

# 6 GROSSARTIGE TIPPS

## DAMIT IHRE VIDEO EMAILS GEÖFFNET UND GELESEN WERDEN

Überaus aggressive Spam-Filter und ihre negative Auswirkung auf die Zustellbarkeit von Emails gehören zu den derzeit größten Sorgen der Email-Vermarkter.

Internetdienstanbieter (ISPs) und Unternehmensdomains müssen sich mit einem großen Spam-Problem auseinandersetzen. In der Tat deuten Berichte darauf hin, dass es sich bei etwa 70% aller weltweit verschickten Emails um Spam handelt. Um dieses Problem zu bekämpfen und den Posteingang ihrer Benutzer spamfrei zu halten sind ISPs und Unternehmensdomains dazu gezwungen, unterschiedliche Email-Sperrungs- und Filtertechniken einzusetzen. Als Konsequenz daraus könnte **ein Spamfilter eine als berechtigt klassifizierte Email fälschlicherweise als Spam einstufen** und in den Spam-Ordner verschieben, statt sie direkt an Ihren Posteingang zu leiten. Dies wird auch als „falsch positiv“ bezeichnet.

Da es **fünfzehnmal günstiger ist**, Produkte an einen bestehenden Kunden zu vermarkten, als neue Kunden zu erwerben, ist die Zeit, die Sie in ein besseres Verständnis zur Verbesserung der Zustellrate an Ihre Kunden investieren, gut angelegt.

**Die folgenden Statistiken zeigen eindeutig, dass sich Ihre Kunden darauf freuen, von Ihnen eine Video Email zu erhalten.**

### **Möchten meine Kunden Video Emails von mir erhalten?**

- Ja, 78% der Verbraucher gaben an, dass sie sich darauf „freuen“, jegliche Art der Email von dem Unternehmen, mit dem sie Geschäfte betreiben, zu erhalten. (AOL-Umfrage)
- 66% der Verbraucher gaben an, dass jegliche Art der Email von Unternehmen, mit denen bestehende Geschäftsbeziehungen unterhalten werden, die beste Form der Kundenbetreuung ist, die sie jemals erfahren haben. (AOL-Umfrage)

### **Steigert Email-Marketing die Verkaufszahlen?**

- 68% der Befragten sagten, dass sie nach dem Email-Erhalt online Käufe getätigt hätten. (Doppelklick)
- „...ein Rabatt stellt den überzeugendsten Motivationsfaktor für den sofortigen Kauf nach dem Öffnen einer Email dar (70%)“. (Doppelklick)

### **Soll ich Video Emails an bestehende Kunden schicken?**

- Die Chancen, eine Ware an einen Neukunden zu verkaufen, liegen bei 15%, während die Verkaufschancen eines Produkts an einen bestehenden Kunden bei 50% liegen. (Bain & Co.)
- Einen neuen Kunden zu erwerben ist fünf bis zehnmal teurer, als einen Kunden zu pflegen. (eMarketer)
- Wiederkehrende Kunden geben 67% mehr aus. (Bain and Co.)

### **Kann ich mein Geschäft auf Empfehlungen aufbauen?**

- Absolut, ja! Nach zehn Einkäufen hat ein Kunde Sie bei bis zu sieben weiteren Personen erwähnt. (Bain and Co.)

Diese Fakten zeigen auch, dass **Empfänger bei der Verwaltung ihrer Email-Postfächer**, klüger geworden sind und insbesondere, wenn es sich um das Öffnen von und Reagieren auf Emails handelt:

**“Wiedererkennung von Email-Absendern und relevanten Inhalten sind die Schlüssel zu erfolgreichem Email-Marketing; beides ist ausschlaggebend für das Öffnen von Emails und die Übertragung der zugehörigen Inhalte.”**

**Wie können Sie diese Information nutzen und sie auf Ihr eigenes Video Email-Marketing anwenden?**

**Stellen Sie sicher, dass die Empfänger wissen, wer Sie sind.** “64% der Befragten nennen die „Absenderzeile“ als den ausschlaggebenden Faktor, eine zugelassene Email zu öffnen.“ (Doppelklick)

