

E-Mail-Marketing für Museen

Workshop

Klaus Arnhold

Düsseldorf, 24. Mai 2002

E-Mail-Marketing Workshop

Produktion im E-Mail-Marketing



E-Mail-Marketing Workshop

Zielsetzung festlegen

- Was soll erreicht werden:
 - Neue Besucher gewinnen
 - Besucherbindung festigen
 - Einzelne Produkte verkaufen
- Zielsetzung schriftlich fixieren

E-Mail-Marketing Workshop

Zielsetzung II

- Marketing-Strategie: Was soll erreicht werden?
- Marketing-Taktik: Wie kommt man dort hin?
- Eine Maßnahme ist keine Strategie
- Keine Strategie ohne Idee

E-Mail-Marketing Workshop

Zielsetzung III

- S.M.A.R.T.
 - **specific** (signifikant)
 - **measurable** (messbar)
 - **achievable** (ausführbar)
 - **realistic** (realistisch)
 - **timed** (termingerecht)
- Ziele müssen umsetzbar sein!

E-Mail-Marketing Workshop

Zielgruppe definieren

- Wer soll durch die E-Mail-Marketing Maßnahme erreicht werden?
 - Schüler
 - Lehrer
 - "Normale" Bevölkerung
- Daraus ergibt sich die Art der Ansprache
- Eventuell sind mehrere Maßnahmen notwendig

E-Mail-Marketing Workshop

Produktion im E-Mail-Marketing



E-Mail-Marketing Workshop

Themenplan erstellen

- Für mindestens ein halbes Jahr im voraus
- Etwa fünf Themenbereiche festlegen
- Diese rotieren lassen

- Beispiel
 - Neu bei uns
 - Museumspädagogik
 - Tipps vom Restaurator
 - Für Sie gelesen
 - Aus der großen weiten Welt

E-Mail-Marketing Workshop

Bestandteile einer Mail

```
*****< TIPS & TRICKS NEWSLETTER Ausgabe: 06. Woche 1999>*****
```

```
Tips & Tricks ist ein Projekt von akademie.de <die internet-
akademie> mit Tips zu Internet, Web-Design und E-Commerce
<Abmelden>: Schicken Sie eine Mail an lyris@liste.akademie.de
mit dem Text: leave tips-tricks [optional: Ihre E-Mail-Adresse]
Weitere Infos: http://www.tips-tricks.de
```

```
-----< Anzeige >-----
```

```
Jede Woche News und Hintergruende fuer
Internet Intern - http://www.intern.de
```

```
-----< / Anzeige >-----
```

Kopf des Newsletters: Namensschild,

```
THEMENUEBERSICHT VOM 11. Februar 1999
```

- Electronic Commerce? Vamos!
- Wir basteln uns einen Brief
- Mehrere Signaturen
- Kommunikationszentralen II - VLFBox
- Filtern mit Pegasus
- Prall gefuellte Wundertuede
- Und wer linkt Sie?

```
E-COMMERCE
```

```
Copyright 1998/1999 HRP GmbH Berlin, http://www.akademie.de/
WWW: http://www.tips-tricks.de, IHR FEEDBACK: tips@akademie.de
```

```
+----- Abo-Informationen -----+
| ++ Schicken Sie den Newsletter an Freunde und Bekannte ++ |
| ABMELDEN des Newsletters: Schreiben Sie eine Mail an: |
| lyris@liste.akademie.de mit dem Text im Body: |
| leave tips-tricks |
| ABONNIEREN des Newsletters: Schreiben Sie eine Mail an: |
| lyris@liste.akademie.de mit dem Text im Body: |
| join tips-tricks |
+-----+
```

