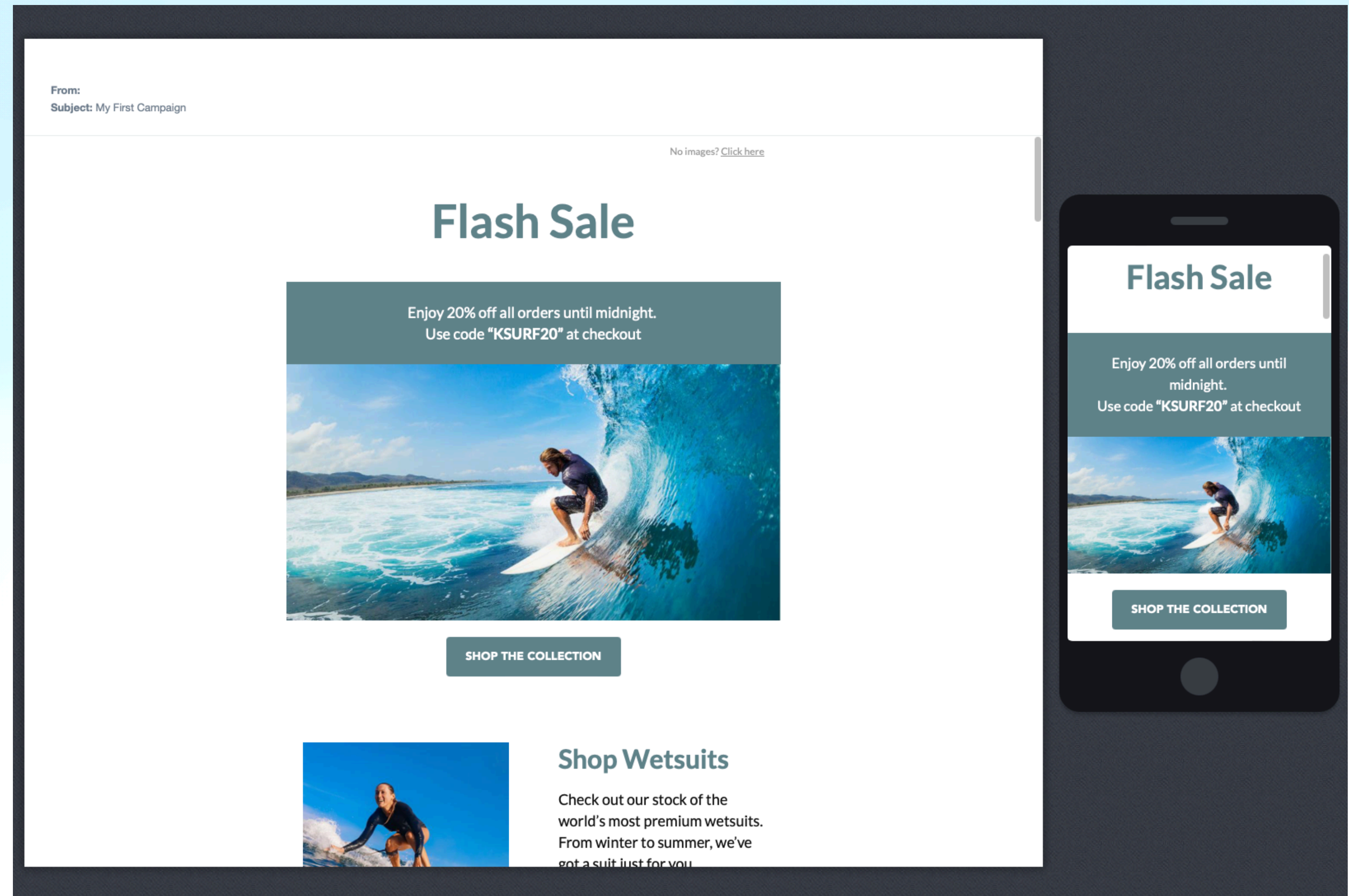
Automatisierung, Segmentierung, Analysen

