

E-MAIL – CHECKLISTE

Betreffzeile

- ✓ < 50 Zeichen für problemlose Darstellung auch auf mobilen Geräten
- ✓ Personalisierung erhöht die Öffnungsrate
- ✓ Bezug zum Inhalt der eigentlichen Mail
- ✓ Vermeiden von Spam Triggern

Absender

- ✓ Ein persönlicher Absender (statt dem Unternehmensnamen) kann eure Mail sympathischer machen
- ✓ Passt den Absender an Branche und Tonfall der E-Mail-Inhalt an
- ✓ In der Signatur ist auch immer Platz für ein kleines Bild des Absenders

Vorschautext

- ✓ Der Vorschautext ist eine Art Meta-Beschreibung Eurer E-Mail
- ✓ Dieser Text ist die letzte Chance einen Empfänger zu überzeugen
- ✓ Macht Lust auf den Inhalt der Mail und baut etwas Spannung auf
- ✓ Vermeiden von Spam Triggern

Branding

- ✓ Passt den Ton eurer Emails an das allgemeine Auftreten eures Unternehmens an
- ✓ Auch wenn ihr gewisse Farbkombinationen oder Logos benutzt, könnt ihr diese in den Emails verwenden
- ✓ Nutzt Vorlagen, die neben der Konsistenz auch Arbeit sparen

Inhalt

- ✓ Personalisiert den Inhalt der E-Mail
- ✓ Persönliche Anrede mit Namen des Empfängers
- ✓ Bezug auf Standort oder andere Merkmale des Empfängers die wir kennen

Segmentierung

- ✓ Sortierung der Kontakte nach Interessen ermöglicht bessere Konversionsraten
- ✓ Segmentierung innerhalb einer Liste Spart uns das Verwalten vieler individueller Listen
- ✓ Weniger Abmeldungen durch Reduzierung Irrelevanter E-Mails
- ✓ Je mehr Daten wir zur Verfügung haben Desto besser können wir segmentieren

Kontext & Versprechen

- ✓ Der E-Mail-Inhalt muss auch das bieten was in Betreff und Vorschautext versprochen wird
- ✓ Versprochene Inhalt klar und sichtbar In der Mail präsentieren
- ✓ Anzahl der Links begrenzen

Call to Action (CTA)

- ✓ Text mit Aktionsverben verwenden
- ✓ Text muss mit Ziel des Links Sinn machen
- ✓ "Buttons" oder andere interaktiv aussehende Elemente eignen sich perfekt für CTAs
- ✓ Kontrastreiche Farben, um Aufmerksamkeit Zu erregen

Bilder

- ✓ Bilder werden in bis zu 43% der Mails geblockt
- ✓ Setzt Bilder daher als Trenner oder Ergänzung ein
- ✓ Eure Mail sollte auch ohne die Bilder Funktionieren
- ✓ Bilder dürfen auf keinen Fall lange Ladezeiten Verursachen

Soziale Links

- ✓ Klar ersichtliche Buttons zum Teilen und Weitersenden der E-Mail
- ✓ Gute Platzierungen sind zum Beispiel am Ende oder in der Signatur

Call to Action II

- ✓ Lange Mails können am Ende einen Sekundären CTA beinhalten
- ✓ Entweder das Hauptangebot erneut Aufgreifen oder ein anderes Ziel verlinken
- ✓ Andere Ziele wären vielleicht Social-Media-Kanäle oder Websites mit mehr Infos

Abmeldung

- ✓ Eine Option zur Abmeldung von der Liste Ist rechtlich vorgeschrieben
- ✓ Klar sichtbare Abmeldeoptionen ersparen uns Ärger und unzufriedene Abonnenten

Mobile First

- ✓ Eure E-Mail **MUSS** auf mobilen Geräten Lesbar sein und gut aussehen
- ✓ Mobil optimierte Mails erreichen deutlich Höhere Click to Open Raten
- ✓ Responsive Templates von Anbietern nutzen