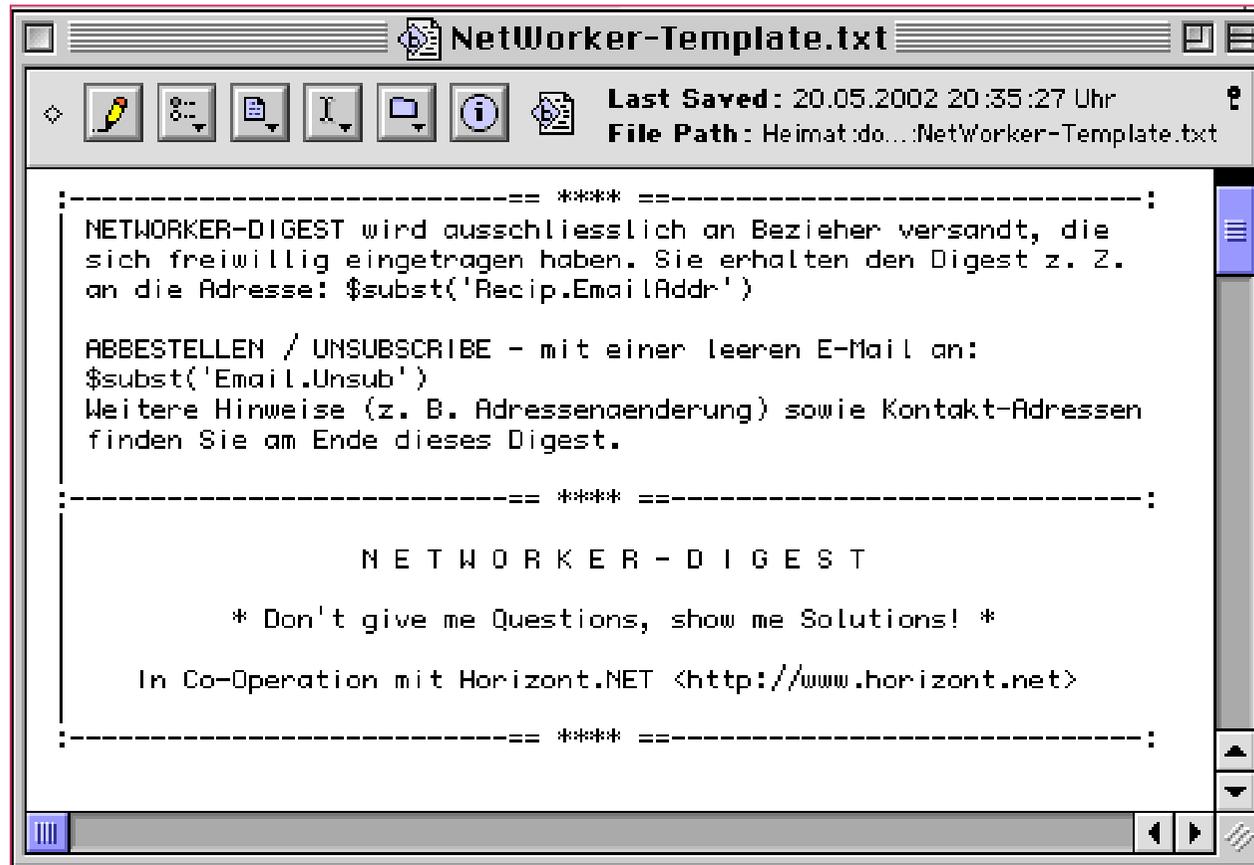
Fuß mit Copyright, Feedback-Adresse und Abo-Info

```
text.html?id=489
```

```
Infafaele bei Internetnutzung
: der "Asociation de Usarios
teil auf. ECIN hat die
barometer vorgestellt.
```

