Torbjörn
Bartels

KLICKRATEN-EXPLOSION:

DIE BESTEN STRATEGIEN FÜR ERFOLGREICHES E-MAIL-MARKETING



Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung 1
2. Die Bedeutung von E-Mail-Marketing im digitalen Zeitalter 1
3. Herausforderungen beim Aufbau einer E-Mail-Liste und Strategien zur Überwindung 2
4. Die wichtigsten Schritte für die Erstellung erfolgreicher E-Mail-Kampagnen 3
    1. Definieren Sie Ihre Ziele: 4
    2. Identifizieren Sie Ihre Zielgruppe: 4
    3. Wählen Sie die richtige E-Mail-Marketing-Software: 4
    4. Erstellen Sie ansprechende E-Mails: 4
    5. Senden Sie Ihre E-Mails zum richtigen Zeitpunkt: 5
    6. Testen und optimieren Sie Ihre Kampagnen: 5
5. Zusätzliche Tipps für die Optimierung Ihrer E-Mail-Marketing-Bemühungen: 5
6. Zielgruppendefinition: E-Mail-Marketer und ihre Aufgaben 7
7. Beispielkunde: ACME Clothing und die Steigerung des Umsatzes durch E-Mail-Marketing 8
8. Fazit: Die Zukunft des E-Mail-Marketings und die Erfolgsfaktoren 9
Bonus: 30-Tage-Plan für eine effektive E-Mail-Kampagne 10
Bonus 2: Empfehlungen zum richtig durchstarten! 13

1. Einleitung

In der heutigen digitalen Welt, in der unzählige Marketingkanäle um Aufmerksamkeit werben, sticht E-Mail-Marketing weiterhin als einer der effektivsten und kostengünstigsten Wege hervor, um mit Zielgruppen in Kontakt zu treten, Leads zu generieren und Kundenbeziehungen aufzubauen. Mit gut durchdachten E-Mail-Kampagnen können Unternehmen aller Größenordnungen ihre Markenbekanntheit steigern, den Umsatz fördern und langfristige Kundenbindungen knüpfen.

Dieser umfassende Leitfaden bietet Ihnen alles, was Sie wissen müssen, um effektive E-Mail-Marketing-Kampagnen zu erstellen, die Ihre Zielgruppe ansprechen und Ihre Geschäftsziele erreichen. Von der Definition Ihrer Zielgruppe bis hin zur Optimierung Ihrer Kampagnenleistung – wir begleiten Sie Schritt für Schritt auf dem Weg zum E-Mail-Marketing-Erfolg.

2. Die Bedeutung von E-Mail-Marketing im digitalen Zeitalter

E-Mail-Marketing hat im Vergleich zu anderen Marketingkanälen wie Social Media oder Suchmaschinenmarketing einige entscheidende Vorteile:

- **Hohe Reichweite:** E-Mail ist nach wie vor einer der am weitesten verbreiteten Kommunikationskanäle weltweit. Mit E-Mail-Marketing erreichen Sie direkt den Posteingang Ihrer Zielgruppe und können so eine breite Masse an potenziellen und bestehenden Kunden ansprechen.
- **Kosteneffizienz:** Im Vergleich zu anderen Marketingkanälen ist E-Mail-Marketing relativ kostengünstig. Sie benötigen lediglich eine E-Mail-Marketing-Software und eine E-Mail-Liste, um mit dem Versenden von Kampagnen zu beginnen.
- **Effektivität:** E-Mail-Marketing kann sehr effektiv sein, um Leads zu generieren, Verkäufe zu fördern und Kundenbeziehungen aufzubauen. Studien zeigen, dass E-Mail-Marketing im Vergleich zu anderen Kanälen die höchste Konversionsrate hat.
- **Messbarkeit:** Mit modernen E-Mail-Marketing-Tools können Sie die Leistung Ihrer Kampagnen genau verfolgen und so Ihre Ergebnisse optimieren. Sie sehen, wie viele E-Mails geöffnet, geklickt und konvertiert werden, sodass Sie Ihre Kampagnen basierend auf den Daten kontinuierlich verbessern können.
- **Vielseitigkeit:** E-Mail-Marketing kann für verschiedene Zwecke eingesetzt werden, z. B. zur Lead-Generierung, zur Kundenbindung, zur Produkt- oder Dienstleistungspromotion, zur Ankündigung von Neuigkeiten und zur Kundenbetreuung.

