



Get inspired! Wir liefern lebendige E-Mail-Kampagnen und frische Marketing Ideen.

Newsmarketing GmbH Online-Marketing Werbestrategien

Verscio, im November 2009

Verschiedene Werbestrategien für Online-Marketing-Kampagnen

- 1 Beratung, Konzept & Strategie
- 2 Beispiel 1: Newsletter-Erstellung
- 3 Beispiel 2: Typischer Ablauf einer E-Mail-Kampagne
- 4 Beispiel 3: Web 2.0 basiertes Online-Marketing
- 5 Beispiel 4: Massnahmen zur Leadgenerierung
- 6 Über Newsmarketing

1 Beratung, Konzept & Strategie

E-Mail-Marketing

Eine E-Mail-Kampagne ist mehr als das blosses Versenden von Werbe-E-Mails! So hat das Newsletter-Marketing seine **ganz speziellen Regeln und Gesetze**, die es zu beachten gilt, damit die Kampagne ein Erfolg wird.

Newsmarketing entwickelt intelligente und auch langfristig **erfolgreiche Email-Marketing-Konzepte**. Die 10jährige Erfahrung auf diesem Gebiet und eine ständige Analyse des Umfelds erlaubt es uns, die für Ihre Kampagne passenden **Optimierungsmöglichkeiten** aufzuzeigen und auch einzusetzen.

Community-Marketing

Newsmarketing unterstützt und bietet umfassende Beratung beim Aufbau, der Entwicklung und der Bewerbung einer eigenen Community. Community-Marketing ist DAS Medium von heute und morgen, um erfolgreich online tätig zu sein.

Egal ob Sie eine Website für Haustiere, Bücher oder Versicherungen haben - sie wird erfolgreicher werden mit **Web 2.0 Elementen**.

Hotel Online-Marketing

Das Nutzungsverhalten der Internetuser hat sich geändert. Es wird mehr **Interaktion und Kommunikation untereinander** und mit dem Hotel erwünscht: Stichwort Social-Media.

Wir bieten **ein speziell für die Hotellerie entwickeltes Beratungskonzept**, das eine sofortige Umsetzung ermöglicht. Der positive Effekt auf die Anzahl der Online-Buchungen wird innert kürzester Zeit spürbar sein!

Newsmarketing liefert Ideen und Strategien wie Ihr Webauftritt optimiert und dann anschliessend flächendeckend beworben werden kann - für mehr User und vor allem langlebigere User!



2 Newsletter-Erstellung

Wie es unser Agenturname schon ausdrückt, sind wir von Haus aus **Spezialisten fürs News(letter)marketing**. Der hauseigene Newsletter bildet oft die Basis von allen Werbekampagnen und ist ausserdem ein wichtiges Kundenbindungs-Element. Wenn der Newsletter inhaltlich und optisch ansprechend ist, haben Sie ein gutes Instrument in der Hand aus Interessenten und Website Besuchern auch zahlende Kunden zu machen. Und auch eine **werbliche Standalone E-Mail** sollte nach gewissen Kriterien und Richtlinien gestaltet sein, um den gewünschten Erfolg zu erzielen. Gerade im kommerziellen Bereich ist die richtige E-Mail Aufmachung ein wichtiger und nicht zu unterschätzender Faktor für die Performance Ihrer Kampagne.

Als Full-Service-Dienstleister für E-Mail-Marketing bieten wir die **komplette grafische und textliche Gestaltung** von Ihren Newsletter und Standalone E-Mailings an. Unsere Leistungen können dabei auch modular gebucht werden.

Wir erstellen gemeinsam mit Ihnen ein **individuelles Anforderungsprofil** an die Versandsoftware und beraten Sie dann bezüglich der optimalen Lösung. Über unser langjähriges Partnernetz arbeiten wir eng mit den in Deutschland führenden E-Mail Software Anbietern zusammen (alle in der zentralen Whitelist Deutschlands geführt).

Newsmarketing übernimmt die **Koordination** über die Verwendung und den Einsatz von Design, Technik, externen Anbindungen, Inhalten und Schnittstellen. So kann ein reibungsloser, erfolgreicher und fehlerfreier Newsletter-Versand garantiert werden.