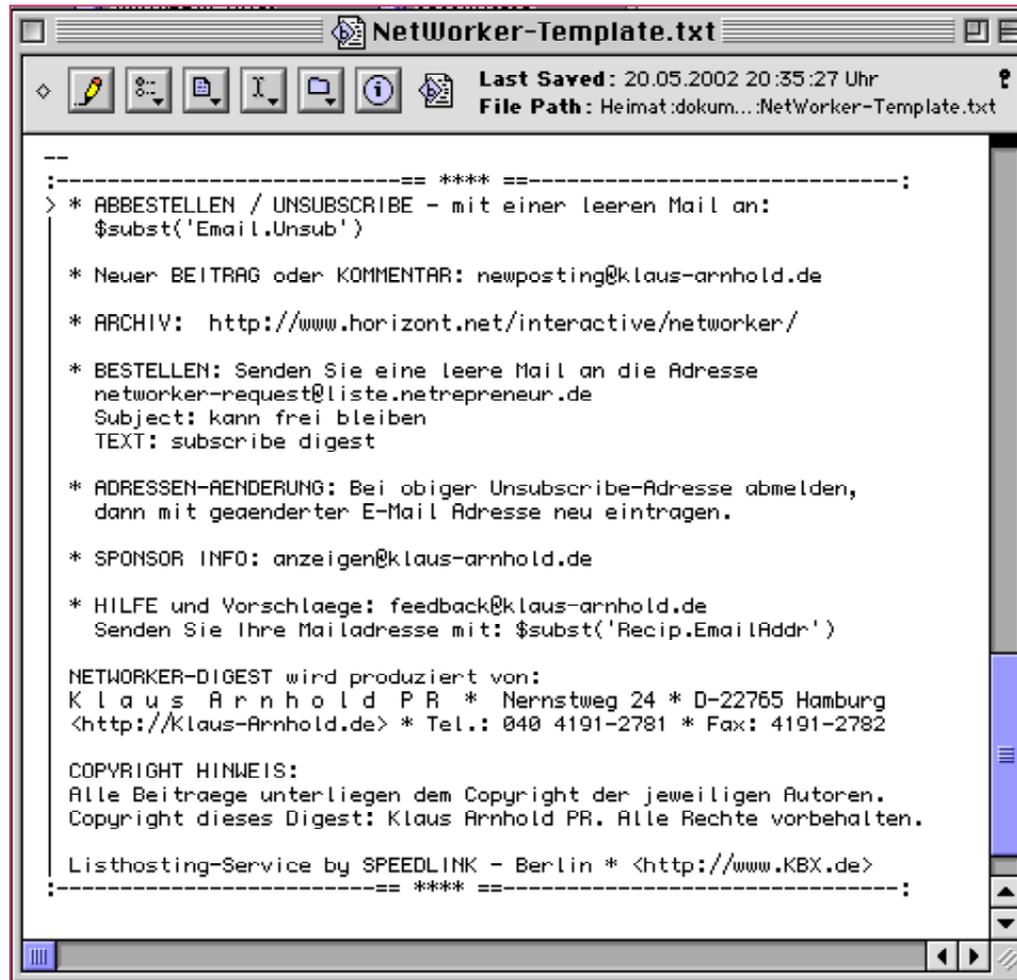
s, Rubrk, Titel, Teaser & URL

Newsletter-Vorspann



```
==== **** =====  
NETWORKER-DIGEST wird ausschliesslich an Bezieher versandt, die  
sich freiwillig eingetragen haben. Sie erhalten den Digest z. Z.  
an die Adresse: $subst('Recip.EmailAddr')  
  
ABBESTELLEN / UNSUBSCRIBE - mit einer leeren E-Mail an:  
$subst('Email.Unsub')  
Weitere Hinweise (z. B. Adressaenderung) sowie Kontakt-Adressen  
finden Sie am Ende dieses Digest.  
  
==== **** =====  
  
      NETWORKER - DIGEST  
  
      * Don't give me Questions, show me Solutions! *  
  
      In Co-Operation mit Horizont.NET <http://www.horizont.net>  
  
==== **** =====
```

Newsletter-Abspann



```
--
-----== **** ==-----:
> * ABBESTELLEN / UNSUBSCRIBE - mit einer leeren Mail an:
  $subst('Email.Unsub')

  * Neuer BEITRAG oder KOMMENTAR: newposting@klaus-arnhold.de

  * ARCHIV: http://www.horizont.net/interactive/networker/

  * BESTELLEN: Senden Sie eine leere Mail an die Adresse
  networker-request@liste.netrepreneur.de
  Subject: kann frei bleiben
  TEXT: subscribe digest

  * ADRESSEN-ÄNDERUNG: Bei obiger Unsubscribe-Adresse abmelden,
  dann mit geänderter E-Mail Adresse neu eintragen.

  * SPONSOR INFO: anzeigen@klaus-arnhold.de

  * HILFE und Vorschläge: feedback@klaus-arnhold.de
  Senden Sie Ihre Mailadresse mit: $subst('Recip.EmailAddr')

  NETWORKER-DIGEST wird produziert von:
  Klaus Arnhold PR * Nernstweg 24 * D-22765 Hamburg
  <http://Klaus-Arnhold.de> * Tel.: 040 4191-2781 * Fax: 4191-2782

  COPYRIGHT HINWEIS:
  Alle Beiträge unterliegen dem Copyright der jeweiligen Autoren.
  Copyright dieses Digest: Klaus Arnhold PR. Alle Rechte vorbehalten.

  Listhosting-Service by SPEEDLINK - Berlin * <http://www.KBX.de>
-----== **** ==-----:
```


