

Die 12 erfolgreichsten Best-Practice-Beispiele für Ihren Newsletter

Bringen Sie Ihren Newsletter optisch und inhaltlich auf den neuesten Stand und orientieren Sie sich an aktuellen Best-Practice-Beispielen. Wir haben für Sie eine Liste an Erfolgsrezepten zusammengestellt, anhand derer Sie Ihren eigenen Newsletter auf inhaltlichen Optimierungsbedarf prüfen können.

Firmenname als Absender für mehr Aufmerksamkeit: Setzen Sie auf Ihren guten Namen und nennen Sie Ihre Marke als Absender. So sind Sie rechtlich auf der sicheren Seite und stechen dem Empfänger mit Ihrer Email besser ins Auge.

Betreffzeile als Teaser: Formulieren Sie kurz und knackig. Betonen Sie den Mehrwert für den Empfänger und fordern Sie ihn zur Handlung auf.

Editorial zur Leserführung: Setzen Sie auf ein interessantes Editorial und fesseln Sie Ihre Leser direkt nach dem Öffnen der Email. Hat ein Newsletter ein Editorial, befassen sich die Leser einer aktuellen Studie zufolge doppelt so lange mit der Email als mit einem Newsletter ohne Einführung. Ein weiterer positiver Effekt: Über den Text im Editorial können Sie die Aufmerksamkeit der Leser gezielt auf spezielle Bestandteile Ihres Newsletters lenken.

Inhaltsverzeichnis zur besseren Orientierung: Besteht Ihr Newsletter aus mehreren Artikeln, ist ein verlinktes Inhaltsverzeichnis unerlässlich. So helfen Sie den Lesern, schnell und unkompliziert an die für sie interessanten Informationen zu gelangen. Denken Sie jedoch daran, Ihre Leser nicht mit zu vielen Artikeln zu überfordern.

Passende Bebilderung zur Performance-Steigerung: Bilder können die Performance Ihres Newsletter steigern – gesetzt den Fall sie passen zu den Inhalten. Wählen Sie die Bilder daher sorgfältig aus. Achten Sie zudem darauf, dass der Inhalt Ihres Newsletters auch ohne Bilder verständlich ist. Damit wird die Sorge um die automatische Bildunterdrückung überflüssig.

Aufnahme ins Adressbuch: Verzichten Sie nicht auf die positiven Effekte, die eine ansprechende Bebilderung erzielen kann. Stellen Sie sicher, dass den Empfängern Bilder und Infografiken direkt angezeigt werden, indem Sie Ihre Leser ganz einfach um die Aufnahme Ihrer Email-Adresse ins Adressbuch bitten.

Umfassende Kontaktmöglichkeiten: Geben Sie Ihren Lesern die Chance, über den Kanal ihrer Wahl zu Ihnen Kontakt aufzunehmen. Verweisen Sie daher im Impressum auf Ihre Postanschrift, Email-Adresse und Telefonnummer.

Link zur Webversion: Integrieren Sie möglichst weit oben und gut sichtbar einen Link zur Webversion. Manche Leser lassen sich den Newsletter lieber im Browser statt im Vorschauenfenster anzeigen.



Weiterleiten-Funktion: Eine Empfehlung durch Ihre Leser ist Gold wert. Geben Sie Ihren Empfängern daher unbedingt die Möglichkeit, den Newsletter direkt über das Template weiterzuleiten und damit sich selbst die Chance, die Zahl der Empfehlungen zu tracken.

Möglichkeit zur Anmeldung: Bekommt ein Empfänger Ihren Newsletter weitergeleitet, sollte er sich direkt anmelden können. Vergessen Sie daher neben dem obligatorischen Abmeldelink nicht die Anmelde-möglichkeit!

Anzeige der Email-Adresse des Empfängers: Nennen Sie die Email-Adresse, an die der Newsletter geht. Damit erhöhen Sie nicht nur die Glaubwürdigkeit Ihrer Email, sondern erleichtern es den Lesern, die Ihren Newsletter eventuell mehrfach erhalten, sich mit der richtigen Adresse abzumelden.

Link zu den Profildaten: Geben Sie Ihren Lesern die Chance, die eigenen Daten zu aktualisieren und vermeiden Sie damit unnötige Abmeldungen.

Dieser Artikel ist ein Auszug aus dem monatlichen Newsletter "Inside the Marketing Cloud" von Teradata. Falls Sie diesen Artikel weitergeleitet bekommen haben und zukünftig auch über Neuigkeiten aus der Branche informiert werden möchten, können Sie sich [hier anmelden](#).