Besonders praktisch für Sie: Unser **Realtime Reporting Tool** ermöglicht den Zugriff auf alle wichtigen Kennzahlen und Werte - jederzeit. Bereits im Vorfeld bieten wir ausgiebige Möglichkeiten für A/B Tests von unterschiedlichen Newsletterdesign- und Betreffzeilen-Varianten an. Zudem profitieren Sie als Kunde direkt vom Know-how, das wir aus unseren regelmässigen E-Mail-Studien gewinnen.

Siehe dazu auch: <http://www.newsmarketing.ch/infocenter/studien/>

Newsletter-Design, Text, Technik, Versand, Analyse und Reporting sind bei uns also in besten Händen. Und nicht nur dass, wir gehen auch gerne auf Ihre **individuellen Wünsche und Bedürfnisse** ein. So können wir z.B. den Versand von personalisierten eCards zum Geburtstag oder andere individuell passende Funktionen realisieren.



3 Ein typischer E-Mail Kampagnen-Ablauf

Für eine erfolgreiche und nachhaltig aufgebaute E-Mail-Werbekampagne schlagen wir folgendes Vorgehen vor:

- I. Als erstes wird eine auf das Angebot abgestimmte **Microsite** erstellt, welche die generierten Leads kanalisiert und dann an den Kunden weiterleitet. Wir empfehlen die Erstellung von zwei unterschiedlichen Microsites. Mittels Testing wird dann die besser performende Microsite ermittelt.
- II. Das Kernstück ist eine gestaffelte Aussendung von **E-Mail-Standalone Kampagnen** für die Bewerbung des Produkts oder Bekanntmachung der Marke. Bei einer längerfristig aufgebauten Kampagne empfehlen wir die Erstellung von zwei bis drei verschiedenen Creatives, welche dann in der ersten Kampagne mittels A/B Test getestet werden. Die am besten performende Variante wird für die folgenden Kampagnen verwendet. Zusätzlich werden Betreffzeilen-Tests vorgenommen.

Für die Creative-Erstellung schlagen wir zwei verschiedene Grafik-Varianten vor und evtl. eine HTML-Text Variante in Briefform, falls ein neues Produkt mit Erklärungsbedarf beworben werden soll.

Siehe auch Newsmarketing Studie 5: E-Mail-Werbung im Briefformat
http://www.newsmarketing.ch/Studie2009_Briefformat.pdf

- III. Als weitere Massnahme schlagen wir die Platzierung von **Textanzeigen** in thematisch passenden **Newslettern** vor. Speziell für den B2B Bereich bieten Newsletter-Anzeigen oftmals die einzige Möglichkeit interessierte Kunden zu gewinnen, da fast alle B2B Newsletter keine Standalone E-Mails zulassen. Mit dieser Massnahme lässt sich das Feld der potentiellen Interessenten erweitern. Zudem sind Textanzeigen um einiges kostengünstiger als Standalone Mailings. Um hier eine erfolgreiche Performance zu erzielen, sind mehrere Schaltungen über einen gewissen Zeitraum hinweg (2-3 Monate) zu empfehlen.
- IV. Flankierend können – je nach Produkt und Budget – weitere Massnahmen sinnvoll sein: Google AdWords Kampagnen (SEM), exklusive Umfragen oder Gewinnspiele, Social Media Aktivitäten (Twitter, Facebook, Web 2.0, Community etc.), Display und Affiliate-Marketing. Das Thema **Cross-Media Marketing** nimmt immer mehr an Bedeutung zu.



4 Web 2.0 basiertes Online-Marketing

Ein Hauptfehler bei Online-Marketing Kampagnen ist es anzunehmen, dass der Kunde sofort eine Bestellung tätigt nach dem Lesen der Werbung. Oft sind mehrere **Zwischenschritte** nötig, um das Kundenvertrauen und damit eine Kundenbeziehung aufzubauen.