Newsletter-Generator

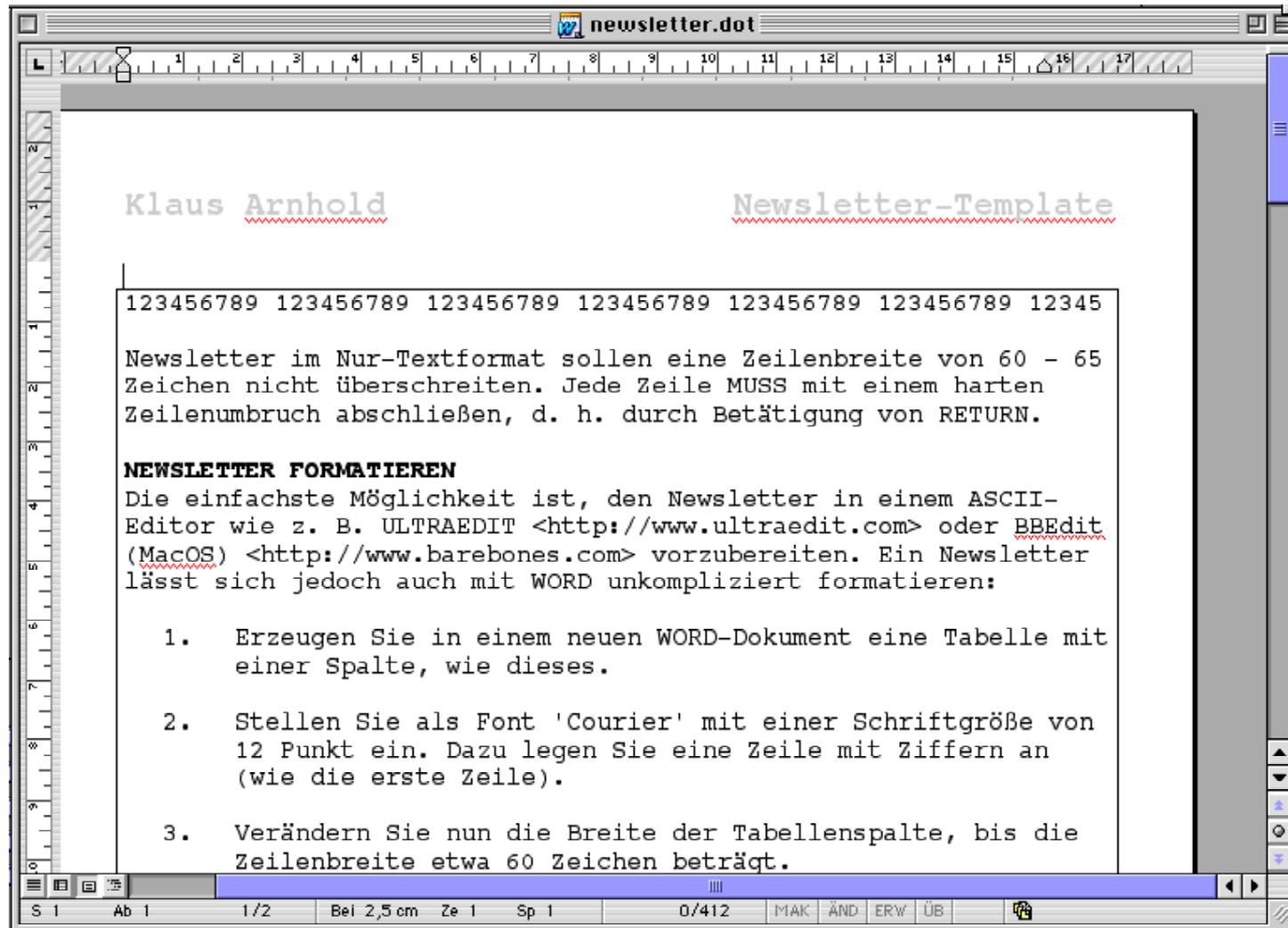
www.klaus-arnhold.de/de/services/nl-generator.php

