

www.Klaus-Arnhold.de

# E-Mail-Marketing für Museen

## Ein Überblick

### Klaus Arnhold

Düsseldorf, 24. Mai 2002

site promotion e-mail-marketing trendscouting online-PR auchmaschinen

www.Klaus-Arnhold.de

E-Mail-Marketing für Museen

## E-Mail Marketing...

- ...ist mehr als nur ein Newsletter.
- ...ist immer eine sehr individuelle Kombination aus allen Möglichkeiten.
- ...ist nur mit einem **eigenem** Verteiler effektiv.
- **Voraussetzungen müssen geschaffen werden!**

2002-05-24 2

site promotion e-mail-marketing trendscouting online-PR auchmaschinen



www.Klaus-Arnhold.de

E-Mail-Marketing für Museen  
**Einfachstes Tool - Signature**

--

Klaus Arnhold PR \* Nernstweg 24 \* D-22765 Hamburg|Germany  
 E-Mail Marketing \* Online PR .... wir wissen was ankommt!  
 Tel.: +49 (0)40 419.127-81 .... Fax: +49 (0)40 419.127-82  
<http://klaus-arnhold.de> .. <mailto:office@klaus-arnhold.de>

**Wichtig:**  
 Web-URLS beginnen immer mit 'http://'.  
 E-Mail-Adressen beginnen immer mit 'mailto:'.  
**Nur dann sind sie klickbar!**

2002-05-24 5

www.Klaus-Arnhold.de

E-Mail-Marketing für Museen  
**Unterschiedliche Signaturen einsetzen**

--

Klaus Arnhold PR \* Nernstweg 24 \* D-22765 Hamburg|Germany  
 Tel.: +49 (0)40 419.127-81 .... Fax: +49 (0)40 419.127-82  
 >> Tipps fuer erfolgreiche Textanzeigen in Newsletters <<  
 DAS INFO: <http://klaus-arnhold.de/de/infos/email/anzeigen>

--

Klaus Arnhold PR \* Nernstweg 24 \* D-22765 Hamburg|Germany  
 Tel.: +49 (0)40 419.127-81 .... Fax: +49 (0)40 419.127-82  
 EFFECTIVE INTERACTIVE: Jobs fuer Copy-Cats & Webdesigner  
 Mehr Infos mit leerer Mail . <mailto:jobs@klaus-arnhold.de>