3. Herausforderungen beim Aufbau einer E-Mail-Liste und Strategien zur Überwindung

Der Aufbau einer E-Mail-Liste ist der Grundstein für erfolgreiches E-Mail-Marketing. Doch gerade in Zeiten von DSGVO und wachsender Skepsis gegenüber unerwünschten Werbemails ist es eine Herausforderung, Abonnenten zu gewinnen und zu halten.

Hier sind einige der größten Herausforderungen beim Aufbau einer E-Mail-Liste:

- Zielgruppengewinnung: Den richtigen Personen ihre E-Mail-Adresse zu entlocken, erfordert die Erstellung von Inhalten, die für die Zielgruppe relevant und ansprechend sind. Diese Inhalte müssen dann über verschiedene Kanäle wie Ihre Website, Social Media oder Offline-Marketingmaßnahmen beworben werden.
- Schaffung von Mehrwert: Um Abonnenten zu gewinnen und zu halten, müssen Sie ihnen etwas Wertvolles bieten. Das können kostenlose Inhalte wie E-Books, Leitfäden oder Webinare sein, aber auch exklusive Rabatte oder Angebote.
- Konsistente Bereitstellung von Inhalten: Um die Abonnenten bei der Stange zu halten, ist es wichtig, regelmäßig neue und interessante Inhalte zu liefern. Das kann eine Herausforderung sein, aber es lohnt sich, dranzubleiben, um die Abonnentenbindung zu stärken.
- Einhaltung der Datenschutzbestimmungen: Beim Sammeln und Verwenden von E-Mail-Adressen müssen Sie die Datenschutzbestimmungen, insbesondere die DSGVO, einhalten. Das bedeutet, dass Sie die Einwilligung der Abonnenten einholen und ihnen die Möglichkeit geben müssen, sich jederzeit abzumelden.

Vermeidung von Spam-Fallen: Um sicherzustellen, dass Ihre E-Mails nicht als Spam markiert werden, sollten Sie einige wichtige Punkte beachten:

- Vermeiden Sie aggressive Betreffzeilen: Verwenden Sie keine reißerischen oder irreführenden Betreffzeilen, die wie Spam aussehen könnten. Stattdessen sollten Sie klare und prägnante Betreffzeilen verwenden, die den Inhalt Ihrer E-Mail genau beschreiben.
- Verwenden Sie keine irreführenden Inhalte: Der Inhalt Ihrer E-Mails sollte mit der Betreffzeile übereinstimmen und keine falschen Versprechungen machen. Stellen Sie sicher, dass Ihre E-Mails informativ, nützlich und relevant für Ihre Zielgruppe sind.
- Stellen Sie eine klare Abmeldemöglichkeit zur Verfügung: In jeder E-Mail sollten Sie eine klare und einfache Möglichkeit zum Abmelden anbieten. Dies ist gesetzlich vorgeschrieben und hilft Ihnen auch, Ihre E-Mail-Liste sauber zu halten.
- Achten Sie auf die Qualität Ihrer E-Mail-Liste: Vermeiden Sie den Kauf von E-Mail-Listen oder das Senden von E-Mails an Personen, die Ihnen ihre Einwilligung nicht gegeben haben. Dies kann zu Spam-Beschwerden und einer Schädigung Ihrer Reputation führen.