E-Mail-Marketing Workshop

Text-Newsletters

- Zeilenbreite maximal 65 Zeichen
- Nicht-Proportionalfont einsetzen
 - z. B. COURIER oder MONACO
- Keine Umlaute oder Sonderzeichen benutzen
- Mailadressen beginnen immer mit mailto:
- URLs beginnen immer mit http://
- URLs in eigene Zeile setzen
- URLs nicht länger als 65 Zeichen

Newsletter in Word erstellen



Newsletter in Word erstellen

- Datei normal als Word-Dokument speichern, zusätzlich 
- Diese Datei endet auf *.txt
- TXT-Datei mit Notepad öffnen
- Mit Copy & Paste in das Mailprogramm kopieren (HTML-Mail abschalten!)
- Korrekturen immer zuerst in Word-Datei

E-Mail-Marketing Workshop

Produktion im E-Mail-Marketing



E-Mail-Marketing Workshop

Auswahl der Technik

- Kostenlose Listhoster
 - www.kbx7.de
 - www.domeus.de
- Kostenpflichtige Listhoster
- Eigenen Listserver betreiben
- Technik-Co-Operation eingehen
(Uni-Rechenzentrum fragen)

Texte vorbereiten

- Begrüßungstext:
 - Um was es bei dem Newsletter geht
 - An- und Abmeldehinweise
 - Impressum (Verantwortlicher)
 - Werbliche Hinweise
- Abmeldetext (nach Grund der Abmeldung fragen)
- **Alle Systemnachrichten überprüfen:**
 - Texte werden von Menschen gelesen!

E-Mail-Marketing Workshop

Adressen sammeln

- 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!
- **Alle** Kontaktmöglichkeiten überprüfen, ob E-Mail-Adressen gesammelt werden können!

2002-05-24

21

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

E-Mail-Marketing Workshop

Aufbau Online-Datenbank

Single Opt In:

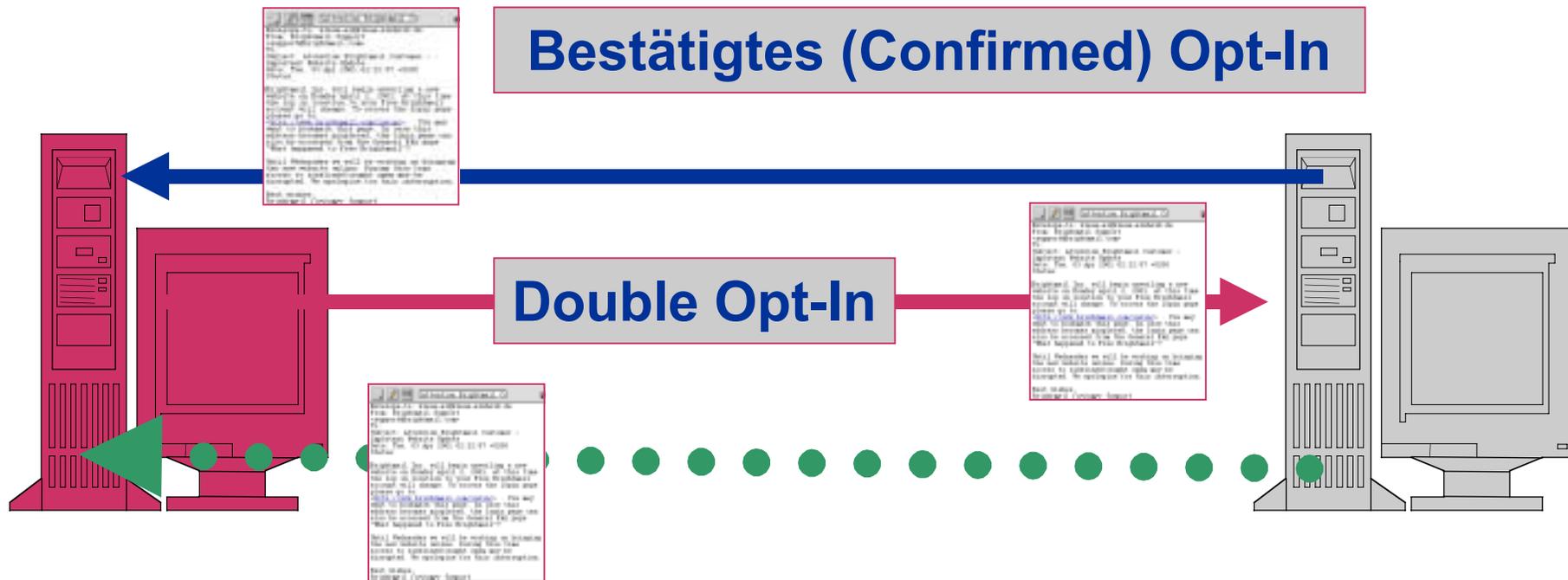
Interessent gibt
Adresse an



Interessent erhält
regelmäßige
Informationen

E-Mail-Marketing Workshop

Opt-In Möglichkeiten



I-Sales

Who	Date	Subject
I-Sales	15.04.2002, 0:01 Uhr	I-Sales Digest, Issue 1547: More on E-Drop Shipping
I-Sales	16.04.2002, 0:02 Uhr	I-Sales Digest, Issue 1548: Web is PBS not CBS
I-Sales	17.04.2002, 0:02 Uhr	I-Sales Digest, Issue 1549: Yahoo!dlums!
I-Sales	18.04.2002, 0:02 Uhr	I-Sales Digest, Issue 1550: PayPal Speaks Up
I-Sales	19.04.2002, 0:02 Uhr	I-Sales Digest, Issue 1551: Using Trickery
I-Sales	22.04.2002, 0:01 Uhr	I-Sales Digest, Issue 1552: Spoof Marketing
I-Sales	23.04.2002, 0:02 Uhr	I-Sales Digest, Issue 1553: Unpredictable
I-Sales	24.04.2002, 0:02 Uhr	I-Sales Digest, Issue 1554: Collective Wisdom
I-Sales	25.04.2002, 0:02 Uhr	I-Sales Digest, Issue 1555: Website Beauty
I-Sales	26.04.2002, 0:02 Uhr	I-Sales Digest, Issue 1556: Farewell & Welcome
I-Sales	29.04.2002, 0:02 Uhr	I-Sales Digest, Issue 1557: Plus Aa Change
I-Sales	30.04.2002, 0:02 Uhr	I-Sales Digest, Issue 1558: Moving Forward
I-Sales	01.05.2002, 0:02 Uhr	I-Sales Digest, Issue 1559: Boosting Book Sales
I-Sales	02.05.2002, 0:02 Uhr	I-Sales Digest, Issue 1560: Celebrating Differences
I-Sales	03.05.2002, 0:02 Uhr	I-Sales Digest, Issue 1561: All New Discussion
I-Sales	06.05.2002, 0:01 Uhr	I-Sales Digest, Issue 1562: Practical/Tactical
I-Sales	07.05.2002, 0:01 Uhr	I-Sales Digest, Issue 1563: Do Surveys & Ads Work?

1/666/12352K/OK

.....IN THIS DIGEST.....

// -- MODERATOR COMMENT -- //

"Deceiving Banner Advertisements - Do They Work?"
~ Ramon Ray
Member, I-Sales Guest Moderator

// -- CONTINUING DISCUSSION -- //

"Email Marketing vs Direct Mail"
~ Bob Hoffmann
~ Shel Horowitz
~ Moderator Comment

// -- BULLETIN BOARD -- //

E-Mail-Marketing Workshop

Reihenfolge der Aufmerksamkeit

- Was steht in der Betreffzeile?
- Von wem kommt die Mail?
- Was zeigt die Vorschau?