**Autoresponder-Adresse**

2002-05-24 6



www.Klaus-Arnhold.de

E-Mail-Marketing für Museen  
**Einsatzmöglichkeiten**

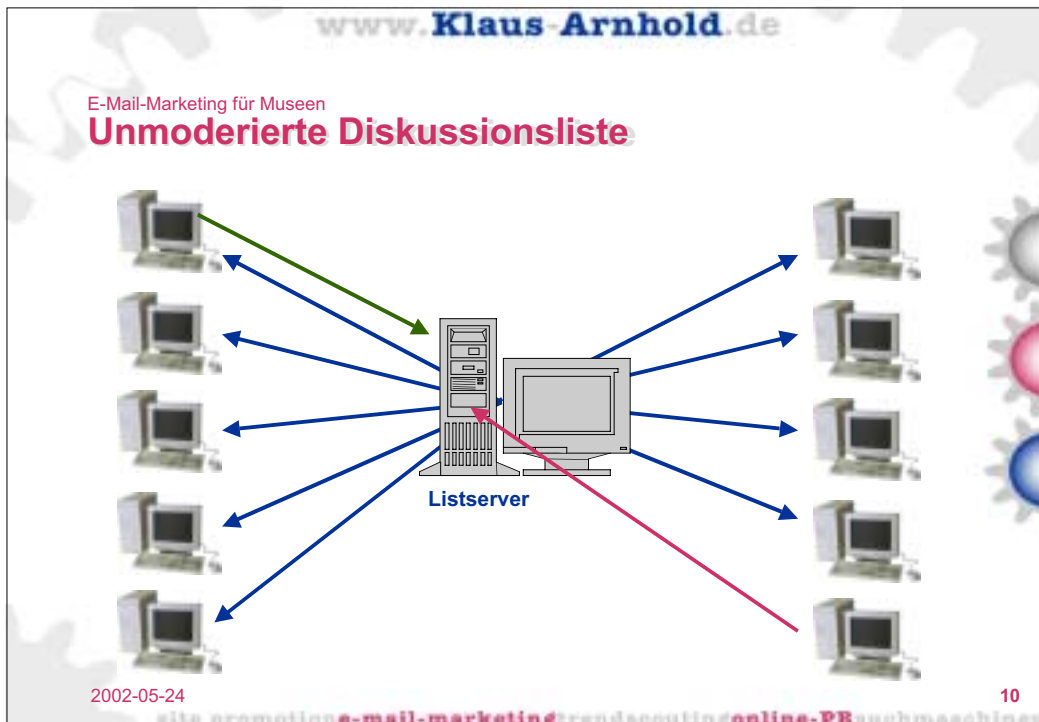
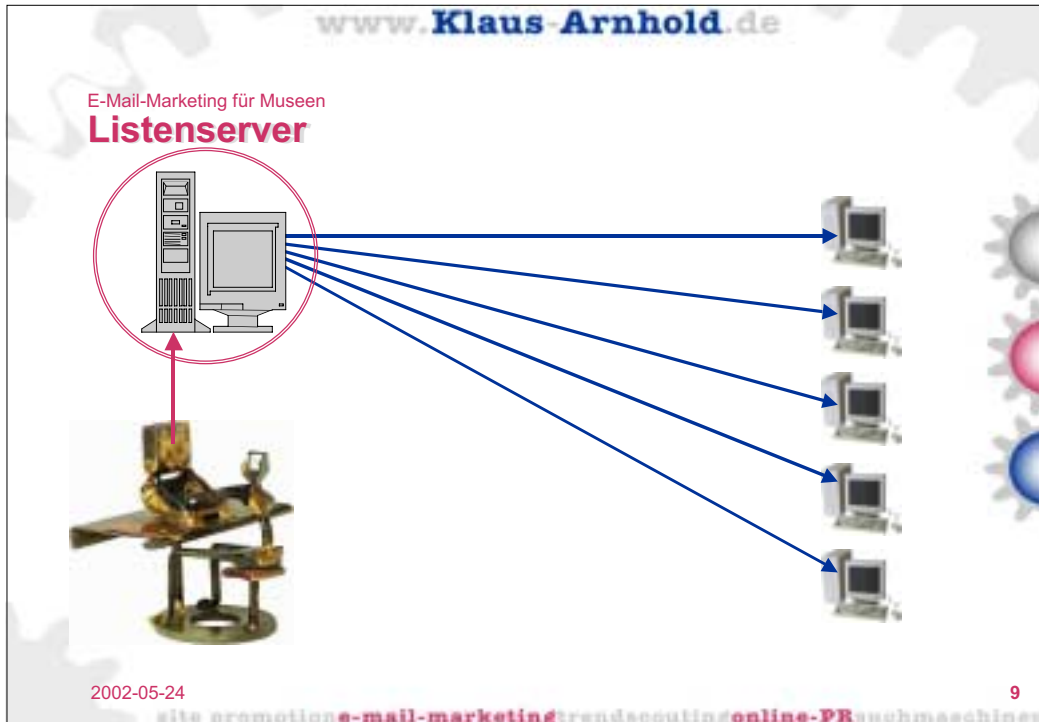
- Aktuelle Veranstaltungen
- Museumspädagogik
- Museums-Shop, Kataloge
- Leseproben
- Presseinfos
- Anfahrtsbeschreibung
- Bestellformulare
- Kontaktliste
- Personal-Anweisungen
- Vertragsvordrucke

