

Checkliste: 23 TIPPS ZUR ADRESSGEWINNUNG IM E-MAIL MARKETING

Whitepaper:
Praxistipps – Best Practice

Juni 2021

EINLEITUNG

3 wesentliche Säulen bilden die Grundlage für ein erfolgreiches E-Mail Marketing:

- Die skalierende Adressliste für die Funnel-Erweiterung
- Die Daten für bessere Segmentierung und Personalisierung
- Die Automatisierung für effizienteres Targeting



Das Ziel: Mehr Relevanz, tiefere Kosten, positiver ROI!

DIE ADRESSGENERIERUNG IM E-MAIL MARKETING

Adressgenerierung:

E-Mail Marketing ist Permission Marketing. Daher beginnt jeder E-Mail-Dialog mit der Einwilligung der User:innen, dem „Opt-In“. Opt-Ins sind ein zentraler Erfolgsfaktor im E-Mail Dialogmarketing. Denn je mehr Kontakte dem Marketing per E-Mail zugestimmt haben, desto grösser ist der Hebel mit allen Massnahmen. Es sind insbesondere die eigenen Kontaktpunkte mit der potentiellen Zielgruppe, an denen Sie konsequent Opt-Ins einholen sollten. Wie das funktioniert, haben wir in dieser Checkliste zusammengefasst und 23 Tipps zur Leadgenerierung zusammengestellt. Erfahren Sie, wie man generell Interesse bei User:innen weckt und mit welchen Ideen Opt-In-Generierung an den unterschiedlichsten Touchpoints funktioniert: von der eigenen Website über mobile bis zu Offline-Touchpoints.

INHALTSÜBERSICHT

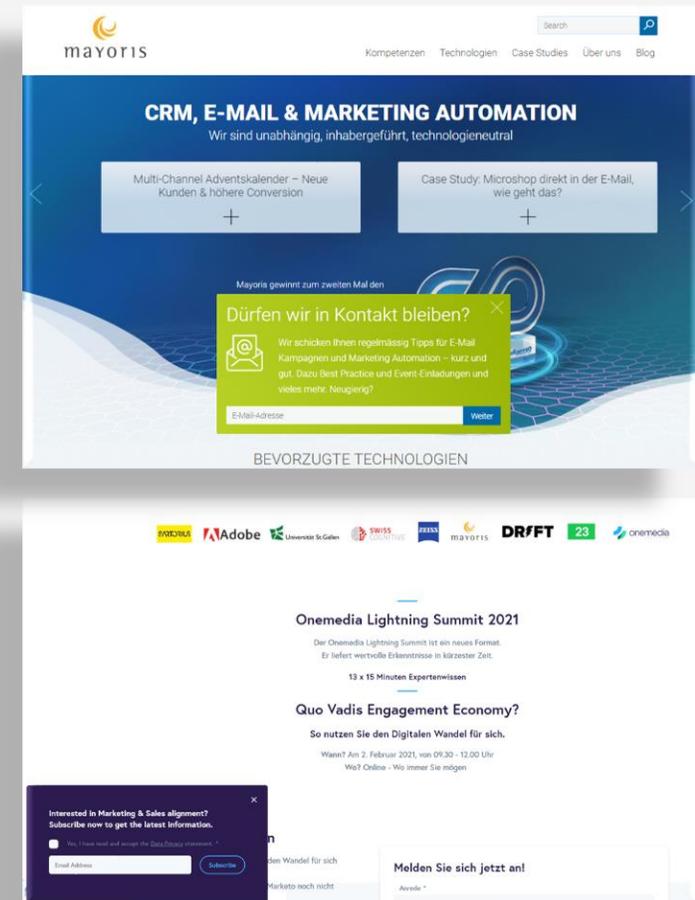
1. Pop-up/Layer (bottom/seitlich)
2. Pop-up/Layer (center)
3. Newsletter-Formular im Footer
4. Newsletter in Topbar/Bottombar
5. Newsletter-Formular im Header
6. Newsletter Menü-Link
7. Link aus Content
8. Newsletter-Formular im Content Bereich
9. Rabatte für Newsletter-Registrierung
10. Newsletter-registrierung bei Wettbewerb
11. Im Registrierungsprozess
12. Registrierter Download
13. Shop-Checkout-Prozess
14. Weiterempfehlungslink Newsletter
15. E-Mail-Signatur
16. Webinar
17. Facebook Postings
18. Anmeldelink in Instagram Profilbeschreibung
19. Instagram Stories / Reels
20. LinkedIn: Ads / Lead Gen Forms
21. Apps
22. Google Ads
23. Kund:innen-Gespräche face-to-face

1. POP-UP/LAYER (BOTTOM/SEITLICH)

Etwas dezenter sind Layer, die sich über einen Teil der Seite (hier unten und an der Seite) legen und nicht die Website ausgegraut in den Hintergrund treten lassen. Das Layer wirkt damit weniger invasiv als ein Pop-Up. Auch dieses kleine überlagernde Banner erscheint erst nach wenigen Sekunden auf der Website.

Vorteil: Hinweiszeilen oben oder unten sind von Webanwendungen und Social Networks bekannt und werden als „System-Information“ besonders wahrgenommen.

Nachteil: Cookie-Banner erscheinen oft auf ähnliche Weise und viele empfinden diese bereits als störend – ein Layer oder Pop-Up könnte ähnlich aufgefasst werden.



2. POP-UP/LAYER (CENTER)

Mitten rein: Ganz klar, hier ist der Opt-In im Fokus. Wer den Wert von Opt-Ins aus eigenen Touchpoints verstanden hat, ist schnell bei solchen konsequenten Maßnahmen. Die eigentliche Website tritt in den Hintergrund und wird ausgegraut, an so einem Layer kommen User:innen nicht vorbei.

Tipp: Lassen Sie das Layer erst nach einigen Sekunden erscheinen – dann wird es nicht direkt als störend wahrgenommen und die Aufmerksamkeit ist höher.



