

## Die neue Form des E-Mail-Creatives: Das Empfehlungsschreiben als effektive Werbeform im E-Mail-Marketing



Wie Sie mit einfachen Möglichkeiten Ihre Conversion im  
E-Mail-Marketing drastisch erhöhen können.

## Das Empfehlungsschreiben als effektive Werbeform

*Es ist keine Hexenkunst, sondern es braucht nur ein paar Spielregeln für den E-Mail-Gebrauch, um die Conversions einer E-Mail-Kampagne deutlich zu steigern.*

*Wir haben dies schon nachweislich mit einigen Kundenkampagnen geschafft - und zwar in dem wir weggehen von der klassischen Werbe-Mail (die kein Mensch mehr lesen will) und hingehen und die E-Mail für das nutzen, als was sie eigentlich gedacht war: als eine Nachricht in Form einer brieflichen Kommunikation zwischen zwei Menschen!*

*Bis zu 10mal höhere Klickraten und bis zu 20fache(!) Conversionsteigerung konnten wir so für unsere Kunden erreichen!*

Ursprünglich war die E-Mail nicht als Werbemedium gedacht, sondern als Kommunikation zwischen zwei Personen, quasi als Alternative zu einem Brief.

In den letzten 10 Jahren ist aber die E-Mail als sehr effektives Werbemedium entdeckt worden. Kaum ein anderes Push-Medium kann so gezielt und selektiv so viele User zu einem bestimmten Zeitpunkt zuverlässig erreichen.

Zunächst wurden auch die Werbe-E-Mails sehr gut angenommen; meist in HTML, schön designed, quasi auf Hochglanz gebracht, waren sie eine Abwechslung in dem textformatigen Posteingang.

Aber die Leser zeigen mittlerweile "**Abnutzungserscheinungen**". Zu viele solcher Werbe-E-Mails haben sie schon gesehen - das Interesse ist schwächer geworden, was sich in einer sinkenden Klickrate bemerkbar macht.

Im Jahr 2009 hat Newsmarketing eine sehr ausführliche **Studie** durchgeführt und versucht herauszufinden, welche Werbung per E-Mail am besten von den Lesern akzeptiert wird. In diesem Zusammenhang sind wir darauf gestossen, dass das Motto eigentlich "Back to the roots" heisst: wir müssen die E-Mail wieder in seiner Grundfunktion verstehen, als **schriftliche Kommunikation zwischen zwei Menschen** und nicht als Selbstdarstellung einer Firma!



*Leser von E-Mails möchten keine perfekt gestylten Werbe-E-Mails erhalten und lassen sich nicht mehr dadurch beeindrucken.*

*Authentizität und direkte Kommunikation (z.B. durch Empfehlungen) ist wieder gefragt.*

Und siehe da - es funktioniert!

Aufbauend auf dem oben beschriebenen Grundgedanken schreiben wir "Briefe" für unsere Kunden, in denen wir nicht als Firma, sondern als Person die Dienste, Angebote etc. des Werbekunden vorstellen und darüber berichten. Wir empfehlen also quasi als Mensch zu Mensch die zu bewerbenden Angebote, wir verfassen ein Empfehlungsschreiben.

Wichtig hierbei: keine oder höchstens eine Grafik, wirklich in Textform bleiben, sonst ist der Effekt des Briefes wieder verloren.

Auf diese Art und Weise haben wir für viele Kunden bereits optimierte Ergebnisse für ihre Werbekampagnen erzielt.

### Ein Beispiel:

Ein Handyvertragsanbieter hat sein eigenes Creative versandt - sehr schön, professionell und perfekt designed, aber eben ein typisches Werbe-E-Mail.

An die selbe Zielgruppe haben wir dagegen unser Empfehlungsschreiben versandt.

### Ergebnisse:

Creative vom Kunden: 1% Klickrate und 5 Vertragsanfragen

Unser Empfehlungsschreiben: 6,5% Klickrate und 107 (!) Vertragsanfragen

Wir konnten also durch das Empfehlungsschreiben **die Klickrate um mehr als den sechsfachen Faktor erhöhen und die Conversion sogar 20fach steigern!**

In einem anderen Fall konnten wir die Klickrate sogar um das 10fache steigern.

Es lohnt sich also in jedem Fall, diese Art der Kommunikation mit potentiellen Kunden auszuprobieren.

Gerne erstellen wir Ihnen kostengünstig ein Creative für Ihre nächste Werbekampagne, bitte sprechen Sie uns darauf an.

## Ihr Partner – warum wir sie unterstützen können

Als **erste darauf spezialisierte Internetagentur** im deutschsprachigen Raum (seit 1999) hat die Newsmarketing GmbH das Newsletter-Marketing und damit viele ihrer Werbepartner bekannt gemacht.

Neben der **konzeptionellen und strategischen Beratung** steht vor allem die **praktische Umsetzung** bei Newsmarketing im Vordergrund.

Gegründet wurde Newsmarketing von Joana Kruse 1999.

Joana Kruse gehört mit ihrer seit 1999 laufenden Internet-Tätigkeit noch zu der "alten Riege" der ersten **Internetpioniere** und hat den Aufbau und das Erwachsenwerden der Internetbranche nicht nur miterlebt, sondern entscheidend mitgeprägt.

Mittlerweile ist das **Portfolio von Newsmarketing** stark gewachsen und hat sich verändert. Mit ca. 27 Millionen Anzeigen-Kontakten und 26 Millionen Standalone-Kontakten hat Newsmarketing einer der **größten zielgruppenspezifischen Auswahl** im deutschsprachigen Raum.

**Erfolgreiche Kampagnen** für Kunden wie Arabella Sheraton, diverse Wellness-Hotels, Lufthansa, Swiss, BMW, VW, RTL, Sparkassenverbände, Deutsche Telekom, Swiss, Schwab, Tchibo oder Henkel sichern Newsmarketing eine sehr gute Marktposition.

Neben dem E-Mail-Marketing hat sich Newsmarketing einen grossen Ruf als **Community-Betreiber** im deutschsprachigen Raum erworben. Mehrere grosse und erfolgreiche Communitys stammen aus dem Haus von Newsmarketing.

Des Weiteren ist Newsmarketing als **Veranstalter für E-Mail-Marketing-Kongresse** und -Events bekannt und Joana Kruse und ihre Mitarbeiter sind beliebte **Referenten** zum Thema E-Mail-Marketing und Community-Marketing.

Sie führen ebenfalls **Inhouse-Schulungen** zu diesen Themen für interessierte Agenturen und Firmen durch.



## Vielen Dank für Ihr Interesse!

### Das Portfolio von Newsmarketing:

- + E-Mail-Standalones
- + Content-Marketing
- + Co-Sponsoring/Adressgenerierung
- + Special-Mailings
- + Reichweiten-Kampagnen
- + Strategische Beratung
- + Community-Marketing



Seit 10 Jahren GEREIFTES Wissen für Ihre Kampagnen!

Newsmarketing GmbH  
Stradon 70  
CH-6653 Verscio

Telefon: +41-91-7807580  
Fax: +41-91-7807577

[info@newsmarketing.ch](mailto:info@newsmarketing.ch)  
[www.newsmarketing.ch](http://www.newsmarketing.ch)