Checking ist kein leeres Wort!

Überprüfen Sie alles was zu überprüfen geht

Letzter Test: echo@tu-berlin.de

E-Mail-Marketing Workshop

Listpromotion

- Einfache Eintragung ermöglichen
- Nicht zu viele Fragen stellen

- Eigene Domain auch für Newsletter
- Mini-Website mit Archiv anlegen

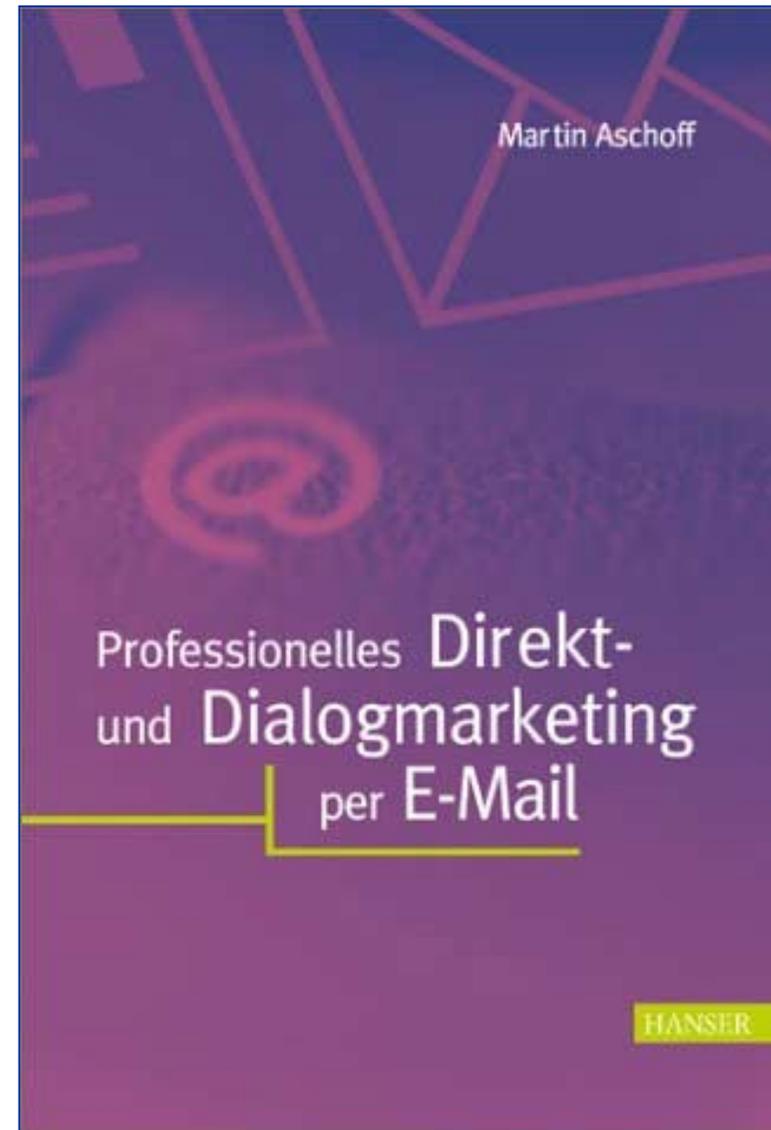
- Alle Möglichkeiten nutzen um die Liste zu vergrößern
 - Bannerwerbung
 - Gewinnspiele
 - Cross-Promotion
 - Postings in Diskussionslisten etc.

E-Mail-Marketing Workshop

Buchtipp

Autor:
Martin Aschoff

Hanser Verlag
ISBN 3446219420



2002-05-24

29

E-Mail-Marketing Workshop

Vielen Dank!

Download dieser Präsentation:

<http://www.klaus-arnhold.de/pdf/museumswksp.pdf>

Weitere Informationen:

Klaus Arnhold

Nernstweg 24

D-22765 Hamburg

Phone: 040 419127-81

office@klaus-arnhold.de

2002-05-24

30