Strategien zur Überwindung dieser Herausforderungen:

Neben den oben genannten Strategien können Sie auch folgende Maßnahmen ergreifen, um Ihre E-Mail-Liste aufzubauen und zu halten:

- Bieten Sie verschiedene Arten von Inhalten an: Bieten Sie Ihren Abonnenten verschiedene Arten von Inhalten, z. B. Blog-Beiträge, E-Books, Webinare oder Infografiken. So können Sie verschiedene Interessen ansprechen und die Abonnentenbindung stärken.
- Personalisieren Sie Ihre E-Mails: Verwenden Sie Personalisierungstechniken, um Ihre E-Mails relevanter für Ihre Abonnenten zu machen. Dies kann z. B. durch die Verwendung des Anrede-Namens, die Segmentierung Ihrer E-Mail-Liste nach Interessen oder die Anpassung des Inhalts Ihrer E-Mails an das Verhalten Ihrer Abonnenten erfolgen.
- Fördern Sie Ihre E-Mail-Liste in Ihren Social-Media-Kanälen: Teilen Sie Ihre E-Mail-Liste auf Social-Media-Plattformen, um neue Abonnenten zu gewinnen. Sie können auch Social-Media-Wettbewerbe oder -Gewinnspiele veranstalten, um die Aufmerksamkeit auf Ihre E-Mail-Liste zu lenken.
- Nutzen Sie Influencer-Marketing: Arbeiten Sie mit Influencern in Ihrer Branche zusammen, um Ihre E-Mail-Liste zu bewerben. Influencer können ihren Followern Ihre E-Mail-Liste in ihren Beiträgen oder Stories empfehlen.
- Bieten Sie exklusive Inhalte für Abonnenten an: Bieten Sie Ihren Abonnenten exklusive Inhalte, die sie nur erhalten, wenn sie sich für Ihre E-Mail-Liste anmelden. Dies kann z. B. ein exklusiver Rabatt, ein früher Zugang zu neuen Produkten oder ein kostenloses E-Book sein.
- Messen Sie die Leistung Ihrer E-Mail-Marketing-Kampagnen: Verfolgen Sie die wichtigsten Metriken Ihrer E-Mail-Marketing-Kampagnen, z. B. Öffnungsrate, Klickrate und Konversionsrate. So können Sie sehen, welche Kampagnen erfolgreich sind und welche verbessert werden müssen.

Mit diesen Strategien können Sie eine starke E-Mail-Liste aufbauen und effektive E-Mail-Kampagnen erstellen, die Ihre Geschäftsziele erreichen.

4. Die wichtigsten Schritte für die Erstellung erfolgreicher E-Mail-Kampagnen

Sobald Sie eine E-Mail-Liste aufgebaut haben, können Sie mit der Erstellung von E-Mail-Kampagnen beginnen. Die folgenden Schritte helfen Ihnen dabei, erfolgreiche E-Mail-Kampagnen zu erstellen, die Ihre Zielgruppe ansprechen und Ihre Geschäftsziele erreichen:

1. Definieren Sie Ihre Ziele:

- Was möchten Sie mit Ihrer E-Mail-Kampagne erreichen?
- Möchten Sie Leads generieren, Verkäufe fördern, die Markenbekanntheit steigern oder Kundenbeziehungen aufbauen?
- Die Definition Ihrer Ziele hilft Ihnen dabei, die richtige Strategie für Ihre Kampagne zu entwickeln und die richtigen Inhalte zu erstellen.

2. Identifizieren Sie Ihre Zielgruppe:

- Wen möchten Sie mit Ihrer E-Mail-Kampagne erreichen?
- Welche Interessen, Bedürfnisse und Herausforderungen hat Ihre Zielgruppe?
- Je besser Sie Ihre Zielgruppe verstehen, desto relevantere und ansprechendere E-Mails können Sie erstellen.

3. Wählen Sie die richtige E-Mail-Marketing-Software:

- Es gibt verschiedene E-Mail-Marketing-Softwarelösungen auf dem Markt. Wählen Sie eine Software, die Ihren Bedürfnissen und Ihrem Budget entspricht.
- Wichtige Funktionen einer E-Mail-Marketing-Software sind:
    - Benutzerfreundliche Oberfläche
    - Möglichkeit zum Erstellen und Versenden von E-Mails
    - Segmentierungs- und Targeting-Funktionen
    - Tracking- und Analysefunktionen
    - Automatisierungsfunktionen
- Beliebte E-Mail-Marketing-Softwares sind:
    - Funnelcockpit
    - Mailchimp
    - ActiveCampaign
    - ConvertKit
    - AWeber
    - GetResponse

4. Erstellen Sie ansprechende E-Mails:

- Der erste Eindruck zählt! Achten Sie darauf, dass Ihre E-Mails optisch ansprechend und leicht zu lesen sind.

