

# Sechs Tipps für effektives E-Mail-Marketing

Der Sinn und Zweck eines guten [E-Mail-Marketings](#) besteht darin, dass die Empfänger Ihrer E-Mails auf die in den E-Mails enthaltenen Links klicken. Sie wollen sich als Website-Betreiber in die komfortable Lage versetzen, den berühmten „Traffic auf Knopfdruck“ zu erzeugen. Richtig angewendetes E-Mail-Marketing ist eine hochwertige und darüber hinaus auch absolut krisensichere Besucherquelle. Das bedeutet, dass die Zahl der Klicks aus Ihrem E-Mail-Marketing möglichst groß sein sollte.

Möchten Sie gern lernen, wie Sie Ihr [E-Mail-Marketing](#) aufbauen sollten, um die damit erreichte Zahl von Klicks zu maximieren? Dann klicken Sie auf den Play-Button, um das folgende Lehrvideo in YouTube abzuspielen:



Im Internet gibt es viele „Geld im Netz“-Websites. Vor allem auf denjenigen dieser Sites, die im englischsprachigen Raum angesiedelt sind, werden Sie hierzu immer wieder den folgenden Satz lesen: „The money is in the list“ – das Geld steckt in der Liste. Soll heißen: Je größer die Liste, desto höher die Umsätze.

Mario Wolosz, der Gründer des E-Mail-Marketing-Dienstleisters [Klick-Tipp](#), hat hierzu eine ganz andere Meinung. Zitat: „Das Geld steckt nicht in der Liste. Wäre das der Fall, dann wären Spammer steinreich. Der Schlüssel liegt vielmehr in der persönlichen Beziehung, die Sie zu den Personen in Ihrem virtuellen Kontaktnetzwerk, das heißt auf Ihrer E-Mail-Liste, aufgebaut haben. Diesen Personen müssen Sie einen echten Mehrwert liefern, der zur Lösung eines Problems

beiträgt, das ihnen auf den Nägeln brennt.“

Lassen Sie sich vor allem die letzten beiden Sätze auf der Zunge zergehen. Es kommt nicht auf die Größe der Liste an, sondern auf das Verhältnis, das Sie zu Ihren Abonnenten aufbauen. Wow!

In dem Lehrvideo stellt Ihnen Mario Wolosz sechs Tipps vor. Wenn Sie diese Tipps beherzigen, dann wird es Ihnen gelingen, zu den Personen auf Ihrer E-Mail-Liste eine vertrauensvolle persönliche Beziehung aufzubauen. Mario Wolosz diskutiert dieses Thema mit Matthias Brandmüller vor der wunderschönen Kulisse des Praia Mole in Florianópolis im Süden Brasiliens.

Leider ließen sich bei der Aufnahme Hintergrundgeräusche nicht vermeiden. Damit Sie der Videodarstellung trotzdem bequem folgen und die dargestellten Inhalte für Ihr [E-Mail-Marketing](#) nutzen können, habe ich das Video schriftlich zusammengefasst.

(1) Formulieren Sie Ihre E-Mails so, als würden Sie Ihrem Lieblingskunden schreiben.

Verfassen Sie kurze, knackige E-Mails. Fügen Sie den Link zu Ihrer Landing-Page gleich am Anfang der E-Mail ein, damit der Leser nicht scrollen muss, um den Link zu sehen. Bringen Sie Ihre Botschaft in maximal sieben Sätzen unter, ähnlich wie bei einer Kleinanzeige.

(2) Schlichtheit und Einfachheit bringen die meisten Klicks ein.

Vermeiden Sie bunte Newsletter-Templates. Zahlreiche [Splittests](#) haben gezeigt, dass E-Mails ohne jegliche Formatierung die meisten Klicks erbringen. Denken Sie immer daran: Würden Sie Ihrem Lieblingskunden eine E-Mail in einem professionell gestalteten Newsletter-Template schicken? Gutes [E-Mail-Marketing](#) beschränkt sich auf das Wesentliche!

(3) Eine Handlungsanweisung pro E-Mail muss genügen.

Geben Sie in einer E-Mail immer nur eine eindeutige, glasklare Handlungsanweisung. Sie wollen, dass Ihre Empfänger auf einen Link klicken? Dann sollte Ihre Handlungsanweisung nur aus der Aufforderung bestehen, auf den betreffenden Link zu klicken.

(4) Sichern Sie die Lesbarkeit Ihrer E-Mail durch Zeilenumbrüche nach 68 Zeichen.

Umbrechen Sie den Text Ihrer E-Mails stets nach jeweils 68 Zeichen. Damit stellen Sie sicher, dass Ihre E-Mails in allen E-Mail-Clients Zeile für Zeile korrekt angezeigt werden.

Bei [Klick-Tipp](#) finden Sie übrigens direkt über dem Texteingabefeld einen Link, mit dem Sie Zeilenumbrüche im gesamten E-Mail-Text nach jeweils 68 Zeichen vornehmen können. Ein Klick genügt, und die Zeilen werden in der gewünschten Weise umbrochen.

(5) Verzichten Sie auf Personalisierung.

Warum, das erfahren Sie im Detail in diesem [YouTube-Video](#).

(6) Verschicken Sie Ihre [Newsletter](#) nicht von einer no-reply@- oder einer keine-antwort@-E-Mail-Adresse.

Ziehen wir noch einmal die Analogie zu einer E-Mail, die Sie von Ihrem Lieblingskunden bekommen. Würde Ihr Lieblingskunde Ihnen eine E-Mail schicken und dabei eine „keineantwort@-E-Mail-Adresse“ verwenden?

Wenn Sie [Klick-Tipp](#) verwenden, dann sind Sie auf der sicheren Seite. Jeder Kunde bekommt bei Klick-Tipp eine persönliche Klick-Tipp-E-Mail-Adresse. Alle Autoresponder und alle Newsletter, die Sie mit Klick-Tipp versenden, werden unter Verwendung Ihrer persönlichen Klick-Tipp-E-Mail-Adresse zugestellt. Antworten der Empfänger Ihrer E-Mails leitet [Klick-Tipp](#) postwendend an die in Ihrem Benutzerkonto hinterlegte E-Mail-Adresse weiter.

Besuchen Sie die Website von [Klick-Tipp](#) und informieren Sie sich darüber, wie Sie über das Internet effektiv neue Kunden gewinnen können!