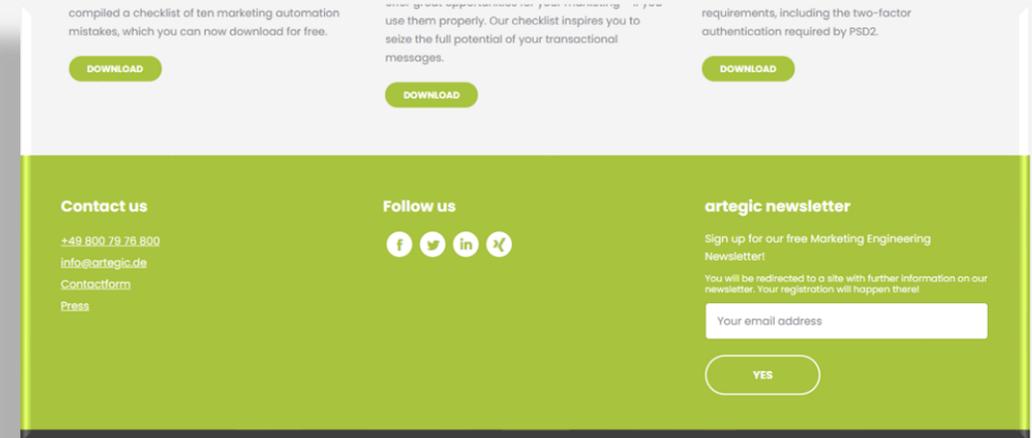
3. NEWSLETTER-FORMULAR IM FOOTER

Auffällig ist ein ganzes Newsletter-Formular im Footer. Dank des Eingabefeldes, des Beschreibungstextes und eines Buttons mit Call-to-Action ist für die User:innen direkt erkennbar, was zu tun ist.

Vorteil: Die Position unten ist schon „gelernt“ für alle, die nach dem Newsletter suchen und die Anmeldung wird auf (nahezu) allen Seiten beworben.

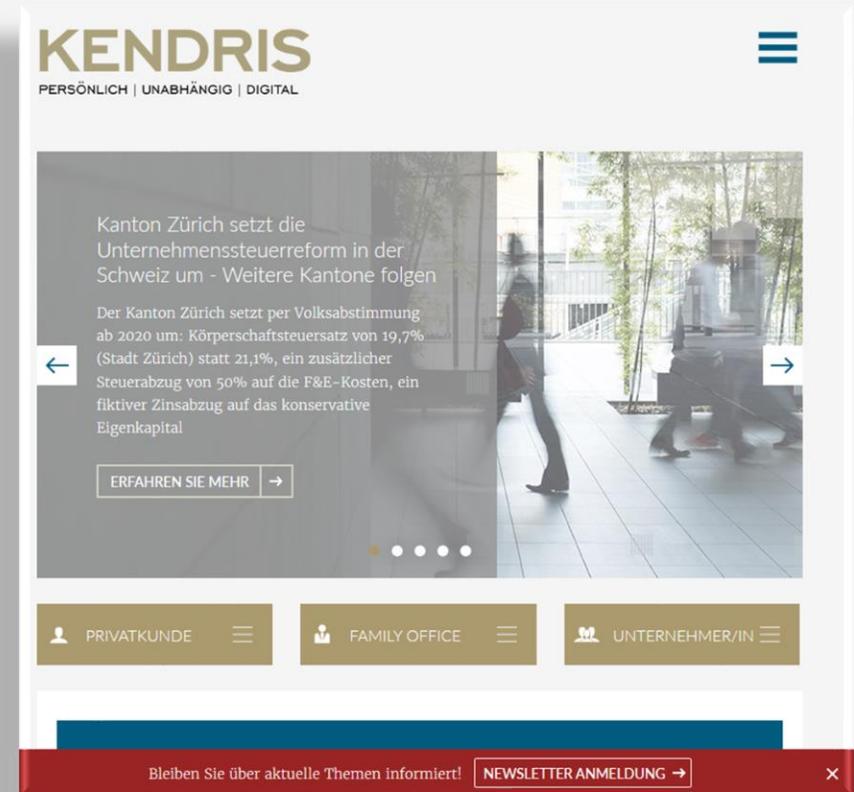
Nachteil: Erst mit Scrollen werden User:innen wirklich darauf aufmerksam.

Tipp: Durch die Abfrage von wenigen Daten reduziert sich die Abbruchrate. Detaillierte Kontaktdaten können dann zu einem später Zeitpunkt abgefragt werden.



