

Fachbeiträge

Einführung

- 78 Darauf kommt es an, wenn E-Mails ankommen sollen!

Adressen gewinnen und pflegen

- 80 List-Management – ein absolutes Muss für professionelles E-Mailing
- Beschaffen und Selektieren von E-Mail-Adressen
 - Automatische Pflege und Aktualisierung des Adressverteilers
 - Anreichern der Adressdaten
- 81 Klasse statt Masse – Rückläuferbehandlung bei „aufgeräumten“ Listen
- Bounce-Management: automatisierte Rückläuferbearbeitung
 - Techniken zur Erkennung falscher E-Mail-Adressen
 - Worauf Sie beim Anmieten von Adressen achten sollten

Mit Newslettern Interessenten binden

- 82 Die sechs P's des E-Mail-Marketing – Newsletter im Benchmark-Test
- Wie Sie mehr Abonnenten für Ihren Newsletter gewinnen
 - Welche Faktoren den Newsletter-Erfolg beeinflussen
 - Branchenspezifische Unterschiede der Newsletter-Qualität
- 83 Inhalte von Newslettern – Erprobte Strategien für erfolgreiche Mailings
- Regeln für Gestaltung, Layout und Textwahl
 - Welche Inhalte für Abonnenten wirklich relevant sind
 - Themen auswählen und Inhalte aufbereiten

Mailings elektronisch versenden

- 84 Wieviel Dienstleistung benötigt erfolgreiches E-Mail-Marketing?
- Gestaltung und Abwicklung erfolgreicher Mailings
 - Testmöglichkeiten durch Vorab- und Vergleichstests.
- 85 Mehrstufige und Event-gesteuerte E-Mail-Kampagnen
- Kosten sparen durch Marketing Automation
 - Höhere Response durch abgestimmte E-Mails
 - Spezielle Möglichkeiten der Automatisierung von E-Mail-Kampagnen

Via E-Mail Neukunden gewinnen

- 86 Bessere Leserbindung und mehr Response durch optimiertes Newsletter-Design
- Newsletter als E-Mail-Magazine mit Werbeflächen
 - Akzeptanz von Anzeigen-Newslettern
 - Wie richtiges Layout den Wert von Werbeflächen erhöht
- 87 Werbung per E-Mail: Standalones und Sonder-Newsletter
- Werbe-E-Mails eingebettet in redaktionelle Newsletter
 - Welche Werbe-E-Mails geöffnet werden
 - Zielgruppenselektion und Nutzwertorientierung
- 88 B-to-B-E-Mail-Kampagnen – erfolgreiches Praxisbeispiel
- Nischenprodukte gleich Absatzprodukte

- Vergleichswerte Standalones versus Newsletteranzeigen
- Testen plus Auswerten ist gleich Kampagnenerfolg

Tipps für Response-starke Werbe-E-Mail-Kampagnen

- 89 Acht Tipps für Response-starke Werbe-E-Mail-Kampagnen
- Gestaltungsregeln von E-Mails, die gelesen werden
 - Die Türöffner erfolgreicher E-Mails
 - Worauf Sie achten sollten, damit Response funktioniert
- 90 Profilierung und Personalisierung: Typische Fehler und technische Lösungen
- Personalisierung auch bei unvollständigen Datensätzen
 - Mit wenig Aufwand persönliche E-Mails schreiben
 - Techniken der elektronischen Datenanreicherung

Dienstleistung und Technik outsourcen

- 91 Professionelles Outsourcing von E-Mail-Services
- Checkliste: wie Sie den passenden Dienstleister finden
 - Adressabgleich, Vorlagenoptimierung und Reporting
 - Technische Anforderungen beim E-Mail-Versand
- 92 E-Mail-Software mieten oder kaufen: ASP versus Lizenz
- Entscheidungsfaktoren ASP oder Inhouse
 - Kostenvergleich Implementierung und Anpassung
 - Möglichkeiten eines späteren Providerwechsels

E-Mail-Anfragen effizienter beantworten

- 93 Die Zukunft gehört dem intelligenten E-Mail-Response-Management
- Kundenanfragen per E-Mail müssen bewältigt werden
 - Inhalte erkennen und Antwortvorschläge machen
 - Intelligente Arbeitsteilung zwischen Experten und Callcenter
- 94 Einsatzmöglichkeiten und Zukunftspotentiale von ERM-Systemen
- Spam-Kontrolle beim E-Mail-Verkehr
 - Paid-Content-Konzepte mit Mehrwertinhalten
 - Fax-Abruf-Systeme per E-Mail realisieren

Die Zukunft des E-Mail-Marketing

- 95 Closed-Loop-Marketing: Visionen werden wahr durch Integration von Inbound- und Outbound-E-Mails
- Beschwerdemanagement per E-Mail
 - Kostenfalle manuelle Response im E-Mail-Direktmarketing
 - Adressgewinnung mit eingehenden E-Mails
- 96 Trends bei der praktischen Umsetzung von E-Mail-Marketing
- Präzises Marketing Controlling beim E-Mail-Marketing
 - Kosten von Interessenten und Kosten von Käufern
 - Return on Investment einzelner Mailings berechnen
- 97 E-Mail-Marketingtrends in Europa
- Nutzung von E-Mail zur Neukundengewinnung
 - Vorreiter des E-Mail-Marketing in Europa
 - Erfahrungen, Stärken und Erfolgsfaktoren