



Der Berufsverband
für Trainer, Berater
und Coaches

News & Facts

Methodentipp

Erfolgskontrolle bei der Formulierung von Betreffzeilen

Bruno Schmalen, Vizepräsident BDVT e.V.

Newsletter haben sich relativ schnell als effektives Marketinginstrument durchgesetzt, nicht nur, weil sie gegenüber klassischen Mailings eine enorme Kostenersparnis bedeuten, sondern auch – und vielleicht gerade – weil sich ihr Erfolg ganz konkret an Öffnungs- und Klickraten ablesen lässt. Diese liegen um ein Vielfaches höher als die der klassischen Werbebriefe und sind vor allem über die Reportingfunktion von Newsletter-Anwendungen ganz bequem nachvollziehbar.

Wann ist der ideale Versandzeitpunkt? Wie lange darf eine Betreffzeile sein? Sollte als Absender eine Firma oder eine Person gewählt werden? Wird eine Betreffzeile häufiger geöffnet, wenn Sie personalisiert ist?

Fragen über Fragen zum Erstellen von Mails an Kunden und Kundengruppen.

In der Vergangenheit habe ich viel experimentiert mit Betreffzeilen. Über das Reportingtool „Supermailer“ habe ich die Wirkung beobachtet und dokumentiert. Dieses Verfahren ist aufwendig, zeitraubend. So manches Mal hat es mir leid getan um die guten und wichtigen Botschaften in der Mail, die eine Click-to-open-Rate (CtO-Rate) von unter 15 Prozent hatten. Klar, viele werden jetzt denken: „15 Prozent ist doch gut.“ Aber 15 Prozent bedeutet, dass 85 Prozent das Mail nicht einmal geöffnet haben. Inzwischen freue ich mich über höhere CtO-Raten, es bleibt aber immer spannend.

Ich habe aber jetzt auch einen guten Ratgeber. Das Verhalten der E-Mail-Empfänger bei Mails ist nämlich inzwischen ausführlich untersucht. Es gibt klare Erfolgskriterien, die in der Erfolgskontrolle hilfreich und nachvollziehbar sind. Es gibt einen guten Öffnungsreport, eine umfassende Studie über Öffnungsraten und Betreffzeilen.

Das Inhaltsverzeichnis zeigt, wie umfangreich die Untersuchungen waren:

Öffnungs-Report: Inhaltsverzeichnis

- Highlights
- Benchmarks
- Versand-Saisonalität
- Öffnungsraten nach dem Versand-Zeitpunkt
- Versand-Matrix
- Öffnungsraten nach Betreffzeile-Länge
- Öffnungsraten nach dem Betreff-Stil
- Öffnungsraten nach dem Absender
- Öffnungsraten nach den Empfängern



Der Berufsverband
für Trainer, Berater
und Coaches

News & Facts

- Öffnungsraten nach der Datenquelle
- Empfehlungen
- Tops & Flops
- Über uns
- Methodik und Begriffe

Für alle, die Lust bekommen haben, selbst zu forschen, hier der Link zum Öffnungsreport der dialog-Mail E-Mail Marketing Systems:

<https://www.dialog-mail.com/know-how/studien-und-whitepaper/oeffnungs-report-ueberblick.php>

Viel Erfolg mit Ihren Mails.

Bruno Schmalen

SCHMALEN-Kommunikation und Training

schmalen@schmalen-online.de

<http://www.schmalen-online.de>