

E-Mail Marketing – Einfach. Effektiv. Zeitsparend.

Modul 6: Deine E-Mail Checkliste

Aktionsschritte

1. **Erstelle deine Begrüßungsmailsequenz** und entscheide dich, ob du,
 - (a) sie in einem bezahlten Autoresponder automatisierst oder
 - (b) per Hand mit Vorlagen versendest
2. **Gehe vor dem Senden jeder Mail die E-Mail Checkliste durch**, um deine Mail zu Optimieren.

Die E-Mail Checkliste:

1. **Wisse glasklar dein Ziel jeder Mail!**

Ziel: _____

Ist es **klar**? Ist es ein **eindeutiges Angebot**?

2. **Kurzer nutzenorientierter Betreff**

„Würde ich diese Mail öffnen, wenn ich sie als Newsletter im überfüllten Postfach hätte?“

3. **Folgt die E-Mail komplett dem**, wie sie durch deine **Betreffzeile** eröffnet wird?

4. **Blitz-Eröffnung der Mail:**

Zieht der Beginn den Leser in die Mail mit *schnellem, fesselndem, starkem Interesse*?
Beginnt die Mail mit einem „Bang“?

5. **WERT und NUTZEN vs. Merkmale**

Gebe ich dem Interessenten mit der e-Mail einen Wert/Nutzen, der das *Leben positiv verändern* kann? Sind der Betreff und der Mailtext als Nutzen formuliert oder bleibe ich im Aufzählen von Merkmalen stecken?

6. **Ist ein starker Call-to-Action enthalten?**

Ist er klar und eindeutig oder gebe ich nur unklare, verschwommene Andeutungen?
Führe ich 3x mit unterschiedlichen psychologischen/emotionalen Perspektiven zu dem gleichen Link hin? Wiederhole ich meine Kernbotschaft 3x?

7. **Habe ich eine Deadline** oder einen anderen logischen Grund, **sofort zu handeln?** (Verknappung). Können Leser es lesen und beiseite legen, um es später zu beantworten oder *müssen* sie sofort handeln?

Werden *Fragen / Einwände* behandelt? (Dialog mit Interessent)

8. **Ist es vom Standpunkt des Lesers aus geschrieben**, was er bekommen wird?
Weiß der Leser, wie sich sein Leben verbessern wird? Schreibst du darüber, was deinem Leser am wichtigsten ist?
9. **Hast du ein kreatives PS**, mit dem du die Mail zusammenfasst und den CTA bringst?
10. **Open Loop:**
Machst du schon *neugierig* auf weitere Informationen/ Werte in den folgenden Mails, *ohne bereits zu viel zu verraten*? (Zum Beispiel im P.S.)
11. **Glaubwürdigkeit, Beweise, Vertrauensaufbau**
(Testimonials, spezifische Details, Garantie) Kann der Interessent es lesen und trotzdem skeptisch bleiben?
12. **Hast du eine interessante Geschichte erzählt?**
13. Hast du deine Leser mit „**Ja**“-**Momentum** vorwärts durch die Mail geführt?
14. **Schmerztrigger – Realität enthüllen**
Hast du sie daran erinnert, was passiert, wenn sie nicht in die Aktion gehen?
15. **Einheitliche Redeform** (du/Sie)?
Schreibe ich persönlich in der direkten Anrede (du/Sie) und *stelle mir beim Schreiben den Kundenavatar vor*? Lies die Mail noch einmal aus der Perspektive des Kundenavatars!
16. Ist die Mail auf der **gleichen Wellenlänge und der Verständnisebene** mit dem Leser geschrieben?
17. Hast du **neugierig** gemacht?
18. **Ist die Mail visuell attraktiv und einladend? Einfach zu lesen?**
 - kurze Sätze und Wörter
 - einfach lesbar?
 - kurze Absätze
 - Stichpunkte (Bullets)
 - Unterüberschriften, andere visuelle Hilfen
19. **Hat die Mail die richtige Länge?** Ist sie unterhaltsam? Oder langweilig?
20. **Rechtschreibung:**
Sind eventuell Wörter ausgelassen oder Buchstaben verdreht? !!!
21. **Prüfe Datums- und Ortsangaben** (falls vorhanden)
 - Sind sie korrekt? Sind sie gut sichtbar?
 - Ist auch der Wochentag angegeben?
20. **Hast du Spamwörter vermieden?**