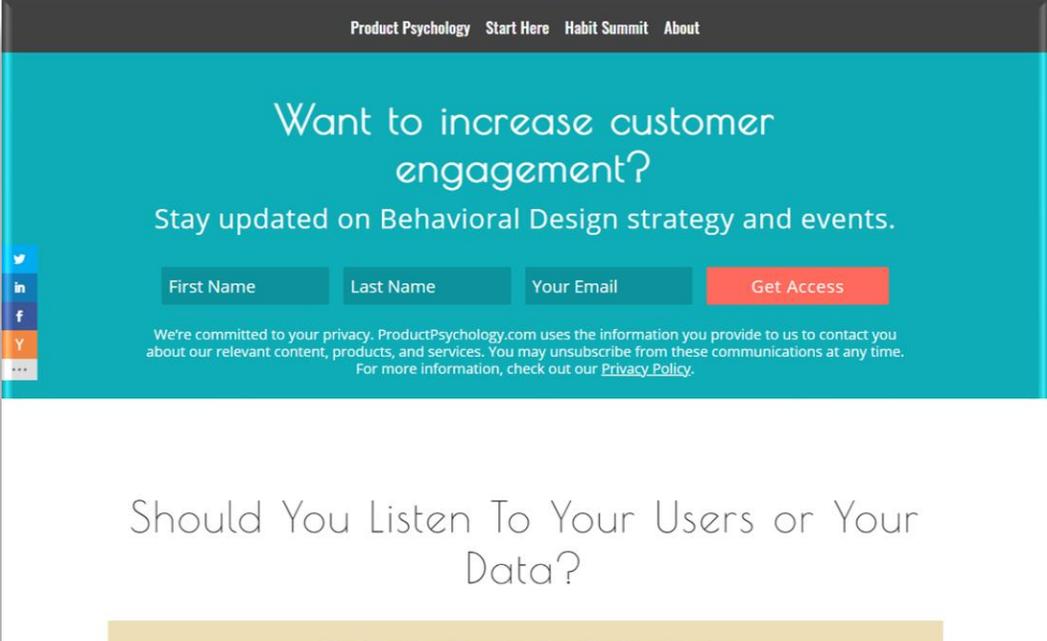
4. NEWSLETTER IN TOPBAR/BOTTOMBAR

Bewerben Sie den Newsletter ganz zu Beginn Ihrer Website, noch über der Navigation und dem Header in einer sogenannten Topbar. Dieser schmale Streifen hebt sich unauffällig optisch von der Navigation Ihrer Website ab und ist dabei auffällig genug ohne zu sehr den „Above the Fold“ Ihrer Website zu verdecken. Das ganze lässt sich natürlich auch in der Bottombar der Homepage platzieren.



5. NEWSLETTER-FORMULAR IM HEADER

Warum nicht den kompletten Header-Bereich nutzen, um ein Anmelde-Formular für Ihren Newsletter zu platzieren – prominenter geht es wahrscheinlich nicht. Die Website im Beispiel benutzt auf allen Seiten diesen Header, denkbar ist es aber genauso, diesen Header nur auf einzelnen Seiten zu verwenden oder in einem Slider.



The screenshot shows a website header with a teal background. At the top, there is a navigation bar with links: "Product Psychology", "Start Here", "Habit Summit", and "About". Below this, the main header text reads: "Want to increase customer engagement?" followed by "Stay updated on Behavioral Design strategy and events." To the left of the form are social media icons for Twitter, LinkedIn, Facebook, YouTube, and a menu icon. The form itself consists of three input fields: "First Name", "Last Name", and "Your Email", followed by a red "Get Access" button. Below the form, there is a privacy notice: "We're committed to your privacy. ProductPsychology.com uses the information you provide to us to contact you about our relevant content, products, and services. You may unsubscribe from these communications at any time. For more information, check out our [Privacy Policy](#)."

Should You Listen To Your Users or Your Data?

6. NEWSLETTER MENÜ-LINK

Der Klassiker zur Anmeldung am Newsletter: ein Link im Menü.

Da die Platzierung des Links in der Navigation für viele schon ein Klassiker ist, werden Interessierte auch hier danach suchen und sofort verstehen, was sich hinter diesem Menüpunkt verbirgt.

Nachteil: So ist die Anmeldung zum Newsletter in der Navigation leicht versteckt.



7. LINK AUS CONTENT

Sie veröffentlichen Fachartikel, Blogbeiträge, News oder Entertainment? Dann verlinken Sie doch einfach Ihren Newsletter als normalen Textlink in den Content: „Ihnen haben unsere Inhalte gefallen? Mehr davon finden Sie in unserem Newsletter.“ Ist Ihr Content bereits relevant für Ihre Leser:innen, dann wird es auch Ihr Newsletter sein, eine Erläuterung mit welchen Informationen zu rechnen ist, ist damit wohl kaum notwendig bzw. erläutern Sie dies noch einmal auf der Landingpage.

Inhaltsverzeichnis

- Was passiert bei einem Google Core Update?
- Welche Domains haben durch das Update gewonnen?
- Diese Domains haben beim Update verloren:
Update 07.05. 07:05 Uhr

The May 2020 Core Update is now rolling out live. As is typical with these updates, it will typically take about one to two weeks to fully roll out.

201 9:52 PM - May 4, 2020

241 people are talking about this

Wie üblich, sind die veränderten Rankings nicht sofort zu sehen, sondern es benötigt etwas Zeit, bis die Änderungen auf alle weltweiten Rechenzentren von Google verteilt werden. Seit heute sehen wir die **ersten Veränderungen**. Um künftig über alle großen Google-Updates informiert zu werden, melde dich für unseren [kostenlosen SEO-Newsletter](#) an.

Was passiert bei einem Google Core Update?

Während Google jedes Jahr hunderte, wenn nicht sogar tausende kleine Änderungen am Suchalgorithmus vornimmt und damit auch für eine kontinuierliche Veränderung von Rankings sorgt, sind die Core Updates für betroffene Domains ein Paukenschlag: so geht es durch sie nicht bei einzelnen Keywords ein paar Positionen hoch oder runter, sondern es ändern sich sehr viele Rankings gleichzeitig und oft auch fundamental.

Sichtbarkeitsindex

Datum	Sichtbarkeitsindex
04.05.2020	10
05.05.2020	11
06.05.2020	12
07.05.2020	13
08.05.2020	14

8. NEWSLETTER-FORMULAR IM CONTENT BEREICH

Sehr beliebt für die Newsletter-Bewerbung: ein Anmeldeformular mit Eingabefeld und Absende-Button. Solche Anmeldeformulare können Sie auch beliebig im Content-Bereich auf allen Seiten oder der Startseite schalten. Hier im ersten Beispiel, einem Online-Shop, ist sie unter Produktteaser positioniert.

Verstecken Sie Ihre Newsletter-Registrierung nicht! Ein Opt-In zu geben ist stets wahrscheinlicher als der Kauf. User:innen, die ansonsten vielleicht auf Nimmerwiedersehen gehen würden, können dann so zu einem späteren Kauf motiviert werden.

Tipp: Wer mit aller Konsequenz Newsletter-Abonnent:innen direkt am Start gewinnt, kann bei abgesprungenen Käufer:innen zum abgebrochenen Warenkorb per E-Mail erneut nachfragen.