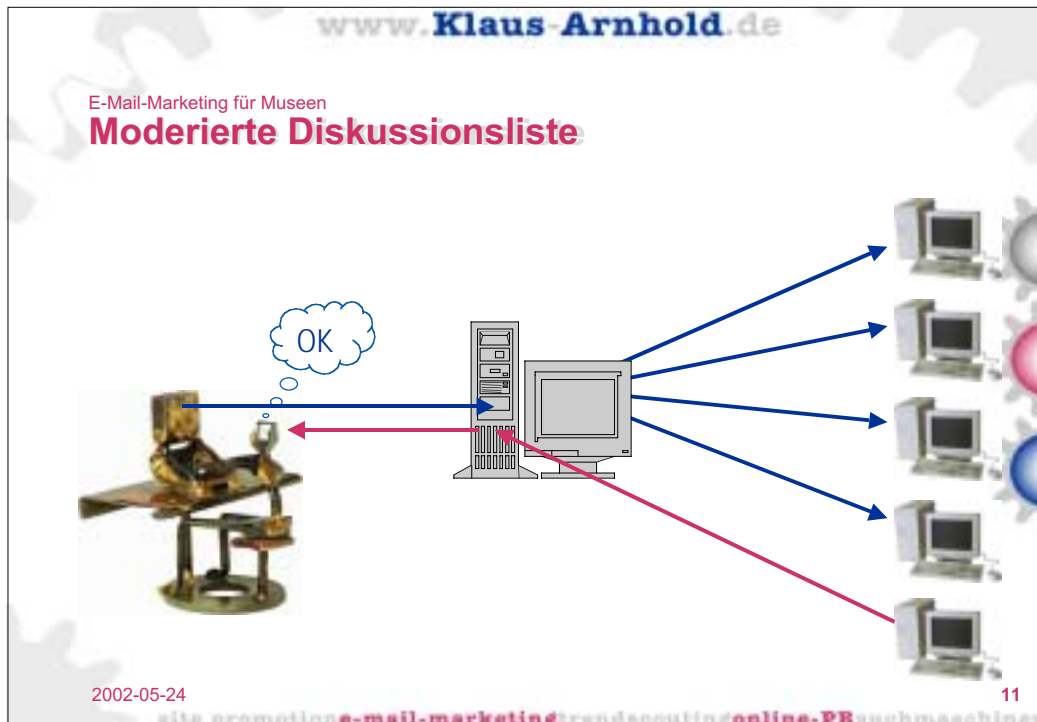
**Adress-Muster:**  
[funktionsbezeichnung@domain.de](mailto:funktionsbezeichnung@domain.de)

**Beispiel:**  
[fuehrungen@unser-museum.de](mailto:fuehrungen@unser-museum.de)

2002-05-24

8





www.Klaus-Arnhold.de

E-Mail-Marketing für Museen  
**Inhouse Liste**

- Das wichtigste "Werkzeug" des E-Mail-Marketing ist die eigene Liste.
- Nur mit einer eigenen Liste ist effektives und vor allem preiswertes E-Mail-Marketing möglich.
- **Jede** Marketing-Aktion muss dem Aufbau und der Vergrößerung des eigenen Verteilers dienen!

2002-05-24

12

site promotion e-mail-marketing trendscouting online-PR suchmaschinen



www.Klaus-Arnhold.de

**Niemand sollte sich jemals aus einem Verteiler austragen müssen, in den er sich nicht selbst eingetragen hat!**

site promotion e-mail-marketing trendscouting online-PR auchmaschinen

www.Klaus-Arnhold.de

E-Mail-Marketing für Museen

**Erlaubnis (Permission)...**

- ...kann man nicht übertragen
- ...kann man nicht kaufen
- ...kann man nicht verkaufen oder vermieten
  - Dritte sollen niemals Zugriff auf Adressen erhalten
- Erlaubnis kann nur der Empfänger erteilen.
- **Sie kann zu jeder Zeit entzogen werden!**

2002-05-24 16

site promotion e-mail-marketing trendscouting online-PR auchmaschinen



www.Klaus-Arnhold.de

E-Mail-Marketing für Museen  
**Bestellung eines Newsletter**

- Nur das nötigste fragen: E-Mail-Adresse
- Weitere Daten erst auf der Folgeseite



2. Geben Sie Ihre E-Mail-Adresse ein:

(aus AMAZON-Website)

2002-05-24 17

www.Klaus-Arnhold.de

E-Mail-Marketing für Museen  
**In der Praxis**

**Lufthansa Partner Programme**

Ich bin damit einverstanden, dass meine Daten mit Miles & More Partnergesellschaften oder Dritten (nur Name, Titel, Anschrift) zu Werbezwecken ausgetauscht und verarbeitet werden.