## 1 TRAGEN SIE IHRE MARKE IN DIE ABSENDERZEILE EIN

Sorgen Sie zur besseren Identifizierung des Absenders dafür, dass Sie einen Absendernamen und eine Absenderadresse eintragen, die Ihren Namen, Ihre Firma, Produkte oder Markennamen beinhalten. Dies hat sich als eine der besten Methoden bewährt. Ihre Marke in der Absenderzeile zeigt dem Empfänger, dass die Email von einer zuverlässigen und vertrauenswürdigen Quelle stammt und fördert Vertrautheit und Glaubwürdigkeit - vor allem, wenn sich dieser Email-Absender im Laufe der Zeit wiederholt.

*Zum Beispiel: Absenderzeile: videoemaildelivery@talkfusion.com im Auftrag von [bob@bobshoes.com]*

## 2 TRAGEN SIE IHRE MARKE IN DER BETREFF-ZEILE EIN

Sie sollten auch Ihre Marke in der Betreff-Zeile Ihrer Email angeben. Im Folgenden finden Sie ein Beispiel für einen Newsletter, den Bob Smith und Bobs Schuhe an seine Kunden schickt:

**Betreff-Zeile:** 10% Rabatt Angebot von Bobs Schuhe

## 3 STELLEN SIE SICHER, DASS SIE EMPFÄNGERN DAS BIETEN, WAS SIE ERWARTEN

*“Die Wahrscheinlichkeit, auf zugelassene Emails zu antworten, war am stärksten davon abhängig, ob der Inhalt auf bestimmtes Interesse stieß (72%) während 68% angaben, dass der Inhalt für sie relevant sein sollte. Empfänger äußerten eindeutig den Wunsch, Präferenzen angeben zu können.“ (Doppelklick)*

Folglich, **wenn eine Email gezielt, relevant und zeitnah ist, wird der Empfänger sie eher öffnen, lesen und darauf reagieren.** Der ideale Inhalt und die Häufigkeit der Email-Marketingkommunikation sind bei jedem Unternehmen und Kundenkreis unterschiedlich.

**Wie bestimmen Sie, was in Ihrem Fall richtig ist? Fragen Sie Ihre Kunden!**

**Führen Sie die „Frage“ formell oder informell durch.** Ihre bestehenden und potentiellen Kunden werden darauf brennen, sich mitzuteilen und es schätzen, um ihre Meinung gefragt zu werden. Das wichtigste hierbei ist, dass Sie den Inhalt und die Häufigkeit Ihrer Emails Ihren Kunden angemessen anpassen können. Und das wiederum resultiert in höheren Leser- und Antwortquoten.

## 4 BENUTZEN SIE IHRE BERICHTE

Überprüfen Sie Ihre Berichte, um auf einer regulären Basis Ihr Kundenfeedback durchzusehen (Zum Beispiel: Email-Öffnungen, Klicks, Email-Antworten, Abmeldungen und Spam-Beschwerden)

## 5 WERDEN SIE ZUM VERTRAUENSWÜRDIGEN ABSENDER

Überzeugen Sie Ihren Empfänger davon, Ihre Absenderadresse videoemaildelivery@talkfusion.com in sein/ihr Adressbuch oder seine/ihre Whitelist als vertrauenswürdigen Absender oder in die Liste der genehmigten Absender zu übernehmen (wie auch immer Ihr Name im Email-Client des Empfängers aufläuft). Für Hinweise, wie Sie dies mit den beliebtesten Internetanbietern tun können [klicken Sie hier](#).

**Neue Anti-Spam-Funktionen** in AOL9 und Microsoft® Outlook® 2003 sind so entworfen, dass die Spam-Kontrolle den Empfängern unterliegt, um sie somit vor unerwünschten Bildern schützen zu können. Bei AOL 9 und Microsoft® Outlook® 2003 wird Ihr schönes HTML-Layout erscheinen, aber Bilder werden nicht angezeigt, es sei denn, Sie gehören zu den vertrauenswürdigen Kontakten des Empfängers. Als vertrauenswürdiger Kontakt wird Ihre Email zugestellt und Sie sind nicht von Anti-Spam-Maßnahmen, einschließlich etwaigen Filtern, Challenge-Response-Systemen oder Bildblockern betroffen.