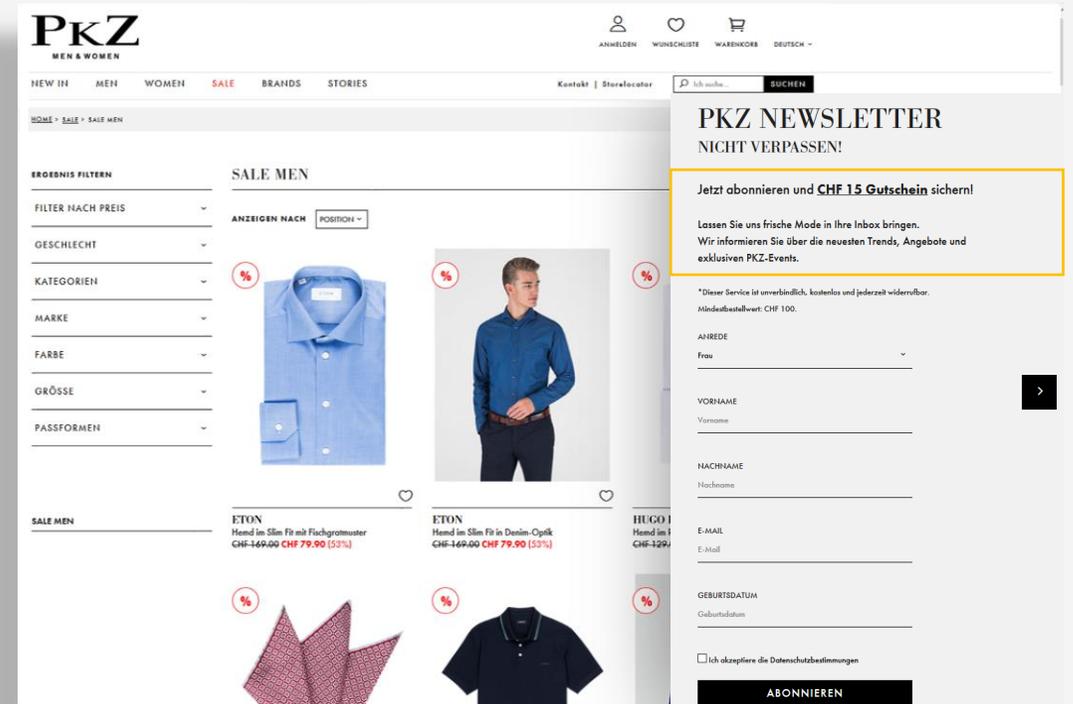
The screenshot shows a website interface with two main sections. The top section, titled 'Promotionen', features five product teasers, each with a '20%' discount tag, a product image, a description, a price (CHF), and a 'Zum Warenkorb' button. The products are: Merfen wässrige Lösung farblos Spr 30 ml (CHF 7.10), LA ROCHE POSAY ANTHELIOS Transparentes Gesichtsspray (CHF 20.70), LA ROCHE POSAY POSTHELIOS Lotion (CHF 19.90), AVÈNE Mineralische Sonnencreme LSF50+ 50 ml (CHF 21.50), and MAGNESIUM BIOMED UNO Trinkgranulat 40 Beutel (CHF 26.30). Below this is a pink 'Aktionen' button. The bottom section, titled 'NEWSLETTER', contains three numbered steps: 1. 'Abonnieren Sie unseren Newsletter!' with an envelope icon; 2. 'Sie erhalten einen 10% Gutschein.' with a gift icon; 3. 'Nutzen Sie ihn beim nächsten Einkauf.' with a shopping cart icon. A pink 'Abonnieren' button is at the bottom.

9. RABATTE FÜR NEWSLETTER-REGISTRIERUNG

Rabatte, Gutscheine oder Vergünstigungen wie Versandkostenfreiheit machen eine Newsletter-Registrierung attraktiver und liefern zudem einen Anreiz zum direkten Kauf.

Wenn Sie befürchten, dass User:innen sich nur für den einmaligen Rabatt registrieren und sich danach sofort wieder abmelden, dann können Sie dies durch die Kopplung von Rabatten an Mindestbestellwerte eventuell verhindern.

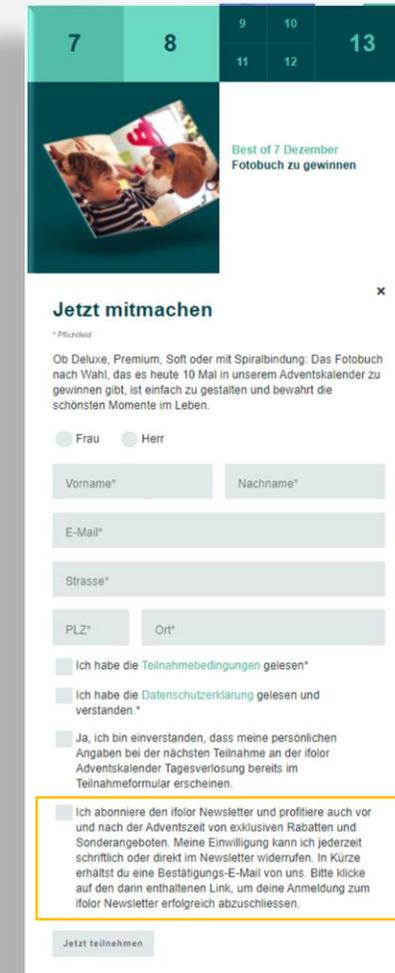
Tipp: Fassen Sie Coupons vor dem Ablaufdatum nach, um im Falle nicht eingelöster Coupons die User:innen nochmals zu animieren.



10. NEWSLETTER-REGISTRIERUNG BEI WETTBEWERB

Newsletter-Registrierung bei der Teilnahme an einem Wettbewerb. Füllen User:innen das Teilnahmeformular aus, können sie zusätzlich eine Checkbox für den Erhalt des Newsletters anklicken.