- Verwenden Sie eine klare und prägnante Betreffzeile, die die Aufmerksamkeit Ihrer Abonnenten auf sich zieht.
- Personalisieren Sie Ihre E-Mails, indem Sie den Namen des Abonnenten verwenden und relevante Inhalte anbieten.
- Verwenden Sie Bilder und Videos, um Ihre E-Mails ansprechender zu gestalten.
- Halten Sie Ihre E-Mails kurz und prägnant. Die meisten Menschen lesen E-Mails auf ihren Mobilgeräten, daher ist es wichtig, dass Ihre E-Mails auf dem Punkt sind.
- Fügen Sie einen klaren Call-to-Action (CTA) hinzu, der den Abonnenten sagt, was sie als Nächstes tun sollen.

5. Senden Sie Ihre E-Mails zum richtigen Zeitpunkt:

- Wann sind Ihre Abonnenten am ehesten geneigt, Ihre E-Mails zu lesen?
- Analysieren Sie Ihre E-Mail-Daten, um herauszufinden, welche Tage und Uhrzeiten am besten geeignet sind, um Ihre E-Mails zu versenden.
- Vermeiden Sie es, E-Mails zu spät in der Nacht oder am Wochenende zu versenden.

6. Testen und optimieren Sie Ihre Kampagnen:

- Es ist wichtig, Ihre E-Mail-Kampagnen zu testen, um zu sehen, was funktioniert und was nicht.
- Sie können verschiedene Betreffzeilen, Inhalte und CTAs testen, um herauszufinden, was die beste Leistung erbringt.
- Verwenden Sie A/B-Tests, um verschiedene Versionen Ihrer E-Mails zu vergleichen und zu sehen, welche Version die bessere Konversionsrate hat.
- Analysieren Sie Ihre E-Mail-Daten, um Ihre Kampagnen kontinuierlich zu verbessern.

5. Zusätzliche Tipps für die Optimierung Ihrer E-Mail-Marketing-Bemühungen:

- **Segmentieren Sie Ihre E-Mail-Liste:** Segmentieren Sie Ihre E-Mail-Liste nach Interessen, Bedürfnissen oder Verhalten, um gezieltere E-Mails zu versenden.
- **Personalisieren Sie Ihre E-Mails:** Personalisieren Sie Ihre E-Mails, indem Sie den Namen des Abonnenten verwenden und relevante Inhalte anbieten.
- **Verwenden Sie einen klaren Call-to-Action (CTA):** Fügen Sie einen klaren Call-to-Action (CTA) hinzu, der den Abonnenten sagt, was sie als Nächstes tun sollen.
- **Halten Sie Ihre E-Mails kurz und prägnant:** Die meisten Menschen lesen E-Mails auf ihren Mobilgeräten, daher ist es wichtig, dass Ihre E-Mails auf dem Punkt sind.

- Senden Sie Ihre E-Mails zum richtigen Zeitpunkt: Wann sind Ihre Abonnenten am ehesten geneigt, Ihre E-Mails zu lesen?
- Testen und optimieren Sie Ihre Kampagnen: Es ist wichtig, Ihre E-Mail-Kampagnen zu testen, um zu sehen, was funktioniert und was nicht.
- Nutzen Sie Automatisierungsfunktionen: Nutzen Sie Automatisierungsfunktionen, um E-Mails zu versenden, z. B. Willkommens-E-Mails oder Geburtstagsgrüße.
- Verfolgen Sie Ihre Ergebnisse: Verfolgen Sie Ihre Ergebnisse, um zu sehen, wie gut Ihre E-Mail-Marketing-Kampagnen performen.
- Behalten Sie die neuesten Trends im Auge: Die E-Mail-Marketing-Landschaft ändert sich ständig. Bleiben Sie auf dem Laufenden über die neuesten Trends und Best Practices.

6. Zielgruppendefinition: E-Mail-Marketer und ihre Aufgaben

E-Mail-Marketer sind Marketingfachleute, die sich auf die Planung, Erstellung, Implementierung und Analyse von E-Mail-Marketing-Kampagnen spezialisieren.