- Automatisierung:
 - Zeitersparnis und Effizienz durch automatisierte Workflows.
 - Begrüßungs-E-Mails: Automatisch an neue Abonnenten senden.
 - Follow-up-Kampagnen: Reaktionen auf Empfängeraktionen (z. B. Öffnungen, Klicks).
 - Warenkorbabbruch: Erinnerungen für nicht abgeschlossene Käufe.
- Segmentierung:
 - Zielgerichtete Ansprache durch Unterteilung der Empfänger in Gruppen.
 - Demografische Segmentierung: Alter, Geschlecht, Standort.
 - Verhaltensbasierte Segmentierung: Klicks, Öffnungsraten, Kaufhistorie.
 - Interessenbasierte Segmentierung: Inhalte basierend auf den Vorlieben der Abonnenten.
- Analysen:
 - Messung des Kampagnenerfolgs und Optimierung durch datenbasierte Entscheidungen.
 - Öffnungsrate: Wie viele Empfänger öffnen Ihre E-Mails?
 - Klickrate: Wie viele klicken auf Links in Ihrer E-Mail?
 - Conversion-Rate: Wie viele führen die gewünschte Aktion aus (z. B. Kauf)?
 - Abmelderate: Wie viele Empfänger melden sich ab?

Demonstration: CleverReach

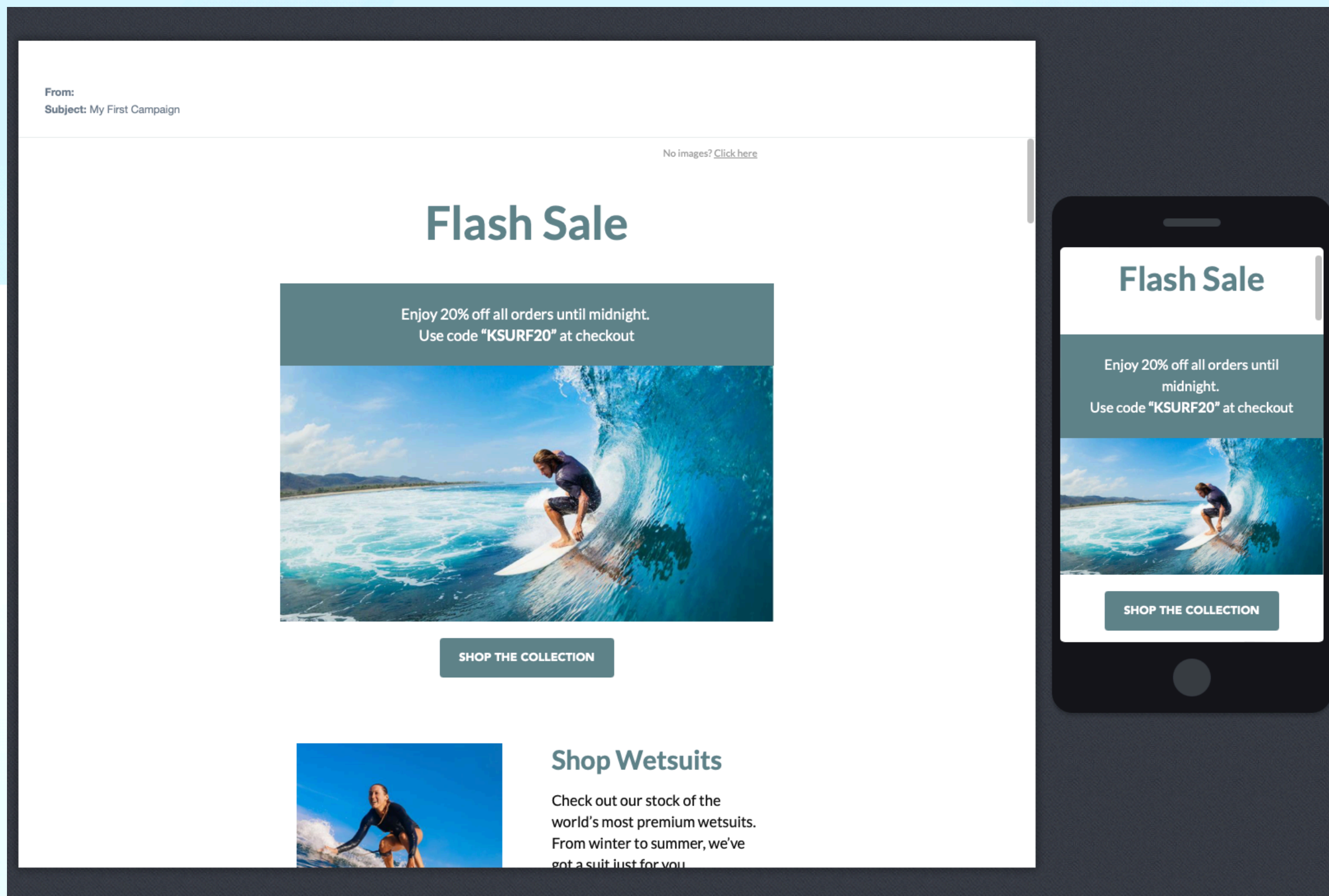
Best Practices für Design

- Mobile-first
- Klare Struktur

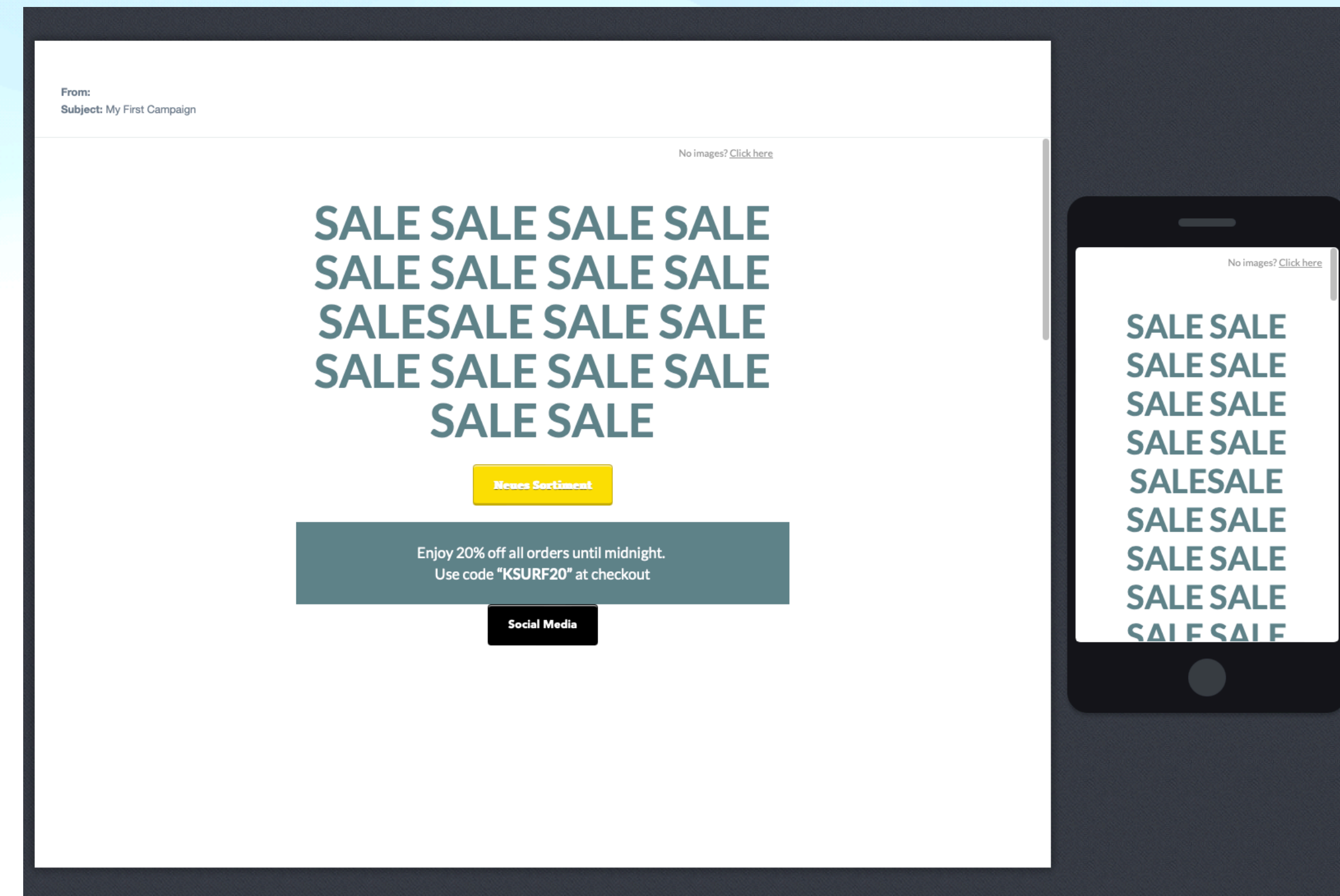


Beispiele

Gutes Design



Schlechtes Design



Übung – Entwurf eines Newsletter-Layouts

5 Minuten

Erstellung von Inhalten

Wichtige Elemente

- **Betreffzeilen**
 - Erster Eindruck zählt: Die Betreffzeile entscheidet, ob die E-Mail geöffnet wird.
 - Kurz und prägnant: 40-50 Zeichen sind ideal.
 - Personalisierung: Namen oder personalisierte Inhalte können die Öffnungsrate steigern.