Vorteil: Gewinnspiele beeinflussen nicht direkt den Kauf bzw. den Kaufpreis.



The image shows a registration form for a contest. At the top, there is a calendar grid with dates 7, 8, 9, 10, 11, 12, and 13. Below the calendar is a photo of a family and the text 'Best of 7 Dezember Fotobuch zu gewinnen'. The form title is 'Jetzt mitmachen'. Below the title, there is a small asterisk and the word 'Pflichtfeld'. The main text describes the contest: 'Ob Deluxe, Premium, Soft oder mit Spiralbindung: Das Fotobuch nach Wahl, das es heute 10 Mal in unserem Adventskalender zu gewinnen gibt, ist einfach zu gestalten und bewahrt die schönsten Momente im Leben.' There are radio buttons for 'Frau' and 'Herr'. Below that are input fields for 'Vorname*', 'Nachname*', 'E-Mail*', 'Strasse*', 'PLZ*', and 'Ort*'. There are three checkboxes with labels: 'Ich habe die Teilnahmebedingungen gelesen*', 'Ich habe die Datenschutzerklärung gelesen und verstanden.*', and 'Ja, ich bin einverstanden, dass meine persönlichen Angaben bei der nächsten Teilnahme an der ifolor Adventskalender Tagesverlosung bereits im Teilnahmeformular erscheinen.' A fourth checkbox, highlighted with a yellow border, reads: 'Ich abonniere den ifolor Newsletter und profitiere auch vor und nach der Adventszeit von exklusiven Rabatten und Sonderangeboten. Meine Einwilligung kann ich jederzeit schriftlich oder direkt im Newsletter widerrufen. In Kürze erhältst du eine Bestätigungs-E-Mail von uns. Bitte klicke auf den darin enthaltenen Link, um deine Anmeldung zum ifolor Newsletter erfolgreich abzuschliessen.' At the bottom, there is a 'Jetzt teilnehmen' button.

11. IM REGISTRIERUNGSPROZESS

Registrieren sich User:innen für einen Online-Shop, eine Community, einen Pressebereich, einen Club oder Ähnliches, dann sind sie gerade in einem Moment hohen Commitments: Der Bezug des Newsletters ist dann nur ein kleiner, weiterer Klick. Platzieren Sie darum eine zusätzliche Checkbox für den Newsletter im Registrierungsformular.

Tipp: Nehmen Sie bereits in die AGB auf, dass die User:innen über wichtige Informationen zu Ihrem User:innen-Konto per E-Mail informiert werden darf. Dann können zumindest gewisse Service-Informationen auch ohne Newsletter Opt-In kommuniziert werden.

The image shows a registration form for PKZ. The form is divided into several sections, each with a numbered header:

- 1 FIRMENANGABEN:** Includes a field for 'FIRMA:' (Firma).
- 2 ADRESSE:** Includes fields for 'LAND:' (Land auswählen), 'PLZ:' (PLZ), 'STADT:' (Stadt), 'STRASSE:' (Strasse), and 'NR.:' (Nr.).
- ADRESSZUSATZ:** Includes a field for 'Adresszusatz:'.
- 3 KONTAKTINFORMATIONEN:** Includes fields for 'TELEFON:' (Telefon) and 'MOBIL:' (Mobil).
- 4 SONSTIGES:** This section is highlighted with a yellow border and contains:
 - NEWSLETTER
 - ICH MÖCHTE EINE PKZ INSIDER CARD MIT ZAHLFUNKTION BEANTRAGEN **
- 5 IHR PASSWORT:** Includes fields for 'PASSWORT:' (Passwort) and 'PASSWORT BESTÄTIGEN:' (Passwort bestätigen).

At the bottom of the form, it states: 'Die mit * markierten Felder sind Pflichtfelder'.

12. REGISTRIERTER DOWNLOAD

Sie verknüpfen Ihr Content-Marketing mit Leadgenerierung? User:innen können ein Dokument nach einer Registrierung downloaden, fragen Sie dabei auch die E-Mail-Adresse und weitere Daten ab und spielen Sie z.B. eine zusätzliche Checkbox für die Newsletter-Registrierung aus.

Tipp: Wer den Download per E-Mail verschickt und nicht direkt nach Datenabgabe anzeigt, generiert i.d.R. bessere Adressen.

BRANCHEN REPORT: MARKETING ENGINEERING IM RETAIL

Branchen Report
Marketing Engineering im Retail

Auswählen

Bitte tragen Sie Ihre Kontaktdaten ein

Anrede
 Herr Frau

Vorname *
Vorname

Nachname *
Nachname

Geschäftliche E-Mail *
Geschäftliche E-Mail

Telefon *
Telefon

Ja, ich will die von mir ausgewählten Dokumente entsprechend den [Bedingungen zum Download](#) per E-Mail erhalten und bin mit der Kontaktaufnahme durch artegic zu den Themen des Dokuments einverstanden.*

Bitte kontaktieren Sie mich zwecks einer kostenlosen Benchmark-Analyse. [Meine Daten werden ausschließlich zum Zweck der Kontaktaufnahme für eine Benchmark-Analyse verwendet, es sei denn, Sie kontaktieren mich selbst.](#)

Ich bin damit einverstanden, dass ich regelmäßig den [persönlichen Newsletter](#) der artegic AG mit Tipps, Trends und Best Practices zu digitalem Marketing, sowie Informationen zum Unternehmen erhalte.

Hinweis: Ihre Daten werden nicht an Dritte weitergegeben. Die Einwilligung können Sie jederzeit durch Klick am Ende einer jeden E-Mail widerrufen. Wenn Sie keine elektronische Kontaktaufnahme wünschen, können Sie die ausgewählten Dokumente auch [postalisch anfordern](#).