Zu ihren Hauptaufgaben gehören:

- Planung und Entwicklung von E-Mail-Marketing-Kampagnen: E-Mail-Marketer arbeiten mit Marketingteams zusammen, um die Ziele der E-Mail-Marketing-Kampagnen zu definieren, die Zielgruppe zu identifizieren und die Kampagnenstrategien zu entwickeln.
- Erstellen von E-Mail-Inhalten: E-Mail-Marketer schreiben den Text für E-Mails, erstellen HTML-Vorlagen und gestalten E-Mails.
- Versenden von E-Mails: E-Mail-Marketer verwenden E-Mail-Marketing-Software, um E-Mail-Kampagnen zu versenden und zu verwalten.
- Analyse der Kampagnenleistung: E-Mail-Marketer verfolgen die Leistung von E-Mail-Kampagnen, analysieren Metriken und erstellen Berichte.
- Optimierung von E-Mail-Kampagnen: E-Mail-Marketer verwenden die gewonnenen Erkenntnisse, um zukünftige E-Mail-Kampagnen zu optimieren.

E-Mail-Marketer müssen über folgende Fähigkeiten und Kenntnisse verfügen:

- Kenntnisse in E-Mail-Marketing-Software und -Plattformen: E-Mail-Marketer müssen in der Lage sein, verschiedene E-Mail-Marketing-Software und -Plattformen zu verwenden, um E-Mails zu erstellen, zu versenden und zu verfolgen.
- Kenntnisse in HTML und CSS: E-Mail-Marketer müssen über grundlegende Kenntnisse in HTML und CSS verfügen, um ansprechende und ansprechende E-Mails zu erstellen.
- Starke Schreibfähigkeiten: E-Mail-Marketer müssen in der Lage sein, klare, prägnante und überzeugende E-Mails zu schreiben, die die Zielgruppe ansprechen.
- Analytische Fähigkeiten: E-Mail-Marketer müssen in der Lage sein, die Leistung ihrer E-Mail-Kampagnen zu analysieren und die Ergebnisse zu optimieren.
- Kenntnisse in Marketing-Automatisierung: E-Mail-Marketer sollten mit Marketing-Automatisierungstools vertraut sein, mit denen sie E-Mail-Kampagnen automatisieren und personalisieren können.

E-Mail-Marketer spielen eine wichtige Rolle für den Erfolg von Unternehmen, die E-Mail-Marketing nutzen, um ihre Marketingziele zu erreichen. Durch ihre Expertise und ihr Fachwissen können E-Mail-Marketer E-Mail-Kampagnen erstellen, die die Zielgruppe ansprechen, Ergebnisse erzielen und die Markenbekanntheit steigern.

7. Beispielkunde: ACME Clothing und die Steigerung des Umsatzes durch E-Mail-Marketing

ACME Clothing ist ein Modehändler, der sich mit E-Mail-Marketing neuen Kundenstamm erschließen und den Umsatz steigern möchte.

Herausforderung:

- ACME Clothing hat eine E-Mail-Liste mit 10.000 Abonnenten, aber die Öffnungs- und Klickraten sind niedrig.
- Der Umsatz aus E-Mail-Marketing ist stagnierend.

Lösung:

- ACME Clothing beauftragt einen E-Mail-Marketer, der die E-Mail-Marketing-Strategie des Unternehmens neu gestaltet.
- Der E-Mail-Marketer segmentiert die E-Mail-Liste von ACME Clothing in verschiedene Gruppen, z. B. nach Geschlecht, Alter und Interessen.
- Der E-Mail-Marketer erstellt personalisierte E-Mails für jede Gruppe, die auf die jeweiligen Bedürfnisse und Interessen der Abonnenten zugeschnitten sind.
- Der E-Mail-Marketer nutzt A/B-Tests, um verschiedene Betreffzeilen, Inhalte und CTAs zu testen und die beste Leistung zu finden.
- Der E-Mail-Marketer automatisiert E-Mails, z. B. Willkommens-E-Mails oder Geburtstagsgrüße.

