

Fünf Regeln für effektive Betreffzeilen

Fünf Regeln für effektive Betreffzeilen

Betreffzeilen sind eine der ausschlaggebenden Bestandteile von erfolgreichem E-Mail Marketing. Von ihrer Gestaltung hängt es entscheidend mit ab, was der Empfänger mit der mit E-Mail macht. Im besten Falle wird sie sofort geöffnet, im ungünstigsten Falle gleich gelöscht. Darüber hinaus müssen verstärkt SPAM-Filtermechanismen berücksichtigt werden, die auf bestimmte Formulierungen ansprechen und erwünschte Newsletter gar nicht erst ankommen lassen. Hier sind die fünf Regeln für effektive Betreffzeilen.

Information: Um die Kernbotschaft einer E-Mail in der Betreffzeile zum Ausdruck zu bringen, sollte sie etwas Wichtiges, Dringliches oder auch Wertversprechendes enthalten. Nur so erkennt der Empfänger, in welchem Mass sie relevant für ihn sein kann.

Emotion: Wie bei jeder Art der Kundenansprache sollten neben den reinen Fakten auch die Emotionen angesprochen werden. Werbliche Botschaften die "in den Bauch treffen" bleiben grundsätzlich besser haften. Bei E-Mail Marketing kommt darüber hinaus noch die Zeitspanne hinzu: Empfänger entscheiden binnen zwei Sekunden, ob eine E-Mail geöffnet wird oder nicht.

Glaubwürdigkeit: Die Betreffzeile fasst im Idealfall den Inhalt der E-Mail zusammen. Findet der Leser in der Mail das vor, was die Betreffzeile versprach, wird Vertrauen zum Absender aufgebaut. Die Chance, dass der nächste Newsletter geöffnet wird steigt somit.

Aufforderung: Kommerzielle Newsletter sollen zu einer Handlung - meistens dem Kauf eines Produktes - aktivieren. Bereits in der Betreffzeile können Leser vorkonditioniert und so die "Click-through-Rate" erhöht werden.

Zeichenzahl: "Aktuelle Angebote im Monat November für Sie, Hr. Müller !" Derartige Betreffzeilen werden von Mail Providern wie t-online, gmx.de oder aol.com aufgrund unterschiedlicher Interpretationsroutinen zum Teil mittendrin abgeschnitten. Darüberhinaus kann z.B. bei Outlook die Spaltenbreite der Betreffzeile eingehender E-Mails individuell eingestellt werden. Die Länge des Textes sollte daher maximal 40 Zeichen lang sein.

Filtergefahr beachten: Die Betreffzeile darf sprachlich nicht zu aggressiv ausfallen, da sonst die Wahrscheinlichkeit von einem Filter geblockt zu werden steigt.

Die marmato Culas Göring GbR ist eine der führenden Agenturen für E-Mail Marketing Lösungen im deutschsprachigen Raum. Sie bündelt die erforderliche Technikkompetenz mit professionellem Vermarktungs-Know How. Unter anderem nutzen der ADAC Hockenheimring, der DEKRA Konzern in Deutschland und Österreich und das St. Galler Management Institute aus der Schweiz marmato für erfolgreiche Kundengewinnung und -bindung.

2.653 Zeichen

Die URL für diese Seite ist:

<http://www.firmenpresse.de/pressinfo16952.html>