

So erweitern Sie Ihren Newsletter-Verteiler

Neue Abonnenten gewinnen ist die eine Sache. Sie zu halten und Ihren Newsletter-Verteiler gleichzeitig weiter auszubauen ist eine ganz andere. Wir werden oft gefragt, wie man den Kreis seiner Newsletter-Abonnenten effizient erweitern kann. Im Folgenden geben wir Ihnen ein paar Hinweise und Tipps, wie Sie Ihre Mailing-Liste vergrößern und häufige Fehler vermeiden können.

Das Naheliegendste zuerst: Optimieren Sie Ihren Anmeldeprozess

Wenn Sie den Umfang Ihres Verteilers steigern möchten, stellen Sie sicher, dass Sie potentielle Abonnenten nicht direkt bei der Registrierung verlieren. Tipps zur Optimierung des Anmeldeprozesses und die Antwort auf die Gretchen-Frage "Double oder Confirmed Opt-In?" [finden Sie hier](#).

Nutzen Sie jeden einzelnen Berührungspunkt mit dem Kunden

Geben Sie Ihren potentiellen Abonnenten an jedem erdenklichen Berührungspunkt die Möglichkeit, sich für Ihren Newsletter anzumelden. Platzieren Sie den Anmeldelink auf jeder einzelnen Seite Ihrer Website. Fragen Sie die Interessenten bei Events oder Verkaufspromotions, ob sie Ihren Newsletter erhalten möchten und holen Sie sich direkt vor Ort die Erlaubnis dazu ein. Integrieren Sie einen Anmeldelink in die Signatur Ihrer Geschäftsemails. Machen Sie durch Testimonials auf den Nutzen Ihres Newsletters aufmerksam und belohnen Sie die Registrierung durch entsprechende Incentives. Falls Sie im B2B-Bereich tätig sind, stellen Whitepaper und Studienergebnisse einen guten Anreiz dar, im B2C-Bereich können Sie mit Gutscheinen und Coupons punkten.

Weitere Wege Ihre Adressdatenbank online auszubauen

Es gibt eine Vielzahl weiterer Aktionen, mit deren Hilfe Sie Ihren Newsletter-Verteiler online ausbauen können, beispielsweise über die Weiterleiten-Funktion in Ihrem Newsletter, über Online-Angebote und -Preisausschreiben. Alternativ können Sie über Teradata Email-Adressen für hochwertige Kampagnen anmieten oder effiziente Adressgenerierungskampagnen durchführen.

Gründe für hohe Abmelderaten und vermeidbare Fehler

Nicht funktionierende Links oder Bilder, zu häufige Newsletter-Aussendungen, uninteressante Inhalte oder irreführende Betreffzeilen – all dies sind Abmeldegründe, die einfach zu umgehen sind. Weiterhin sollten Sie Ihren Adressbestand auf Bounces und inaktive Email-Adressen überprüfen. Um inaktive Empfänger zu reaktivieren, kann es sich lohnen, ihnen ein attraktives Sonderangebot zu unterbreiten. Über die Hälfte aller Email-Marketing-Anwender sendet noch eine Nachricht, bevor sie Adressen endgültig löschen.

Trennen Sie sich von alten Adressen und halten Sie Ihre Datenbank sauber

Der Ausbau Ihres Newsletter-Verteilers ist die halbe Miete. Die andere Hälfte ist konsequente Listenhygiene und die kontinuierliche Ergebniskontrolle eines jeden Mailings. So können Sie sowohl nachverfolgen, wer Ihre Nachrichten nicht geöffnet, angeklickt oder auf diese reagiert hat, als auch ungültige Email-Adressen (z.B. Abonnenten, die ihren Arbeitsplatz oder Namen gewechselt haben) identifizieren.



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](#).