 - Neugier wecken: Betreffzeilen, die Spannung aufbauen, sorgen für höhere Interaktionen.
- **Teaser**
 - Einleitungstext: Direkt nach der Betreffzeile sichtbar, sollte er den Leser neugierig machen.
 - Vorschau auf den Inhalt: Der Teaser sollte in wenigen Worten den Mehrwert der E-Mail kommunizieren.
 - Klarheit und Relevanz: Machen Sie sofort klar, warum es sich lohnt weiterzulesen.
- **Call-To-Action (CTA)**
 - Zentrale Handlungsaufforderung: Jeder Newsletter braucht eine klare, gut sichtbare CTA, die den Leser zur Aktion auffordert.
 - Auffälliges Design: Schaltflächen oder Links sollten visuell hervorstechen.
 - Klare Sprache: Verwenden Sie handlungsorientierte Verben wie „Jetzt kaufen“, „Mehr erfahren“, „Anmelden“.
 - Positionierung: Der CTA sollte leicht auffindbar sein, idealerweise in der Mitte und am Ende des Newsletters.

Fazit

- Betreffzeile: Macht neugierig und weckt Interesse.
- Teaser: Verstärkt das Interesse und bereitet den Leser auf den Hauptinhalt vor.
- CTA: Fordert den Leser zu einer konkreten Handlung auf.

Tipps für überzeugende Texte

Storytelling, Personalisierung

- Storytelling
 - Emotionen wecken: Geschichten schaffen eine emotionale Verbindung und halten das Interesse der Leser.
 - Klare Struktur: Eine gute Geschichte hat einen Anfang, eine Mitte und ein Ende – dies gilt auch für Texte im Newsletter.
 - Relevante Erzählungen: Beziehen Sie sich auf Themen, die Ihre Zielgruppe ansprechen. Beispiele oder persönliche Erfahrungen funktionieren gut.