---

**Newsletter per E-Mail**

Bitte informieren Sie mich über spezielle Lufthansa Promotions, Events und Preisangebote!

**gewünschtes Newsletter Format**

Bitte senden Sie mir den Newsletter im

**HTML Format (derzeit nur für Kunden mit Wohnsitz Deutschland)**  
 Enthält ein ansprechendes Textlayout, farbige Bilder und Web-Links (Empfohlen, wenn die leichte Lesbarkeit im Vordergrund steht und ein aktuelles E-Mail-Programm - z. B. Microsoft Outlook, Netscape Mail, Eudora 5.0, AOL 6.0 - oder ein aktueller Web E-Mail-Dienst - z. B. Yahoo!, Hotmail, web.de, GMX - verwendet wird.)

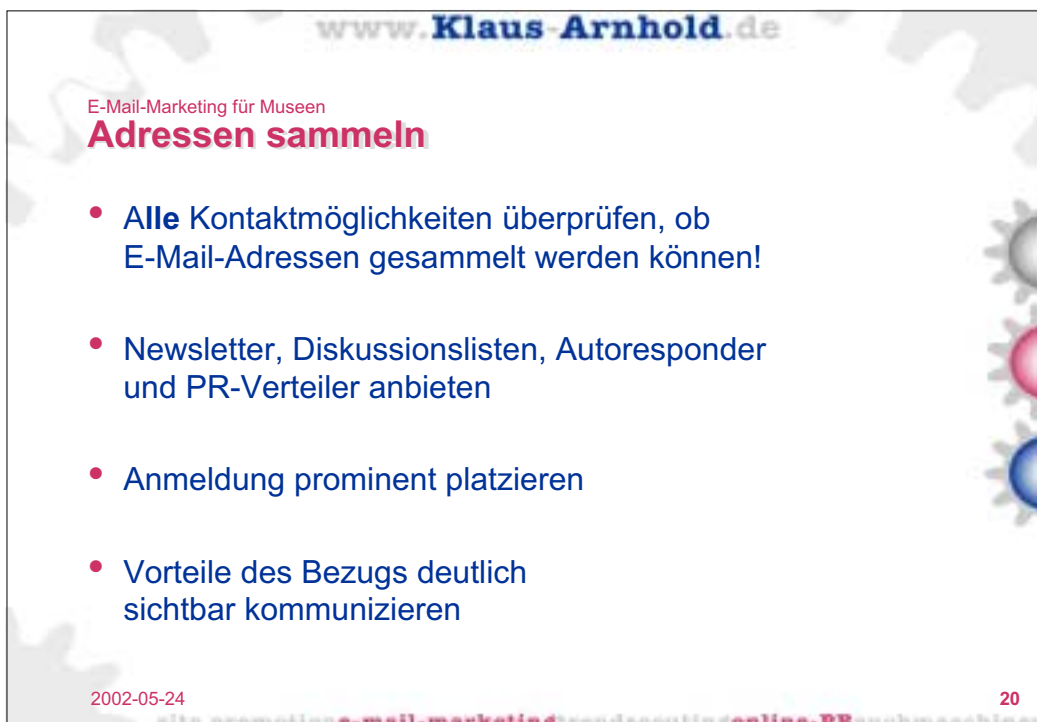
**Text Format**  
 Enthält Text und Web-Links (Empfohlen, wenn schnelle Ladezeiten höchste Priorität haben, bei Verwendung eines älteren E-Mail-Programms oder wenn generell Probleme bei der Anzeige von HTML E-Mails bekannt sind.)

---

**Wie werden Ihre persönlichen Daten verwendet?**

Wir garantieren, daß Ihre persönlichen Daten mit äußerster Sorgfalt behandelt und sicher gespeichert werden. Genaue Informationen dazu erhalten Sie unter [Datenschutz](#).

2002-05-24 18



www.Klaus-Arnhold.de

E-Mail-Marketing für Museen  
**Zentralisierung**

- Alle relevanten E-Mail-Adressen an einer Stelle zusammen führen.

