

SECHS HÄUFIGE FEHLER, DIE IHR FEIERTAGSMARKETING BEEINTRÄCHTIGEN

Fest- und Feiertage sind eine ganz besondere Zeit. Für Digital Marketer könnte man das auch passender formulieren, und zwar so: Fest- und Feiertage sind eine ganz besonders betriebsame Zeit. Bevor die vorweihnachtliche Non-Stop-Arbeitsphase für Sie und Ihre Digital Marketing-Kolleginnen und Kollegen beginnt, gibt Ihnen das Cheat Sheet der Deliverability-Experten von Selligent einen Kurzüberblick, wie Sie in dieser Zeit die häufigsten Stolperfallen im E-Mail-Marketing umgehen.



Fehler #1 **Größere Veränderungen**

Vermeiden Sie alle Veränderungen, die sich einen oder zwei Monate vor der Feiertagszeit auf Ihre Sendefunktion auswirken würden. Zum Beispiel könnte der Wechsel des Internet Service Providers (ISP) oder der Mail-Domäne die Sendereputation Ihrer Marke beschädigen. Im schlimmsten Fall verlieren Sie mit der Lösung dieser Probleme wertvolle Zeit, die Ihre Marketer für die Entwicklung von Feiertagskampagnen und zur Optimierung der Zustellbarkeit hätten nutzen können.



Fehler #2 **Kein Doppel-Check Ihrer Sendefunktion**

Idealerweise ist Ihre E-Mail-Sendefunktion absolut zuverlässig und sicher. Doch wir befinden uns im realen Leben und Fehler passieren – sie können sich aus neuen Kampagnen, Plattformen oder durch Systemaktualisierungen einschleichen.

Unterziehen Sie deshalb Ihre Infrastruktur einem schnellen Tune-up, bevor Probleme zu echten Notfällen werden. Ihr Selligent Support Services-Team hilft Ihnen gern bei der Identifizierung und Behebung von Fehlern, die im Laufe der Zeit entstanden sind. Wenn sie kein Kunde sind, finden Sie dazu Best Practices in unserem E-Book zur E-Mail-Deliverability.¹



Heißer Tipp: Während der Feiertage dauert es länger, bis Probleme mit der E-Mail-Versandreputation gelöst sind. Denn die Postmaster-Teams bei den Mailbox-Providern erhalten mehr Anfragen als sonst und sind daher an diesen Tagen oft unterbesetzt. Die Reaktionszeiten sind länger und Ihre Probleme werden womöglich erst nach den Feiertagen gelöst.



Fehler #3 **Verwendung nicht aktueller Zielgruppenlisten**

Hier sind unsere Top-3-Tipps, um Listen so sauber und aktuell wie möglich zu halten:

- Verwenden Sie keine Drittanbieterlisten.
- Vertagen Sie Ihre Kunden-Reaktivierungskampagnen auf die Zeit nach den Feiertagen.
- Sprechen Sie nur Ihre aktivsten Kontakte an.



Heißer Tipp: Suchen Sie nicht ausgerechnet in dieser Jahreszeit den Kontakt zu inaktiven oder ruhenden Kontakten. Legen Sie die Priorität auf Ihre aktivsten Kontakte, die in den letzten 6 bis 9 Monaten auf Ihre E-Mails reagiert haben (also diese geöffnet und angeklickt haben).



Fehler #4 Unreflektierter E-Mail-Versand

Steigern Sie nicht von jetzt auf gleich die Zahl der E-Mails pro Kunde.

Konsistenz ist der Schlüssel. Jeder Nutzer erhält in dieser Jahreszeit Tonnen von E-Mails, deshalb ist die Wahrscheinlichkeit höher, dass Ihre E-Mails als Spam gekennzeichnet werden. Optimieren und personalisieren Sie daher die Inhalte, die Sie bisher ausgesendet haben. Kombinieren Sie Angebote oder Produkte in einer einzigen klaren und hilfreichen E-Mail, anstatt mehrere verschiedene Nachrichten zu verfassen.

Wenn Sie sich dafür entscheiden, mehr E-Mails zu versenden als üblich, achten Sie auf Ihre Kampagnenergebnisse und ungewöhnliche Performance-Einbrüche oder Beschwerden. Reflektieren und adaptieren Sie dann sobald wie möglich Ihre Strategie.

Schicken Sie nicht zu viele E-Mails pro Tag auf einmal raus.

Vermeiden Sie große Schwankungen in der Zahl von E-Mails, die Sie pro Tag versenden. Mailbox-Provider könnten dies als verdächtiges Verhalten kennzeichnen und ihre Nachrichten auch in den Spam-Ordner verschieben. Steigern Sie Ihren Traffic stattdessen langsam in den Monaten vor den Feiertagen. Selligent Kunden können sich jederzeit an ihr Support Team wenden.



Herausforderungen: Ein gesteigertes E-Mail-Volumen bedeutet in der Regel, dass mehr E-Mails nicht geöffnet werden, was für einen Mailbox-Provider auf unerwünschte Mails hindeutet. Ihre Senderreputation könnte infolgedessen schlechter werden und Ihre E-Mails werden womöglich in den Spam-Ordner umgeleitet oder geblockt. Aus diesem Grund ist es auch nicht empfehlenswert, Botschaften an Kontakte zu versenden, die normalerweise nicht für Ihre Kampagnen berücksichtigt werden (vgl. Fehler #3).



Fehler #5 Missverständliche Betreffzeilen

Achten Sie auf relevante und persönlich formulierte Inhalte.

Als gute Faustregel gilt: Stimmen Sie Ihren E-Mail-Text auf die Kundenerwartungen ab. Betreffzeilen sollten klar und kurz sein, vermeiden Sie Clickbaits oder irreführende Botschaften. Der E-Mail-Text sollte Ihr Versprechen widerspiegeln, damit Sie glaubwürdig für Ihre Leser bleiben.



Heißer Tipp: Motivieren Sie Nutzer zum Anklicken Ihrer E-Mail-Links. In-E-Mail-Klicks übermitteln positive Botschaften an den Mailbox-Provider, die Ihre Senderreputation und die Platzierung im Posteingang verbessern.



Fehler #6 Neue Templates ohne Tests

Erkennen Nutzer Ihre E-Mails nicht sofort, markieren Sie diese möglicherweise als Spam oder Ihr Mailbox-Provider kennzeichnet diesen Traffic womöglich sogar als „neu“ und erhöht das Filterniveau für Ihre IP-Adresse, die Domain oder für Ihre Kampagnen im Allgemeinen. Vermeiden Sie daher größere Template-Veränderungen kurz vor oder während wichtiger Verkaufsphasen, sondern bereiten Sie Ihre Kontakte mit ausreichend Vorlauf auf neue Templates vor - und überprüfen Sie diese immer durch AB-Tests.