- Personalisierung
 - Individuelle Ansprache: Verwenden Sie den Namen des Lesers oder personalisierte Informationen, um das Gefühl zu vermitteln, dass der Newsletter speziell für ihn geschrieben wurde.
 - Segmentierung: Zielgerichtete Inhalte für spezifische Gruppen (z.B. unterschiedliche Interessen oder Kaufverhalten) steigern die Relevanz und das Engagement.
 - Dynamische Inhalte: Nutzen Sie Tools, die Inhalte basierend auf dem Verhalten oder den Präferenzen der Abonnenten anpassen.

Bildauswahl und Medienintegration

- pixabay.com
- unsplash.com
- pexels.com
- undraw.co

Übung: Schreiben Sie eine Betreffzeile und einen Einleitungstext

5 Minuten

Strategien zur Gewinnung neuer Abonnenten

Lead Magnets, Social Media

- Lead Magnets

Definition: Lead Magnets sind kostenlose, wertvolle Inhalte, die potenzielle Abonnenten im Austausch für ihre E-Mail-Adresse erhalten.

Beispiele:

- E-Books, Whitepapers: Bieten Sie ausführliche Informationen zu einem relevanten Thema an.
- Checklisten: Nützliche Checklisten oder Vorlagen, die einen sofortigen Mehrwert bieten.
- Rabattcodes oder exklusive Angebote: Insbesondere im E-Commerce-Bereich sehr effektiv.
- Webinare: Bieten Sie ein kostenloses Webinar an, das Fachwissen vermittelt.
 - Vorteile:
 - Direkter Tausch von E-Mail-Adressen gegen einen echten Mehrwert.
 - Zielgerichtete Lead-Generierung, da sich die Nutzer gezielt für Ihre Inhalte interessieren.