* Pflichtfeld

ANFRAGE ABSENDEN

13. SHOP-CHECKOUT-PROZESS

Pflicht im E-Commerce: Platzieren Sie eine zusätzliche Checkbox zur Newsletter-Registrierung im Rahmen des Checkout-Prozesses Ihres Online Shops.

Tun Sie dies am besten auf der letzten Seite in Zusammenhang mit der Bestätigung des Kaufs / einer AGB, so dass die User:innen nur ein Feld weiter klicken muss.

Tipp: Wer die Newsletter-Registrierung an den Anfang des Checkout-Prozesses setzt, kann danach abgebrochene Transaktionen per E-Mail nachfassen.

Gesamtpreis:	CHF	15.25
Versandkostenanteil:	CHF	7.90
Rechnungssumme:	CHF	23.15

Hiermit bestätige ich, dass ich die [Allgemeinen Geschäftsbedingungen](#) der Ifolor AG gelesen und akzeptiert habe.

Ja, ich habe die [Datenschutzerklärung](#) gelesen und verstanden.

Newsletter abonnieren
Ich abonniere den ifolor Newsletter und profitiere von exklusiven Rabatten und Sonderangeboten. Meine Einwilligung kann ich jederzeit schriftlich oder direkt im Newsletter widerrufen.

Bestellen

14. WEITEREMPFEHLUNGSLINK NEWSLETTER

Stellen Sie am Ende des Newsletters doch einen Weiterempfehlungs-Link zur Verfügung, so dass Ihre User:innen einfach den Newsletter an Freund:innen weiterempfehlen können.

Gilt übrigens auch für die Kinder von Freunden und Familie: Einfach diese E-Mail weiterleiten – auch sie kriegen zur Offerte eine  Card mit dazu.

[Jetzt E-Mail weiterleiten](#)

15. E-MAIL-SIGNATUR

E-Mail ist im B2B-Kontext der wichtigste und meistgenutzte Kommunikationskanal. Beinahe jedes Unternehmen hat für seine Mitarbeitenden eine E-Mail-Signatur eingerichtet. Warum der Signatur neben den Kontaktinformationen nicht auch eine „Marketingzeile“ hinzufügen, wo der Newsletter oder (registrierte) Downloads beworben werden?

Mayoris AG

<http://www.mayoris.com> | support@mayoris.com

Suurstoffi 16 | CH-6343 Rotkreuz | +41 41 783 87 87

Abonnieren Sie den mayoris.com e.letter!
<http://www.mayoris.com/eletter>

Follow us on Twitter: <http://www.twitter.com/mayoris>
Become a Fan: <http://www.facebook.com/Mayoris.EmailMarketing>



The image shows a row of five logos, each enclosed in a hexagonal frame. From left to right: 1. Salesforce logo in a blue frame. 2. Apteco logo in a teal frame. 3. Campaign Monitor logo in a purple frame. 4. Artegitic logo in a green frame. 5. Selligent logo in a light blue frame.

16. WEBINAR

Ein ebenfalls beliebtes Format um Expertenwissen zu teilen, sind Webinare. Sind Sie als Speaker:in eingeladen, dann machen Sie die Audience auf Ihren Newsletter aufmerksam, auf der letzten Folie Ihrer Präsentation können Sie auch wieder die URL zu Ihrer Newsletter-Landingpage einblenden.

The graphic is a promotional card for a webinar. It is split into two main sections. The left section has a white background and contains the following text: 'WEBINAR' in blue, the title 'Daten & Interaktivität: So geht E-Mail 2021' in black, the date '2. Februar 2021', a short description of the content, and a blue button labeled 'Details & Anmeldung'. The right section has a dark purple background and features the 'Onemedia Lightning Summit' logo at the top, a circular portrait of Cyril Gross, the text 'Dynamic Emails mit mailX', and the time '11:00 - 11:30 Uhr | 2. Februar 2021'.

WEBINAR

**Daten & Interaktivität:
So geht E-Mail 2021**

2. Februar 2021

Cyrill Gross zeigt, wie E-Mail mit interaktiven Elementen und Echtzeitdaten von der statischen Klickmaschine zum dynamischen Performance-Kanal wird.

[Details & Anmeldung](#)

Onemedia
Lightning Summit

**Dynamic Emails
mit mailX**

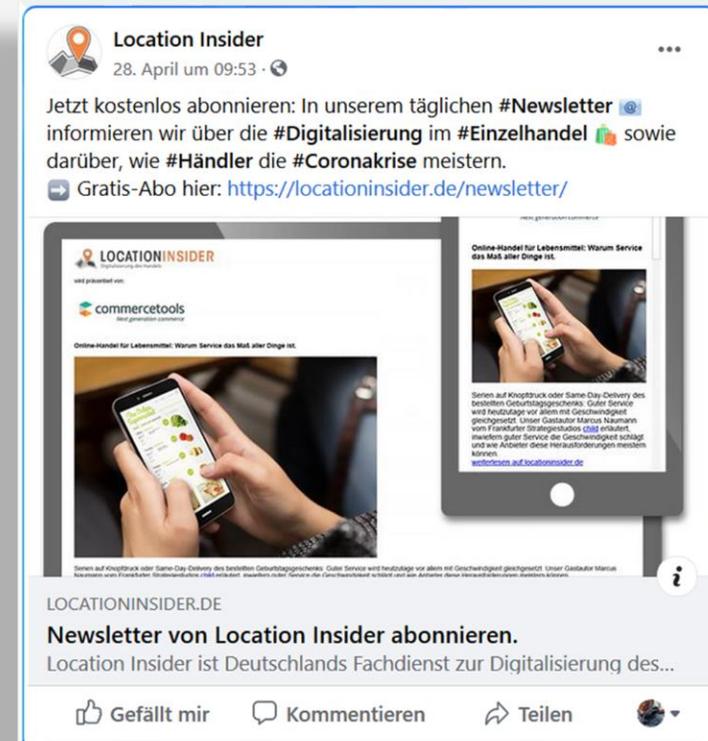
11:00 - 11:30 Uhr | 2. Februar 2021

17. FACEBOOK POSTINGS

Bewerben Sie mit Facebook Postings Ihren Newsletter und verlinken Sie direkt auf Ihre Landingpage, so dass sich die User:innen umgehend registrieren können.

