



BASICS

E-Mail Marketing

© Christine Müller | www.premium-branding.de

Hallo,

wie schön, dass Du dieses Booklet heruntergeladen hast und Dich mit dem Thema E-Mail Marketing befasst.

Im Folgenden habe ich Dir aus meiner persönlichen Erfahrung die wichtigsten Punkte übersichtlich zusammengefasst. Die Inhalte des Booklets sollen Dir einen ersten guten Überblick geben und dienen als Einstieg.

Bei Fragen, melde Dich gerne jederzeit.

Beste Grüße

Christine

Business- & Brandingfotografie | Businessfotografie mit Konzept



VORÜBERLEGUNGEN.

#01 - Wer soll Teil der E-Mail Liste werden? (Zielkunden/Empfänger)

Im ersten Schritt gilt es zu definieren, wer Deine Zielkunden sind bzw. welche Personen Du in Deiner E-Mail Liste gerne hättest.

#02 - Zu welchem Thema/Themenspektrum erstelle ich Newsletter? (Welche/s Angebot/e möchte ich ggf. darüber vermarkten?)

Im nächsten Schritt stellt sich die Frage nach den Themen bzw. dem Themenspektrum für Deinen Newsletter bzw. welches Angebot Du darüber vermarkten möchtest. An der Stelle kannst Du Dir auch die Frage nochmals stellen, wie Dein Angebot bzw. der Newsletter das Problem/die Herausforderungen Deines Zielkunden löst.

#03 - Wie profitieren die Empfänger davon Teil des Newsletters zu sein?

Welche Vorteile hat es Teil Deines Newsletters zu sein? Was sind die Benefits für Deine Zielkunden direkt beim Eintragen und/oder wie profitieren sie allgemein? Bietest Du etwas spezielles an?

#04 - Wie/ über welchen Eintrittspunkt werden Personen Teil der E-Mail Liste? Wenn es mehrere Eintrittspunkte gibt, brauche ich ggf. unterschiedliche Wege?

Diese können beispielsweise ein kostenfreies Angebot (Freebie), wie eine Checkliste, ein Webinar, eine mehrtägige E-Mail/Videoreihe zu einem bestimmten Thema, ein Report, o.ä. sein. Oder ggf. auch etwas das neugierig macht und über Social Media angeteasert wird (z.B. lüftest Du ein Geheimnis, das Deine Kunden schon immer mal wissen wollten?). Auch die klassische Eintragung unten über Deine Website ist eine Möglichkeit.

Wichtig: Gerade heutzutage ist es enorm wichtig auch einen Anreiz zu schaffen und die Vorteile (für den Kunden) klar zu kommunizieren, damit sich Personen für einen Newsletter eintragen.

Tipp: Brainstorme bei allen Punkten und schreibe gerne alles auf, was Dir in den Sinn kommt.

#05 – Benötigst Du eine oder mehrere Empfängerlisten

Basierend auf den Eintrittspunkten kannst Du nun bereits festlegen, ob Du eine oder mehre Listen benötigst und was Du hier bei Brevo anlegen musst.

#06 – Wie konkret sieht der Ablauf aus?

Was passiert, sobald Deine Kunden auf den Eintragen-Button in Deinem Formular geklickt haben? Welche E-Mails erhalten sie und wann? Möchtest Du in terminierten Abständen basierend auf der Zeit der Eintragung oder Handlungen Mails versenden? Oder erhalten alle, die auf der Liste sind zu einem bestimmten Zeitpunkt eine Mail von Dir (z.B. monatlicher Newsletter: 1x pro Monat erhalten alle Personen der Liste meinen Newsletter). Skizziere diesen bzw. die Abläufe am besten einmal auf.

Wichtig bei mehreren Eintrittspunkten für jeden den Ablauf skizzieren.

Zu beachten: Überlege Dir auch, was passieren soll, wenn Empfänger am Ende angekommen sind? Sollen sie dann einfach Teil des allgemeinen Newsletters werden?

UMSETZUNG (IN BREVO). BASICS.

#01 - Erselle eine Liste, was Du konkret benötigst

Basierend auf Deinem skizzierten Ablauf kannst Du nun eine Liste erstellen mit allem, das es benötigt. Inhalte, etc. Typischerweise sind das:

In Brevo:

- Liste mit den entsprechenden Feldern (z.B. Name, etc.)
- #Mail01 – [DOUBLE-OPTIN] mit Button/Link zu Bestätigung der Eintragung (*als Vorlage in Brevo anzulegen*)
- #Mail02 (*als Vorlage in Brevo anzulegen*)
 - Bestätigung das die Eintragung erfolgreich war mit ggf. Ausblick
 - Oder direkt das kostenfreie Angebot
- Optional (bei automatisiertem Ablaufprozess)
 - Weitere E-Mails (als Vorlage anzulegen)
 - Automatisierung, die definiert in welcher Reihenfolge, wann und an wen die Mails geschickt werden
- Im Weiteren: E-Mail Kampagnen, die zu einem bestimmten Zeitpunkt versendet werden (z.B. monatlicher Newsletter)
- Optional (falls noch nicht eingestellt): Individualisiertes Abmeldeformular und zur Profilkaktualisierung

Auf der Website:

- Seite (auf Deiner Website; ggf. im Landingpage-Stil), auf der sich das Eintragungsformular befindet und die Deinen Zielkunden überzeugt seine E-Mail Adresse einzutragen ("verkauft").
 - Alternativ ein Part auf einer Deiner Website-Seiten (z.B. Startseite). Hier dann am besten mit Anker-Links arbeiten, damit Personen direkt zum Formular gelangen können.
- Plugin/Anbindung: Brevo
- Eintragungsformular
- [Ein Schritt fehlt noch] – Seite, die sich öffnet nach Klick auf den Eintragen-Button
- [Eintragung erfolgreich] – Seite, die sich öffnet nach Klick in #Mail01
 - Hier kann auch wieder kurz beschrieben werden, was als nächstes passiert
 - Ein Video hinterlegt sein oder Handlungsaufwurf platziert

#02 – Umsetzung

Starte hier am besten mit den Inhalten. Verfasse die Inhalte für die jeweiligen E-Mails und Seiten. Sobald diese vorhanden sind, kannst Du in Brevo/auf Deiner Website alles entsprechend anlegen und verknüpfen.

Im Mitgliederbereich findest Du zum technischen Part kurze Videos, die Dich dabei können unterstützen.

Zum Mitgliederbereich:

www.premiumbrand-academy.de

CHRISTINE MÜLLER

Premium Branding & Businessfotografie mit konzept

Landshuter Straße 13
Studio: Erdinger Straße 30
85356 Freising (Germany)

| | |
|----------------|---|
| Phone/WhatsApp | +49 171 3360018 |
| E-Mail: | christine@businessfotografie-mit-konzept.de |
| oder | christine@premium-branding.de |