Nehmen wir uns als Beispiel eine Online-Werbekampagne für ein Hotel. Eine reine Informations-Website über das Hotel, die Zimmer, die Preise und die Lage reichen heutzutage nicht mehr aus um Kunden langfristig anzuziehen. Die Internet-Nutzung hat sich verändert. Deshalb entwickelte Newsmarketing in diesem Fall ein **interaktives Tool**, mit Hilfe dessen die Besucher der Website Tipps rund um die Region, Ausflugsmöglichkeiten für Kinder und die Restaurants etc. geben konnten. Diese **persönlichen Interaktionen** - es gab ausserdem die Möglichkeit eigene Fotos hochzuladen - **schufen Vertrauen und eine vertiefte Bindung** an die Hotelwebsite. Was wiederum grundlegende Voraussetzungen sind, für eine beginnende Kundenbeziehung mit kostenpflichtigen Buchungen.

Als zweiten Schritt wurde ein eigens für den Kunden entwickeltes und **flashbasiertes Spiel** für zwischendurch (Casual Game) aufgeschaltet. Diese Massnahme steigerte den Anreiz für die Nutzung der Website. Kombiniert mit einer Gewinnmöglichkeit – in diesem Falle war es ein Candlelight Dinner im Hotel - ergab sich daraus ein mächtiges **Kundenbindungs-Mittel**.

Diese beiden Aktionen – der Informations-Austausch auf der Website in Form einer „Mini-Community“ sowie das „Casual Game“ - wurden dann mittels E-Mail Standalone beworben. Im Vergleich zur früheren E-Mail Werbung, ohne den Einbezug dieser Zwischenschritte, war die Leser-Response wesentlich höher und auch die Anzahl der Online-Buchungen wurde so signifikant gesteigert.

Für jede Werbeaktion im Internet (und nicht nur für Hotel-Aktionen) bedarf es darum einer **langfristigen Strategie**. Der sofortige Abverkauf von Produkten ist oft sehr viel teurer als wenn die Werbemassnahmen mittels einer Beratung gut durchdacht und geplant werden. Die hier vorgestellten interaktiven Tools sind lediglich Beispiele für Stufen, die zur erfolgreichen Buchung eingeplant werden können. Im Vorfeld steht immer die genaue Analyse, welche Stufen für welches Kundenprojekt Sinn machen und zum Erfolg führen können. Das können Spiele sein oder auch Community-Elemente, Blogs, Foto-Uploads, Newsletter, Facebook- und Twitter-Anbindungen und andere Applikationen für die Besucher Ihrer Website.

Wichtig ist – der Kunde muss durch den Online-Besuch einen **Mehrwert** erfahren.



5 Massnahmen zur Leadgenerierung

Für Kunden die ihren Adressverteiler durch eine zusätzliche Leadgenerierung erweitern möchten, gibt es verschiedene Massnahmen. In der Folge die Möglichkeiten, welche wir Ihnen dazu anbieten können. Die Reihenfolge entspricht der Qualität der auf diese Weise generierbaren Adressen.

Adressanmietung / E-Mail-Standalone Kampagnen

- Bewerbung von spezifischen Produkten oder Aktionen über Standalone E-Mails.
Qualität der Leads: sehr hoch
Abrechnung auf TKP Basis
- Bewerbung von Gewinnspielen, Umfragen und Social-Media Aktivitäten.
Mit gezielten E-Mailings werden die Leadgenerierungs-Massnahmen beworben, welche dadurch höhere Aufmerksamkeit erreichen und mehr Leads einbringen.



Unser Tipp: **Kommerzielle Standalone E-Mail-Kampagnen**
Standalones sind die Königsklasse im Bereich Online-Marketing!
Ausschlaggebend für den Erfolg ist die zum Angebot passend ausgewählte Zielgruppe und die Qualität des Adressbestands.

Der Versand findet immer über den Adresseigner statt.
Alle angeschriebenen E-Mail-Kontakte sind im Double Opt-In Verfahren generiert und bouncebereinigt.
Newsmarketing hat ein Potential von über 10 Millionen unigen E-Mail Adressen aus dem Bereich B2C mit überdurchschnittlichen Performance-Werten (Öffnungsrate und CTR).

Social Media / Web 2.0

Aufbau einer Kunden-Community mit Flash Spielen, Fanartikeln, Shout-Box, Umfragen, Quiz-Spielen, etc.

Es wird eine kleine „Kunden-Welt“ erschaffen, auf der die User verschiedene Inhalte rund um den Kunden Brand und die Produkte findet.