Bewerben Sie Ihren Newsletter gerne in regelmässigen Abständen auf Facebook.

Tipp: Sie wissen es längst: Visueller Content wirkt. Warum also nicht bei Beschreibungen von Bildern und Videos, die Sie auf Facebook posten, auch einen Link Ihrer Landingpage hinzufügen?



18. ANMELDELINK IN INSTAGRAM PROFILBESCHREIBUNG

Den einzigen klickbaren Link, den Sie auf Instagram setzen können, ist der auf Ihrer Profilbeschreibung. Hier können Sie natürlich auch den Link zu Ihrer Newsletter-Landingpage hinterlegen. Falls Sie das nicht möchten, dann stellen Sie sicher, dass Sie auf der verlinkten Seite Ihren Newsletter auffallend bewerben.



19. INSTAGRAM STORIES / REELS

Die vergänglichen, 15-sekündigen Stories auf Instagram sind Fotos oder Videos, die im Gegensatz zu den Posts in einem gesonderten Bereich angezeigt werden. Generieren Sie Leads mit Instagram Stories, indem Sie darin Ihren Newsletter bewerben und in Ihren Stories verlinken. Dabei können Sie in Ihren Stories auch einfach einen Einblick in Ihren Newsletter, dessen Themen und Inhalte gewähren.

Genauso können Sie Ihr E-Mail-Marketing auch mit einem Instagram Reel bewerben. Instagram Reels können Sie im nur im Explore-Bereich von Instagram oder auch in Ihrem Feed veröffentlichen.

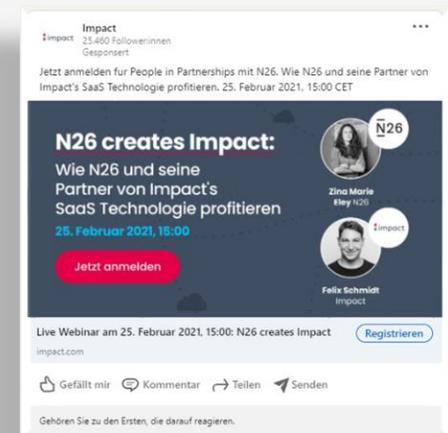
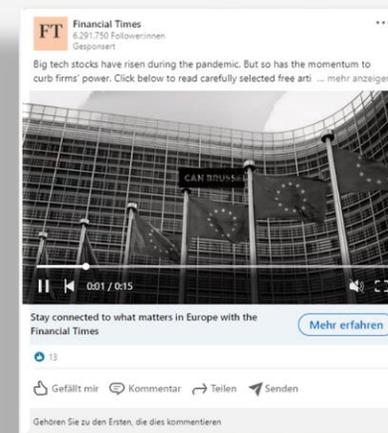
Tipp: Speichern Sie die Story mit Ihrer Newsletter-Promotion in Ihren Highlights ab.



20. LINKEDIN: ADS / LEAD GEN FORMS

Bei LinkedIn können Sie über den Kampagnenmanager selbst Ads schalten. Unter den Ads sind die folgenden Formate verfügbar:

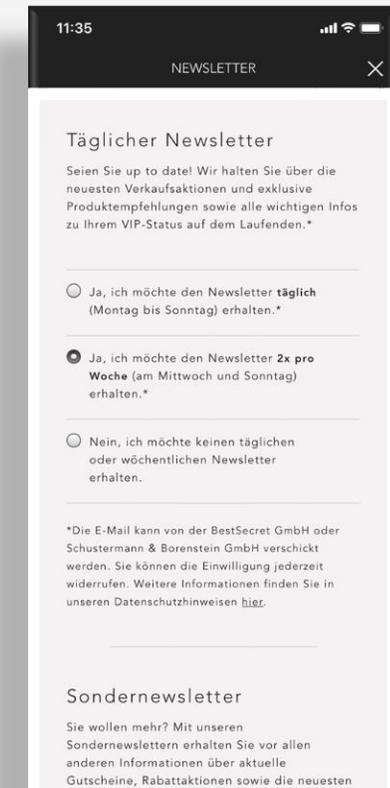
- Sponsored Content bzw. Sponsored Posts
- Text Ads Dynamic Ads



21. APPS

Auch innerhalb von Apps lassen sich Newsletter-Formulare einbinden.

Tipp: Koppeln Sie das Opt-In an eine Aktivierung der App oder die Freischaltung von Funktionen, wenn das möglich ist.



The screenshot shows a mobile app interface for a newsletter opt-in. At the top, the status bar shows the time 11:35, signal strength, Wi-Fi, and battery icons. Below the status bar, the title "NEWSLETTER" is centered, with a close button (X) on the right. The main content is titled "Täglicher Newsletter" and includes the following text: "Seien Sie up to date! Wir halten Sie über die neuesten Verkaufaktionen und exklusive Produktempfehlungen sowie alle wichtigen Infos zu Ihrem VIP-Status auf dem Laufenden.*". There are three radio button options: 1. "Ja, ich möchte den Newsletter **täglich** (Montag bis Sonntag) erhalten.*" (unselected). 2. "Ja, ich möchte den Newsletter **2x pro Woche** (am Mittwoch und Sonntag) erhalten.*" (selected). 3. "Nein, ich möchte keinen täglichen oder wöchentlichen Newsletter erhalten." (unselected). Below the options is a disclaimer: "*Die E-Mail kann von der BestSecret GmbH oder Schusterermann & Borenstein GmbH verschickt werden. Sie können die Einwilligung jederzeit widerrufen. Weitere Informationen finden Sie in unseren Datenschutzhinweisen [hier](#)." At the bottom, there is a section for "Sondernewsletter" with the text: "Sie wollen mehr? Mit unseren Sondernewslettern erhalten Sie vor allen anderen Informationen über aktuelle Gutscheine, Rabattaktionen sowie die neuesten".