Ergebnisse:

- Die Öffnungsrate steigt von 15 % auf 30 %.
- Die Klickrate steigt von 5 % auf 10 %.
- Der Umsatz aus E-Mail-Marketing steigt um 20 %.

Erfolgsfaktoren:

- Segmentierung der E-Mail-Liste
- Personalisierung von E-Mails
- A/B-Tests
- Automatisierung von E-Mails
- Kontinuierliche Optimierung der Kampagnen

8. Fazit: Die Zukunft des E-Mail-Marketings und die Erfolgsfaktoren

E-Mail-Marketing ist nach wie vor einer der effektivsten und kostengünstigsten Marketingkanäle. Mit der richtigen Strategie und den richtigen Tools können Unternehmen aller Größenordnungen E-Mail-Marketing nutzen, um ihre Zielgruppe anzusprechen, Leads zu generieren, Verkäufe zu fördern und Kundenbeziehungen aufzubauen.

Um im sich ständig wandelnden Umfeld des E-Mail-Marketings erfolgreich zu sein, müssen Unternehmen folgende Punkte beachten:

- Konzentrieren Sie sich auf den Aufbau einer starken E-Mail-Liste: Die Qualität Ihrer E-Mail-Liste ist entscheidend für den Erfolg Ihrer E-Mail-Marketing-Kampagnen. Stellen Sie sicher, dass Sie nur E-Mail-Adressen von Personen haben, die sich aktiv für Ihre Inhalte angemeldet haben.
- Personalisieren Sie Ihre E-Mails: Personalisierte E-Mails sind effektiver als generische E-Mails. Verwenden Sie personalisierte Anrede, segmentieren Sie Ihre E-Mail-Liste und erstellen Sie Inhalte, die für die Interessen Ihrer Abonnenten relevant sind.
- Geben Sie Ihren Abonnenten Wert: Bieten Sie Ihren Abonnenten wertvolle Inhalte, die sie interessieren und informieren. Dies kann z. B. durch kostenlose E-Books, Leitfäden, Webinare oder exklusive Rabatte erfolgen.
- Optimieren Sie Ihre Kampagnen kontinuierlich: Verfolgen Sie die Leistung Ihrer E-Mail-Kampagnen und analysieren Sie Ihre Ergebnisse. Verwenden Sie diese Erkenntnisse, um Ihre Kampagnen kontinuierlich zu optimieren und die besten Ergebnisse zu erzielen.
- Bleiben Sie auf dem Laufenden über die neuesten Trends: Die E-Mail-Marketing-Landschaft ändert sich ständig. Bleiben Sie auf dem Laufenden über die neuesten Trends und Best Practices, um sicherzustellen, dass Ihre Kampagnen immer effektiv sind.

E-Mail-Marketing ist ein leistungsstarkes Tool, mit dem Unternehmen ihre Marketingziele erreichen können. Mit der richtigen Strategie und den richtigen Tools können Unternehmen aller Größenordnungen E-Mail-Marketing nutzen, um ihre Zielgruppe anzusprechen, Leads zu generieren, Verkäufe zu fördern und Kundenbeziehungen aufzubauen.

Bonus: 30-Tage-Plan für eine effektive E-Mail-Kampagne

Dieser Plan hilft Ihnen dabei, eine erfolgreiche E-Mail-Kampagne in 30 Tagen zu erstellen und durchzuführen.

Woche 1: Planung und Vorbereitung

Tag 1-3:

- **Definieren Sie Ihre Ziele:** Was möchten Sie mit Ihrer E-Mail-Kampagne erreichen?
- **Identifizieren Sie Ihre Zielgruppe:** Wen möchten Sie mit Ihrer E-Mail-Kampagne erreichen?
- **Entwickeln Sie Ihre Kampagnenstrategie:** Wie erreichen Sie Ihre Ziele und sprechen Ihre Zielgruppe an?
- **Wählen Sie eine E-Mail-Marketing-Software:** Mit welcher Software möchten Sie Ihre E-Mails erstellen, versenden und verfolgen?