Je nach Umfang und Qualität der Community ist eine exponentiale Steigerung der Leads durch den grossen viralen Effekt zu erwarten!

Qualität der Leads: sehr hoch

Postiv:

- Aktive Teilnahme der User
- Hohe Kundenbindung
- Grosser viraler Effekt



5 Massnahmen zur Leadgenerierung

Weitere Adressgenerierungs-Massnahmen auf Leadbasis (CPL basierte Modelle).

- **Exklusive Umfragen**
Es werden exklusive Umfragen nur für den Kunden kreiert, welche dann auf diversen Webportalen geschaltet werden.
Qualität der Leads: sehr hoch
- **Exklusive Gewinnspiele**
Es wird ein exklusive eigenes Gewinnspiele entwickelt und beworben.
Wir empfehlen Gewinnspiele mit einer grösseren Anzahl an Sachpreisen.
Qualität der Leads: hoch
- **Co-Registration**
In einem bestehenden Kundendialog wird das Angebot zur Anmeldung für den Kunden-Newsletter platziert. Die Co-Reg Angebote werden über ein Partnernetzwerk deutschlandweit auf über 600 Webseiten beworben.
Qualität: hoch, da explizite Auswahl vom Endverbraucher, wenig Streuverluste
- **Co-Sponsoring**
Das Sponsoring findet auf schon bestehenden Gewinnspielen und Community-Portalen gemeinsam mit anderen Sponsoren statt.
Qualität: mittel – niedrig
- **Affiliate Marketing**
Bewerbung des Produkts über Affiliate-Netzwerke.
Die Angebote werden auf ausgewählten, professionellen Affiliate Netzwerk Plattformen eingestellt und üblicherweise via Display-ads beworben.
Qualität: mittel – niedrig

Abheben mit neuen
Leads im Gepäck...



6 Newsmarketing

Als erste darauf spezialisierte Agentur im deutschsprachigen Raum (seit 1999) hat die Newsmarketing GmbH das **Newsletter-Marketing** und damit viele ihrer Werbepartner bekannt gemacht. Mit ca. 29 Millionen Anzeigen-Kontakten und 26 Millionen Standalone-Kontakten bietet Newsmarketing eine grosse zielgruppenspezifische Auswahl an Mietadressen im deutschsprachigen Raum an.

Newsmarketing wurde im Sept. 1999 in Grömitz (DE) gegründet. Im August 2006 wurde der Geschäftssitz in die Schweiz (Tessin) verlegt. Newsmarketing versteht sich als Full-Service E-Mail-Marketing Agentur und betreut namhafte Endkunden und Agenturen im deutschsprachigen Raum. Der Schwerpunkt liegt dabei auf dem Versand und der konzeptionellen Beratung von **kommerziellen E-Mail-Kampagnen, Hotel Online-Marketing** und der **Adressgenerierung**.

Neben dem E-Mail-Marketing hat sich Newsmarketing auch einen Ruf als **Community-Betreiber** im deutschsprachigen Raum erworben. Mehrere grosse und erfolgreiche Communities stammen aus dem Haus von Newsmarketing, wie z.B. eine eCard-Community, eine Onlinegame-Community und eine Tausch-Community. Weitere Communities sind in Planung. Mehr Informationen über unsere Communities und das Thema Co-Sponsoring finden Sie hier:

<http://www.newsmarketing.ch/CoSponsoring.pdf>

Des weiteren ist Newsmarketing als Veranstalter für **E-Mail-Marketing-Kongresse** bekannt. Joana Kruse und ihre Mitarbeiter sind beliebte Referenten zum Thema E-Mail-Marketing und Community-Marketing. Impressionen und Informationen zum kürzlich organisierten E-Mail-Marketing-Kongress in Losone (EMM09) finden Sie hier:

<http://www.newsmarketing.ch/infocenter/vortraege-emm-09/>

Newsmarketing veröffentlicht in regelmässigen Abständen **Fachartikel** rund um das Thema E-Mail-Marketing und betreibt seit Anfang 2009 eine umfassende **E-Mail Studie**: „Performance-Werte für kommerzielle E-Mail-Marketing-Kampagnen“.

<http://www.newsmarketing.ch/studie2009.pdf>

