

Deine E-Mail-Checkliste

Gehe vor dem Senden jeder Mail die E-Mail-Checkliste durch, um die Effektivität deiner Versendungen zu Optimieren.

1. ZIEL DER MAIL

Was ist das Ziel der 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 nenne ich Merkmale?

6. Ist ein starker Call-to-Action enthalten? (CTA/Aufforderung zur Handlung)

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?

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 / Offene Schleife:

Machst du schon **neugierig** auf weitere Informationen / Werte in den folgenden Mails, **ohne bereits zu viel zu verraten**?

Deine E-Mail-Checkliste

- 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
 - 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?**