Tag 4-7:

- **Erstellen Sie Ihre E-Mail-Liste:** Stellen Sie sicher, dass Sie über eine saubere und aktive E-Mail-Liste verfügen.
- **Segmentieren Sie Ihre E-Mail-Liste:** Teilen Sie Ihre E-Mail-Liste in Gruppen mit ähnlichen Interessen oder Merkmalen auf.
- **Entwerfen Sie Ihre E-Mails:** Erstellen Sie ansprechende und ansprechende E-Mails, die Ihre Zielgruppe ansprechen.
- **Schreiben Sie Ihre E-Mail-Texte:** Verfassen Sie überzeugende und interessante Texte, die Ihre Leser zum Handeln motivieren.

Woche 2: Inhaltserstellung und Tests

Tag 8-10:

- **Erstellen Sie Ihre E-Mail-Inhalte:** Schreiben Sie Ihre E-Mail-Texte, erstellen Sie Bilder und Videos und gestalten Sie Ihre E-Mails.
- **Führen Sie A/B-Tests durch:** Testen Sie verschiedene Betreffzeilen, Inhalte und CTAs, um die beste Leistung zu finden.
- **Optimieren Sie Ihre E-Mails für Mobilgeräte:** Stellen Sie sicher, dass Ihre E-Mails auf allen Geräten gut aussehen und funktionieren.

Tag 11-14:

- Holen Sie sich Feedback: Lassen Sie Ihre E-Mails von Kollegen oder Freunden überprüfen und Feedback einholen.
- Nehmen Sie Anpassungen vor: Nehmen Sie die notwendigen Anpassungen an Ihren E-Mails vor, basierend auf dem Feedback und den Ergebnissen Ihrer A/B-Tests.
- Finalisieren Sie Ihre E-Mails: Stellen Sie sicher, dass Ihre E-Mails fehlerfrei und bereit zum Versenden sind.

Woche 3: Kampagnenversand und Überwachung

Tag 15-17:

- Planen Sie Ihren Kampagnenversand: Legen Sie fest, wann Sie Ihre E-Mails versenden möchten.
- Richten Sie Ihre E-Mail-Kampagne ein: Richten Sie Ihre E-Mail-Kampagne in Ihrer E-Mail-Marketing-Software ein.
- Versenden Sie Ihre E-Mails: Senden Sie Ihre E-Mails an Ihre Zielgruppe.

Tag 18-21:

- Überwachen Sie Ihre Kampagnenleistung: Verfolgen Sie die Öffnungsraten, Klickraten und Konversionsraten Ihrer E-Mails.
- Analysieren Sie Ihre Ergebnisse: Analysieren Sie Ihre Daten, um zu sehen, was gut funktioniert und was verbessert werden kann.
- Nehmen Sie Anpassungen vor: Nehmen Sie Anpassungen an Ihren zukünftigen E-Mails vor, basierend auf Ihren Erkenntnissen.

Woche 4: Optimierung und fortlaufende Verbesserung

Tag 22-24:

- Optimieren Sie Ihre Betreffzeilen: Testen Sie verschiedene Betreffzeilen, um die Öffnungsraten zu verbessern.
- Verbessern Sie Ihre Inhalte: Optimieren Sie Ihre E-Mail-Inhalte, um die Klickraten zu erhöhen.
- Verfeinern Sie Ihren CTA: Gestalten Sie Ihren Call-to-Action (CTA) klarer und ansprechender.

Tag 25-28:

- Senden Sie Follow-up-E-Mails: Senden Sie Follow-up-E-Mails an Abonnenten, die Ihre erste E-Mail nicht geöffnet oder geklickt haben.
- Erweitern Sie Ihre E-Mail-Liste: Bauen Sie Ihre E-Mail-Liste durch neue Anmeldungen weiter aus.
- Planen Sie Ihre nächsten Kampagnen: Entwickeln Sie Ideen für Ihre nächsten E-Mail-Kampagnen.

Tag 29-30:

- Reflektieren Sie Ihre Erfolge: Feiern Sie Ihre Erfolge und lernen Sie aus Ihren Erfahrungen.
- Setzen Sie sich neue Ziele: Setzen Sie sich neue Ziele für Ihre zukünftigen E-Mail-Kampagnen.
- Bleiben Sie auf dem Laufenden: Bleiben Sie über die neuesten Trends im E-Mail-Marketing informiert und lernen Sie dazu, um Ihre Kampagnen kontinuierlich zu verbessern.