- Lead Magnets

- Integration in Social-Media-Kanäle: Nutzen Sie Ihre bestehenden Kanäle, um auf den Newsletter aufmerksam zu machen.
 - Call-to-Action (CTA) in Beiträgen: Animieren Sie Ihre Follower, sich für den Newsletter anzumelden.
 - Facebook Lead Ads: Ermöglichen direkte Newsletter-Anmeldungen über Facebook-Anzeigen.
 - Instagram Stories mit Swipe-Up-Funktion: Verlinken Sie direkt auf die Anmeldeseite.
 - Twitter-Promotion: Nutzen Sie Twitter, um auf exklusive Inhalte oder Ankündigungen im Newsletter hinzuweisen.
 - Nutze TIKTOK!!!
 - Vorteile:
 - Nutzung Ihrer bestehenden Reichweite zur Erhöhung der Abonnentenbasis.
 - Effektive Zielgruppensegmentierung durch die Auswahl geeigneter Plattformen.

Pflege und Segmentierung der Liste

- Pflege der Abonnentenliste
 - Regelmäßige Überprüfung: Entfernen von nicht mehr aktiven oder ungültigen E-Mail-Adressen, um die Liste aktuell und sauber zu halten.
 - Feedback einholen: Regelmäßige Umfragen und Feedback-Möglichkeiten helfen, die Bedürfnisse der Abonnenten besser zu verstehen und anzusprechen.
 - Reaktivierungskampagnen: Zielgerichtete Kampagnen, um inaktive Abonnenten zurückzugewinnen, z.B. durch spezielle Angebote oder Updates.
- Segmentierung der Liste
 - Basis der Segmentierung: Unterschiedliche Kriterien wie Demografie, Verhalten oder Kaufhistorie ermöglichen eine zielgerichtete Kommunikation.
 - Demografische Daten: Alter, Standort, Geschlecht.
 - Verhaltensbasierte Daten: Öffnungsraten, Klickverhalten, Kaufverhalten.
 - Interessenbasierte Daten: Durch Umfragen oder Nutzerverhalten ermittelte Interessen.
 - Dynamische Segmentierung: Automatisierte Anpassung der Segmente basierend auf dem Verhalten oder den sich ändernden Präferenzen der Abonnenten.

Wichtige rechtliche Aspekte der DSGVO

- Einhaltung der DSGVO
 - Zustimmung einholen: Einwilligung der Nutzer muss explizit, informiert und freiwillig sein.
 - Transparenz gewährleisten: Klare Kommunikation darüber, wie Abonentendaten gesammelt, verwendet und gespeichert werden.
 - Recht auf Auskunft und Löschung: Abonnenten müssen ihre Daten einsehen und bei Bedarf löschen lassen können.
- Besondere Anforderungen
 - Datenschutzerklärung: Muss leicht zugänglich und verständlich sein.
 - Opt-In Verfahren: Klare und unmissverständliche Zustimmung zur Datenverarbeitung.
 - Widerrufsrecht: Nutzer müssen ihre Einwilligung jederzeit einfach widerrufen können.
- Sicherheitsmaßnahmen
 - Datenverschlüsselung: Schutz der Daten durch technische Sicherheitsmaßnahmen.
 - Regelmäßige Überprüfungen: Sicherstellen, dass die Datenschutzmaßnahmen aktuell und wirksam sind.
- Verantwortlichkeit
 - Datenschutzbeauftragter: Einrichtung einer Stelle für Datenschutzfragen, insbesondere bei größeren Unternehmen.
 - Meldepflicht bei Datenpannen: Pannen, die zu einem Risiko für die Rechte und Freiheiten der Personen führen, müssen der Aufsichtsbehörde gemeldet werden.

