



Foto: © S. Hofschlaeger PIXELIO

## Newsletter mit Inhalt

**Was erwarten die Nutzer und wie kann die Lust am Lesen dauerhaft erhalten werden? Der Inhalt macht es! Gestalten Sie diesen mit reizvollem Nutzen.**

- **Sie informieren über aktuelle und wichtige Neuigkeiten.** Exklusive Profi-Informationen zur Frühlings-, Sommer-, Herbst- und Winterpflege bringen Sie eher als Mitbewerber.
- **Sie bieten Informationen, die es woanders nicht gibt.** Kosmetiktips zum Selbstmachen wie die Erdbeermaske: Vier bis fünf Erdbeeren zerdrücken, mit einem Esslöffel Ihrer Hautcreme vermischen und auf das Gesicht auftragen. Nach zehn Minuten mit lauwarmem Wasser abwaschen. Die Erdbeermaske erfrischt, der Teint wird rosig und zart.
- **Sie liefern Informationen, die anderswo bezahlt werden müssen.** Sie bieten einen Hautanalyseservice, Schminktipp oder eine Pflegesprechstunde an.
- **Bei Ihnen gibt es „aktuellen“ Klatsch oder Tratsch aus der Region.** Berichten Sie über positive, lustige Begebenheiten, auf keinen Fall Negatives: beispielsweise eine erfolgreiche Vermittlung eines „Fundhundes“ durch den Tierschutzverein mit Bild vom Hund und neuem Besitzer.
- **Ihre Leser haben Zugriff auf eine Newsletter-Datenbank.** Jeder Newsletter wird archiviert und kann immer wieder aufgerufen werden. Sie können Newsletter auch mit Bildern und Videos garnieren.

# Kunden-Newsletter

## Ein Muss für zeitgemäßes Marketing

Haben Sie sich auch schon einmal im Internet vor Ihrem Urlaub über das Urlaubshotel informiert? Die unbegrenzten Möglichkeiten des Internets werden immer mehr genutzt. Mit einem Online-Newsletter bieten Sie Ihren Kunden einen aktuellen Service.

Von zu Hause aus im Internet surfen und sich dort regelmäßig über Neuheiten informieren: Das tun auch Ihre Kunden gerne. Schicken Sie ihnen aktuelle Informationen über Angebote und Aktionen per E-Mail.

Größter Vorteil des E-Mail-Marketings gegenüber traditionellen Kampagnen sind die minimalen Kosten sowie der geringe Zeitaufwand. Durch E-Mail-Marketing informieren und begeistern Sie Ihre Kunden regelmäßig über Ihre besonderen

Dienstleistungen und Tipps. Die Kunden entscheiden dabei ganz bewusst, ob sie den Newsletter empfangen möchten oder nicht. Aber wie wird ein attraktiver Newsletter gestaltet, damit Ihre Kunden diesen nicht wieder abbestellen? Warum abonnieren Kunden einen Newsletter? Wie bauen Sie am erfolgreichsten eine Kundendatenbank auf?

### Aufmerksam machen

Am auffälligsten ist es, wenn Sie auf allen Ihren Webseiten an gleicher Stelle einen deutlich sichtbaren Hinweis auf Ihren Newsletter geben.

Klickt der Surfer dann den Button an, wird er auf ein Formularfeld weitergeleitet, in dem er sich mit seinen Daten in Ihren Verteiler eintragen kann. Dann folgt ein Begrüßungs- und Bestätigungstext.

### Regelmäßig erinnern

Beenden Sie jedes berufliche Gespräch mit dem Hinweis auf Ihren Newsletter. Auf dem Briefpapier und den E-Mails weisen Sie am Ende ebenfalls auf Ihren Newsletter hin. Auf Veranstaltungen, Vorträgen, Seminaren oder Tagungen legen Sie Listen aus, in denen sich interessierte Abonnenten eintragen können. Verweisen Sie in allen Werbemitteln auf Ihren Newsletter.

Wichtig: Achten Sie darauf, in Ihrem Newsletter sehr zurückhaltend Ei-

genwerbung zu betreiben. Der Sinn und Nutzen für Sie ist, dass die Kunden regelmäßig an Sie denken und Sie dadurch nicht vergessen werden. Sie bauen eine Kunden- und Imagebindung auf, die nicht auf Eigenwerbung basiert, sondern auf Service, den es anderswo nicht gibt.

Der Aufbau muss immer identisch und darf nicht zu lang sein. Er muss kurz und übersichtlich sein, da die Anwender keine Lust haben, lange zu scrollen. Ein Newsletter setzt sich aus Kopf-, Haupt- und Fußteil zusammen. Kopfteil: Übersicht darüber, was den Leser erwartet, eventuell Inhaltsübersicht. Hauptteil: Hier steht der Inhalt (siehe Tabelle links), Fußbereich: vollständiges Impressum, Möglichkeit eines Feedbacks, Verweis zum Abbestellen oder Weiterempfehlen.

Zum Erstellen eines Newsletters ist auch auf Anwenderfreundlichkeit, Spamschutz, Rechte und technische Daten zu achten, darüber informieren Sie sich am besten bei Ihrer Onlineagentur. ■

### Auf einen Blick

#### Autorin

**Thordis Schütte** ist Kosmetikerin und Drogistin. Seit mehreren Jahren arbeitet sie selbstständig als BDVT-Verkaufstrainerin und -Beraterin. Davor sammelte sie in der Kosmetikbranche über 22 Jahre lang Erfahrung im Verkauf und Vertrieb.



#### Kontakt

post@thordis-schuette.de