Zusätzliche Tipps:

- Seien Sie konsistent: Versenden Sie regelmäßig E-Mails, um Ihre Abonnenten zu engagieren.
- Halten Sie Ihre E-Mails kurz und prägnant: Die meisten Menschen lesen E-Mails auf ihren Mobilgeräten, daher ist es wichtig, dass Ihre E-Mails auf dem Punkt sind.
- Geben Sie Ihren Abonnenten Wert: Bieten Sie Ihren Abonnenten wertvolle Inhalte, die sie interessieren und informieren.
- Einhaltung der Datenschutzbestimmungen: Stellen Sie sicher, dass Sie die Datenschutzbestimmungen einhalten, wenn Sie E-Mails versenden.
- Messen Sie Ihre Ergebnisse: Verfolgen Sie die Leistung Ihrer E-Mail-Kampagnen und analysieren Sie Ihre Ergebnisse, um Ihre Kampagnen kontinuierlich zu verbessern.

Mit diesem 30-Tage-Plan können Sie eine effektive E-Mail-Kampagne erstellen und durchführen, die Ihre Zielgruppe anspricht und Ihre Geschäftsziele erreicht.

Denken Sie daran, dass dies nur ein allgemeiner Plan ist und an Ihre individuellen Bedürfnisse angepasst werden muss.

Viel Erfolg bei Ihren E-Mail-Marketing-Kampagnen!

Bonus 2: Empfehlungen zum richtig durchstarten!

In diesem Kapitel möchte ich Ihnen noch kurz eine kleine Übersicht an nützlichen Tools und E-Books geben, um mit der eigenen Mailingliste richtig durchstarten zu können. Die Links in diesem Kapitel sind Affiliate Links. Ich bekomme eine Provision falls Sie sich über den Link bei einem Tool anmelden, bzw. ein E-Book kaufen. Dennoch sind alle Empfehlungen ehrlich gemeint, und die Tools nutze ich auch selber, bzw. die Bücher habe ich ebenfalls gelesen.

Mailprogramme:

FunnelCockpit: FunnelCockpit ist der Allrounder unter den Maillingtools. Hier können Sie Funnels erstellen um Kontakte zu sammeln, Maillingkontakte sammeln und verwalten und viel mehr.

Viralmaillings: Viralmailings ist der derzeit größte Viral Mailer. Der Mailer erfährt unglaubliche Unterstützung vom Affiliate König Ralf Schmitz und bietet die Möglichkeit regelmäßig eine Mail an bis zu 3500 Mailaddressen zu senden.

Affiliate Marketing Start:

Affiliate Marketing Schnellstart Bombe: Ein Buch, dass Ihnen den Einstieg ins Affiliate Marketing leicht macht. Von den kleinen Anfängen über das Digistore24 Konto bis hin zu Tipps wie es nach dem Verkauf weitergeht. In diesem Buch ist all dieses Wissen kompakt zusammengefasst.

Das Affiliate und E-Mail-Marketing Starterbuch: Ein weiteres Buch zum Start Ihres Affiliate Marketing Business. Hier enthalten sind Schritt-für-Schritt Anleitungen zum direkt nachmachen und durchstarten.

Affiliarena: Produktfinder für Digistore. Hier sind alle Produkte, die es bei Digistore24 gibt aufgelistet.

Social Media Marketing:

900 Luxus Reel Videos: Um auf Instagram und TickTock schnell starten zu können, sind hier 900 Videos von Luxus Produkten für Ihre Reels.

Social Media Bombe: Der Leitfaden für Ihren Social Media Marketing Start. Hier enthalten sind die Grundlagen des Social Media Marketing, ein 30 Tage Plan und viel mehr. Als Bonus gibt es noch 100 vielversprechende Hashtags für Ihren Content.

Sociseller: Die Institution für Social Media Marketing. Lernen Sie wie Sie einen Instagram Account von 0 auf aufbauen und entsprechend mit Followern füllen.