# 6

## EMAIL-FILTER VERSTEHEN

Überprüfen Sie immer Ihre „Absender-Zeile“, „Betreff-Zeile“ und Email-Kopie und vermeiden Sie Sprachen und Techniken, die vom Spam-Filter nicht durchgelassen werden könnten.

### Vermeiden Sie folgendes:

- **Spam-Wörter:** Frei, Garantie, Kreditkarte, Heimarbeit, Investitionen, finanzielle Freiheit, usw.
- **Roten Text:** Vermeiden Sie die Farbe Rot. Rot ist eine grelle Farbe und kann schwer gelesen werden. Es könnte außerdem einen Email-Filter veranlassen, die Email abzufangen.
- **Alle Großbuchstaben:** Verwenden Sie nicht nur Großbuchstaben und übermäßige Interpunktion. Wenn Sie ausschließlich Großbuchstaben verwenden, unterscheiden sich Ihre Worte nicht. Dadurch sind sie schwerer zu lesen. Es erscheint dann so, als ob Sie wütend wären oder Schreien würden und lässt Ihre E-Mail nach Spam aussehen. Dies erhöht drastisch die Wahrscheinlichkeit, dass Ihre E-Mail gefiltert wird.
- **Übermäßige Zeichensetzung???** *irásjelet:* Dies führt wahrscheinlich dazu, dass Email-Filter einsetzen, vor allem wenn sie in Verbindung mit Spam-Wörtern und Großbuchstaben verwendet wird.
- **Den häufigen Gebrauch von "hier klicken" vor allem in Großbuchstaben:** Machen Sie Ihre Kunden-Aufrufe spezifischer, um Filter zu vermeiden.
- **Den häufigen Gebrauch von \$\$ und anderen Symbolen:** Auch dies erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass ein Email-Filter zum Einsatz kommt. Verwenden Sie nur ein Dollarzeichen und eher beschreibende Wörter anstelle von Symbolen.
- **Keine Absenderadresse:** Dies wäre eine Verschwendung von wertvollem Platz. Es sieht außerdem wie Spam aus und erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass ein Email-Filter zum Einsatz kommt.
- **Irreführende (oder fehlende) Betreff-Zeile:** Wird immer einen Spam-Filter auslösen.

## ALS UNTERNEHMEN UNTERNIMMT TALK FUSION ANSÄTZE, UM HÖCHSTE ZUSTELLBARKEIT ZU SICHERN

Nach einer langen und intensiven Überprüfung wurde Talk Fusion auf die **Return Path Sender Score Certified**-Liste, eine der weltweit führenden Internet-Whitelists, platziert.

Zur Bekämpfung von „falsch-positiven“ sendet Talk Fusion fast täglich eine Kontrollmenge von 1100 Emails an ISPs weltweit, um die genaue Weiterleitung unserer Video Emails zu testen. Wir erhalten einen ausführlichen Bericht, so dass wir genau wissen, wie unsere Video Emails eingestuft und sortiert wurden. Talk Fusion ist derzeit bei über 1,8 Mrd. ISPs, Universitäten und Unternehmen weltweit registriert und anerkannt worden und diese Zahl wächst weiter.

Talk Fusion genießt **bevorzugte Zustellbarkeit**, das heißt, wir haben eine **20-30% höhere Zustellbarkeitsrate** als andere Durchschnittsunternehmen. Sender, die bei Sender Score Certified registriert sind, haben außerdem eine größere redaktionelle Freiheit hinsichtlich ihrer Email-Kreativität, selbst bei Elementen, die für gewöhnlich eher Spam-Filter auslösen.

### Talk Fusion Video Emails werden automatisch von folgenden Filtern zugelassen:

- Desktop-Client-Filter: Outlook 2003®, Outlook 2007®
- Server-Filter: BrightMail, Cloudmark, MessageLabs, Postini, SpamAssassin 3.3
- Gateway-Filter: IronPort, Barracuda