2002-05-24 21

www.Klaus-Arnhold.de

E-Mail-Marketing für Museen  
**Personalisierung vorbereiten**

- Zusätzliche Angaben bei der Eingabe erfragen
- Aber: Den Nutzer nicht überfordern
  - Nicht zu viel auf einmal verlangen
- Primär wichtig: die E-Mail-Adresse

2002-05-24 22

www.Klaus-Arnhold.de

E-Mail-Marketing für Museen  
**Nutzwert erhöhen**

- Durchsuchbares Archiv
  - In jeder Ausgabe des Newsletters darauf verweisen
- Weitere Zusatzinformationen Online stellen
- In den E-Mail-Publikationen darauf verweisen

2002-05-24 23

site promotion e-mail-marketing trendscouting online-PR suchmaschinen

www.Klaus-Arnhold.de

E-Mail-Marketing für Museen  
**Online-Serviceleistung bieten**

- Diskussionslisten zu erklärungsbedürftigen Themen einrichten
- Dokumente über Autoresponder anbieten
- E-Mail-Fernkurse entwickeln  
**Beispiel:**  
[www.emar.de/kurse/email/](http://www.emar.de/kurse/email/)

2002-05-24 24

site promotion e-mail-marketing trendscouting online-PR suchmaschinen

www.Klaus-Arnhold.de

E-Mail-Marketing für Museen

### Öffentlichkeitsarbeit

- E-Mail-Verteiler für Medien und weitere Interessenten betreiben
- Veröffentlichungen auch über Autoresponder anbieten

2002-05-24 25

site promotion e-mail-marketing trendscouting online-PR buchmaschinen

www.Klaus-Arnhold.de

E-Mail-Marketing für Museen

### Nächste Schritte

- Überprüfung der derzeitigen Gegebenheiten
  - Vorhandene Infrastruktur
  - Jetzige Vorgehensweise
- E-Mail-Standardtechnik:
  - Professionelles E-Mail-Programm
  - Autoresponder, Listserver
  - evtl. Infrastruktur-Kooperationen eingehen
- Festlegung zukünftiger Zielsetzung

2002-05-24 26

site promotion e-mail-marketing trendscouting online-PR buchmaschinen

www.Klaus-Arnhold.de

E-Mail-Marketing für Museen

## Zielsetzungen festlegen

- Opt-In News, August 2001:
  - Akquise (Besucher) 25%
  - Service 23%
  - Produktverkauf 18%
  - Bekanntheitsgrad erhöhen 16%
  - Andere 8%
- **Was sind Ihre?**

2002-05-24 27

site promotion e-mail-marketing trendscouting online-PR auchmaschinen

www.Klaus-Arnhold.de

E-Mail-Marketing für Museen

## Umsetzung

- Konzeption der Einführung
- Bestimmung der individuellen Hard- und Software
  - Pflichtenhefte entwickeln
  - Inhouse ./ Outsourcing
- Redaktionsplan für Newsletter erstellen
- Kampagnen planen und vorbereiten

2002-05-24 28

site promotion e-mail-marketing trendscouting online-PR auchmaschinen

www.Klaus-Arnhold.de

E-Mail-Marketing für Museen

**Fazit**

- Erfolgreiches E-Mail-Marketing ist eine Summe vieler Kleinigkeiten.
- Details müssen beachtet werden.
- Spezielles durch Spezialisten erledigen lassen.
- **Expertenrat ist in Ihrer Nähe!**

2002-05-24 29

site promotion e-mail-marketing trendscouting online-PR auchmaschinen

www.Klaus-Arnhold.de

E-Mail-Marketing für Museen

**Vielen Dank!**

**Download dieser Präsentation:**  
<http://www.klaus-arnhold.de/pdf/museum.pdf>

**Weitere Informationen:**  
Klaus Arnhold  
Nernstweg 24  
D-22765 Hamburg  
Phone: 040 419127-81  
[office@klaus-arnhold.de](mailto:office@klaus-arnhold.de)

2002-05-24 30

site promotion e-mail-marketing trendscouting online-PR auchmaschinen