Wie Sie Ihre E-Mail-Liste verdoppeln

Heute möchte ich Ihnen eine einzigartige Technik vorstellen. Mit dieser Technik können Sie die Zahl der Personen verdoppeln, die über ihr E-Mail-Marketing zum Besuch Ihrer Website veranlasst werden. Das Interessante an ihr ist, dass sie auch dann wirkt, wenn Sie die Zahl der Abonnenten in Ihrer E-Mail-Liste nicht erhöhen. Wir nutzen zur Verdoppelung unserer Besucherzahlen zwei sehr effektive Features des E-Mail-Marketing-Dienstleisters Klick-Tipp, nämlich Splittesting und die gezielte Segmentierung nach Empfängern, die einen vorhergehenden Newsletter nicht geöffnet haben.

Bitte klicken Sie auf den Play-Button, um das Video abzuspielen:



Nehmen wir an, Sie erreichen bei einem Newsletter, den Sie an Ihre Zielgruppe versenden, im Durchschnitt eine Öffnungsrate von 25 Prozent und eine Klickrate von 50 Prozent. Bei einem Newsletter an 2000 Empfänger würden also 500 Empfänger Ihre E-Mail öffnen und 250 den darin enthaltenen Link anklicken. Das ist kein berauschendes Ergebnis. Nur 250 von 2000 Empfängern nehmen das Angebot in Augenschein, auf das Sie mit Ihrem Newsletter aufmerksam machen möchten!

Bei Klick-Tipp können Sie zunächst einen Splittest-Newsletter an einen kleinen, ausgewählten Kreis Ihrer Adressaten senden, zum Beispiel an 20 Prozent von ihnen. Bei einem einfachen A/B Splittest (50/50-Split) würden also zunächst 200 Personen die erste Variante und 200 weitere die zweite Variante Ihres Newsletters erhalten.

Sehr angenehm: Auch wenn Sie Ihre 2000 Adressaten in verschiedenen Verteilern führen, brauchen Sie bei Klick-Tipp nur einen Splittest-Newsletter zu erstellen!

Stellen Sie sich vor, Sie würden den Splittest mit 20 Prozent Ihrer Zielgruppe durchführen und zwei unterschiedliche Betreffzeilen gegeneinander testen. Dabei erreicht die Verlierer-E-Mail eine Öffnungsrate von 25 Prozent, die Gewinner-E-Mail hingegen eine solche von 35 Prozent. Wenn die Klickrate bei beiden E-Mails 50 Prozent beträgt, dann sehen Ihre Splittest-Ergebnisse wie folgt aus:

- Verlierer-E-Mail (Splittest): 200 Empfänger, 50 Öffnungen, 25 Klicks
- Gewinner-E-Mail (Splittest): 200 Empfänger, 70 Öffnungen, 35 Klicks

Nehmen wir weiterhin an, Sie haben in Ihren Splittest-Parametern festgelegt, dass der Splittest einen Tag dauern soll. Klick-Tipp würde dann genau einen Tag später Ihre Gewinner-E-Mail an den Rest der Empfängergruppe versenden, das heißt an die verbleibenden 80 Prozent Ihrer Zielgruppe. Die Zahlen sehen dann folgendermaßen aus:

- Verlierer-E-Mail (Splittest): 200 Empfänger, 50 Öffnungen, 25 Klicks
- Gewinner-E-Mail (Splittest): 200 Empfänger, 70 Öffnungen, 35 Klicks
- Gewinner-E-Mail (nach Splittest): 1.600 Empfänger, 560 Öffnungen, 280 Klicks

Insgesamt erreichen Sie mit Ihrem Splittest also 680 Öffnungen und 340 Klicks. Im Vergleich mit der Variante ohne Splittest haben Sie die Zahl der Öffnungen von 500 auf 680 erhöht und die Zahl der Klicks von 250 auf 340 gesteigert. Die Zahl Ihrer Klicks hat sich also um satte 36 Prozent vergrößert!

Bei Klick-Tipp können Sie sogar noch einen Schritt weiter gehen. Wie Sie weiter oben sehen können, haben nur 680 von 2000 Personen Ihren Newsletter geöffnet. Es bleiben also 1320 Empfänger übrig, die ihn nicht angerührt haben. (Empfänger, die einen Newsletter nicht geöffnet haben, werden als Unopens bezeichnet.)

Mithilfe der Segmentierungsfunktion können Sie diese Empfänger selektieren und ihnen einen Tag später eine „Wiederholungs-E-Mail“ zusenden. (Verwenden Sie hierfür bitte eine andere Betreffzeile, sonst besteht die Gefahr, dass diese E-Mail als Spam klassifiziert wird.) Wenn wir unterstellen, dass die Öffnungsrate bei Ihrem Wiederholungs-Newsletter 30 Prozent beträgt, dann erreichen Sie bei 1320 Adressaten 396 zusätzliche Öffnungen und bei einer Klickrate von 50 Prozent 198 weitere Klicks.

Das Endergebnis sieht unter diesen Voraussetzungen also folgendermaßen aus:

- Splittest: 680 Öffnungen, 340 Klicks
- Wiederholungsnewsletter: 396 Öffnungen, 198 Klicks
- Insgesamt: 1076 Öffnungen, 538 Klicks

Sie haben mithin die Zahl Ihrer Klicks im Vergleich mit der Ausgangsvariante ohne Splittest und ohne Unopens von 250 auf 538 mehr als verdoppelt, das heißt, um sage und schreibe 115 Prozent gesteigert.

Wollen Sie diese beiden mächtigen Funktionen für Ihr E-Mail-Marketing nutzen und damit die Zahl Ihrer Besucher und Kunden merklich steigern? Dann besuchen Sie die Website von Klick-Tipp und informieren Sie sich darüber, wie Sie über das Internet effektiv neue Kunden gewinnen können!