Beispiel: Erfolgreiche Lead-Generierung

- Fallbeispiel: E-Commerce-Unternehmen
 - Kontext: Ein Online-Shop für Sportartikel wollte seine E-Mail-Liste erweitern, um mehr personalisierte Angebote und Newsletter zu senden.
 - Ziel: Steigerung der Anzahl der Newsletter-Abonnenten um 30% innerhalb von drei Monaten.
- Umgesetzte Strategien
 - Lead Magnet: Einsatz eines E-Books mit dem Titel „10 unverzichtbare Tipps zur Auswahl der richtigen Laufschuhe“ als Anreiz für die Newsletter-Anmeldung.
 - Social Media Kampagnen: Gezielte Werbekampagnen auf Facebook und Instagram, die die Vorteile des E-Books hervorheben und direkt zur Anmeldeseite verlinken.
 - Partnerschaften: Zusammenarbeit mit bekannten Fitness-Bloggern, die das E-Book in ihren Beiträgen erwähnen und ihre Follower zur Anmeldung ermutigen.
- Ergebnisse
 - Erreichte Ziele: Anstieg der Abonnenten um 35% innerhalb des Zeitraums.
 - Engagement: Erhöhte Beteiligung der neu gewonnenen Abonnenten an Aktionen und Sonderangeboten.
 - Feedback: Positives Feedback von neuen Abonnenten, die das bereitgestellte Material als sehr nützlich empfanden.
- Schlüsselerkenntnisse
 - Relevanter Inhalt: Die Bereitstellung von wertvollem und themenbezogenem Content ist entscheidend für den Erfolg der Lead-Generierung.
 - Zielgruppenansprache: Durch die gezielte Ansprache über Social Media konnte eine relevante Zielgruppe effektiv erreicht werden.
 - Mundpropaganda: Die Empfehlungen durch Influencer verstärkten die Glaubwürdigkeit und Sichtbarkeit der Kampagne.

Beste Versandzeiten und -tage

- Optimale Versandzeiten
 - Datenanalyse: Untersuchungen zeigen, dass E-Mails, die dienstags, mittwochs oder donnerstags verschickt werden, höhere Öffnungsraten haben.
 - Tageszeit: Vormittagsstunden (zwischen 9 und 11 Uhr) oder nachmittags (zwischen 13 und 16 Uhr) sind effektiv, um eine höhere Leserate zu erreichen.
- Anpassung an die Zielgruppe
 - Zeitzone berücksichtigen: Anpassung der Versandzeiten an die jeweilige Zeitzone der Empfänger.
 - Zielgruppenverhalten analysieren: Nutzungsdaten und Vorlieben der Zielgruppe für personalisierte Versandpläne nutzen.

Wichtige Kennzahlen

Öffnungsrate, Klickrate, Conversion

- Öffnungsrate
 - Bedeutung: Gibt an, wie viele Empfänger die E-Mail geöffnet haben.
 - Einflussfaktoren: Betreffzeile, Absendername, Versandzeit.
- Klickrate
 - Bedeutung: Anteil der Empfänger, die in der E-Mail auf einen Link geklickt haben.
 - Optimierung: Relevanz des Inhalts, Anzahl und Positionierung der Links.
- Conversion-Rate
 - Bedeutung: Anteil der Empfänger, die nach dem Klicken auf den Link eine gewünschte Aktion (z.B. Kauf) ausgeführt haben.
 - Steigerung: Klare Call-to-Actions, ansprechendes Design, schnelle Ladezeiten der Zielwebseite.

Verbesserung durch A/B-Tests

- Einführung in A/B-Tests
 - Zweck: Vergleich von zwei Versionen einer E-Mail, um zu ermitteln, welche besser abschneidet.
 - Anwendungsbeispiele: Testen verschiedener Betreffzeilen, Inhalte, Bilder, CTA-Platzierungen.
- Durchführung
 - Segmentierung: Die Zielgruppe für den Test klein halten und zufällig auswählen.
 - Messung: Erfassung und Analyse der Ergebnisse, um signifikante Unterschiede zu identifizieren.
- Optimierung
- Erkenntnisse anwenden: Umsetzung der erfolgreicherer Elemente in zukünftigen Kampagnen.
- Kontinuierliche Verbesserung: Regelmäßige Tests durchführen, um die Effektivität stetig zu steigern.

Übung – Analyse eines fiktiven Newsletters

5 Minuten

Rückblick auf die wichtigsten Punkte

- Planung
- Toolauswahl
- Designprinzipien
- Content-Erstellung
- Listenaufbau
- Analysemethoden