22. GOOGLE ADS

Jede/r Marketer:in kennt Google Ads. Verlinken Sie bei der Bewerbung Ihres E-Mail-Marketings unbedingt auf Ihre Newsletter-Landingpage.

Tipp: Bei Google Ads können Sie auch Anzeigen mit einer Lead-Formularerweiterung schalten. User:innen öffnen dann nach Klick auf die Anzeige ein Formular und geben ohne Medienbruch Ihre Daten, z.B. zur Newsletter-Registrierung ein.

Anzeige · www.pkz.ch/ ▾

[Jetzt für Newsletter anmelden | PKZ für Men & Women](#)

Jetzt über 15'000 Styles von internationalen Designer-Brands und Kult-Labels entdecken. Die schönsten Outfits der neuen Saison. Jetzt von kostenfreier Lieferung profitieren. Über 170 Modemarken. 35 Standorte in der CH. Kostenloser Versand. Rückgabe in Filialen.

Anzeige · www.amavita.ch/ ▾

[Amavita Newsletter Abonnieren · Gratis Versand Ab CHF 30](#)

Amavita Newsletter. Kosmetik, Parfum, Medikamente Und Mehr In Der Schweiz Bestellen. Profitieren Sie Von Einem Umfassenden Sortiment: Für Ihre Gesundheit Und Ihre Schönheit. HIV Selbsttests. Make Up Entferner. Schwangerschaftstests. Babyzubehör. Anti-Age Pflege.

23. KUND:INNEN-GESPRÄCHE FACE -TO-FACE

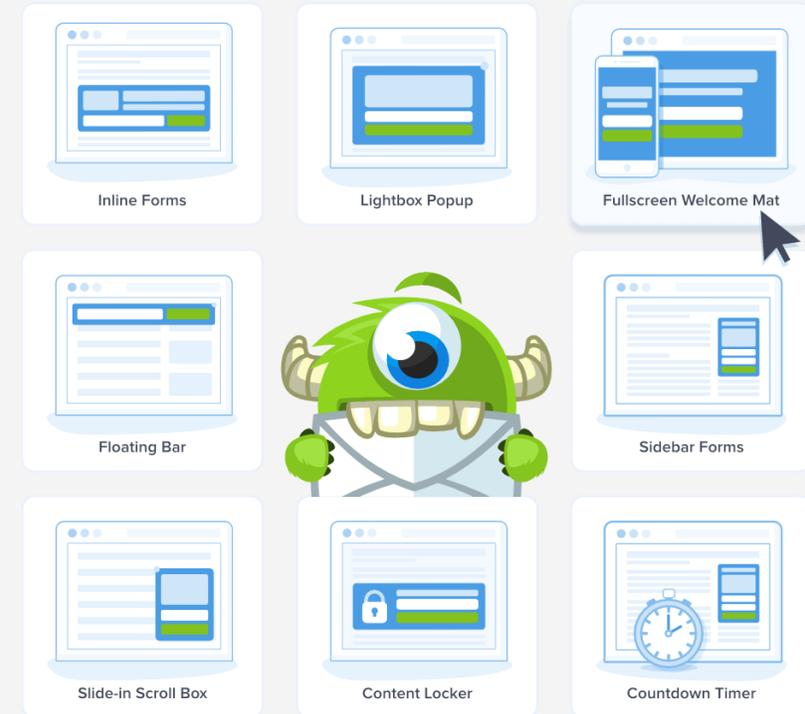
Was für Telefongespräche gilt, gilt auch für persönliche Gespräche von Angesicht zu Angesicht. Fragen Sie nach einem Opt-In und lassen Sie dieses direkt vom Gesprächspartner:in, z.B. per Tablet, eintragen. Im Nachgang senden Sie eine Einladung mit Link auf die Registrierungsseite persönlich per E-Mail.



BONUS - GENERIERUNG VON E-MAIL ADRESSEN – Z.B. MIT OPTINMONSTER

OptinMonster: Sofort den E-Mail Verteiler vergrößern, mehr Leads generieren und den Umsatz steigern mittels Angeboten und Lead Capture Forms z.B. in Form von personalisierten Pop-ups auf der Webseite

- Wie geht das?
 - Schritt 1: anhand verschiedener Templates das Angebot- bzw. Formular-Design erstellen
 - Schritt 2: Zielgruppe definieren und Angebot mit «Behavior Automation» personalisieren: z.B. wie lange ist der Nutzer auf einer Seite, was hat er sonst auf der Webseite gemacht, u.v.m
 - Schritt 3: in Echtzeit die Kampagnen testen und optimieren
- Features:
 - Einfache und ansprechende Designs, wählen Sie aus über 75 Templates aus und passen Sie diese Ihren Wünschen an
 - A/B-Testing: welches Design und welcher Inhalt besser performt
 - Dashboard: vergleichen Sie die Kampagnen, lernen Sie was besser funktioniert, wo es besser funktioniert und optimieren Sie
 - Personalisierung: individualisieren Sie die Kampagnen auf Basis des Verhaltens Ihrer Website-Besucher um Conversions zu optimieren



[Zu OptinMonster](#)

LUST AUF MEHR?

ANSPRECHPARTNER



Urs Thüring

CEO | Partner

urs.thuering@mayoris.com
+41 41 783 87 19



Mirco Kleiner

Beratung & Projektleitung

mirco.kleiner@mayoris.com
+41 41 783 87 17

UNSERE STANDORTE



Büro Zürich

Schipfe 32
8001 Zürich
Schweiz



Büro Rotkreuz

Suurstoffi 16
6343 Rotkreuz
Schweiz



mayoris