# GUTE NEWSLETTER: SO HÄLTST DU DEN KONTAKT ZUM KUNDEN




*Veröffentlicht am 18. Mai 2011 von Theresa*

Sie verschicken bereits Newsletter an Ihre Kunden? Oder erhalten selbst in regelmäßigen Abständen Newsletter und möchten sich nun auch daran wagen? Dann ist dieser Beitrag genau [...]

Du verschickst bereits Newsletter an Deine Kunden? Oder Du erhältst selbst in regelmäßigen Abständen Newsletter und möchtest Dich nun auch daran wagen?

Dann ist dieser Beitrag genau richtig für Dich! Wir sagen Dir, worauf Du bei einem Newsletter zu achten hast, wie Du von ihm profitieren kannst und was alles in einen guten Newsletter gehört.

## NEWSLETTER VERSCHICKEN – VOR- UND NACHTEILE

Ein Newsletter ist im Grunde nichts anderes als ein Rundschreiben oder eine Mitteilung, die auf elektronischem Weg per E-Mail verschickt wird. Durch ihn kann der Unternehmer seine Kunden über jegliche Neuerungen und aktuelle Themen, also alle News, informieren und mit Angeboten werben.

Newsletter haben zunächst einmal den Vorteil, dass sie **geringe Kosten** verursachen. Dank des elektronischen Verschickens sparst Du Dir das Geld für Papier, Druckertinte und Briefmarken. Außerdem spielt die **Zeitersparnis** eine ausschlaggebende Rolle. Durch einen Newsletter hältst Du den Kontakt zu Deinen Kunden und überzeugst ihn durch wichtige Informationen von Deinem Unternehmen.

Newsletter haben jedoch leider einen hohen **Nervfaktor**. Oftmals ist Dein Unternehmen nicht das einzige, von dem Dein Kunde einen Newsletter bekommt. Viele Newsletter sind schlicht und einfach

zu lang, zu unübersichtlich und mit Werbung vollgestopft. Um Aufmerksamkeit zu erregen und die Garantie dafür zu haben, dass Dein Newsletter nicht ungelesen im Papierkorb landet, haben wir hier ein paar nützliche Tipps und Tricks für einen **guten und kundenfreundlichen Newsletter**.

# 8 TIPPS FÜR EINEN GELUNGEN FORMULIERTEN NEWSLETTER

1. Wen möchtest Du mit Deinem Newsletter erreichen? Sei Dir im Vorfeld darüber klar, wer Deine **Zielgruppe** ist und stimme die **Inhalte** Deines Newsletters genau auf diese ab. Nach der Zielgruppe richtet sich schließlich auch die Wahl der **Anrede**. Ein gut gemeintes „Du" vermittelt vielleicht einen engen, freundschaftlichen Kontakt, kommt aber nicht bei jedem Kunden gut an. **Wichtig:** Um einen Newsletter zu erhalten, muss der E-Mail Empfänger **ausdrücklich zugestimmt** haben, Dein Mailing zu erhalten. Dies geschieht über eine **Double-Opt-in Anmeldung** (Anmeldung über einen Bestätigungslink). Mit Rabatten oder anderen Vorteilen kannst Du gegebenenfalls Anreize für die Newsletter-Registierung schaffen.

2. **Qualität geht vor Quantität!** Mehr als 12 Newsletter im Jahr sollten es nicht sein. Ein gut aufgebauter und interessant gestalteter Newsletter pro Quartal reicht meist aus, um den Kunden über alles Wichtige zu informieren. Biete dem Leser hilfreiche und nützliche Informationen an! Der Kunde will informiert werden, zu viel Schnick-Schnack ist unnötig.

3. Formuliere eine interessante **Betreffzeile**, die die Neugier Deines Kunden weckt und nicht zu lang ist – denn für die mobile Ansicht wird der Betreff gekürzt. Achte auch darauf, den **Preheader** ansprechend zu formulieren: Dieser kurze Text wird in Deinem Posteingang unter dem Betreff angezeigt und kann zusätzlichen Informationen zum Öffnen der Mail anregen.

4. Mache schon am Anfang durch eine kurze und **interessante Einleitung** Lust aufs Weiterlesen. Eine freundliche und kreative Anrede animiert den E-Mail-Empfänger auch weiteren Content von Dir zu lesen.

5. In der Kürze liegt die Würze! Bringe Deine Informationen **klar und deutlich** auf den Punkt. Wähle eine gut lesbare Schriftart und gestalte den Aufbau interessant und übersichtlich.

6. Achte auf **korrekte Rechtschreibung und einen angenehmen Schreibstil ohne Schachtelsätze!** Die Verwendung von Fremdwörtern, Umgangssprache und emotionaler Anrede ist dabei abhängig von Deiner Zielgruppe. Sprichst Du dieselbe Sprache wie Deine Kunden, machst Du alles richtig.

7. Eine nette und kreative **Schlussformel** am Ende darf nicht fehlen. Sie rundet den Newsletter

ab und gibt dem Empfänger den Eindruck, **persönlich** angesprochen worden zu sein.

8. Lass Deinen Newsletter **Korrekturlesen**! Im Idealfall korrigierst Du nicht nur selbst, sondern auch jemand anderes, um Betriebsblindheit zu vermeiden. Um Deine Inhalte, Verlinkungen und Rechtschreibung bestmöglich zu prüfen, solltest Du Deinen Newsletter in einer Vorschau bzw. Testmail ansehen und korrigieren.

Wenn Du mehr über Newsletter wissen möchtest und wie(so) Du Dir mit E-Mail-Marketing Vorteile verschaffst, schaue gerne unseren Beitrag zum E-Mail-Marketing an oder nimm Kontakt zu uns auf. Wir beraten Dich gerne.

Kontakt aufnehmen