



11 TODSÜNDEN DES eMAIL-MARKETINGS

- 1 Sie schicken jemandem ein Massen-eMail, der Sie nicht kennt.
- 2 Sie hängen an das Massen-eMail ein lade-intensives attachment.
- 3 Das eMail strotzt vor Werbung und enthält für den Leser keinerlei Nutzen.
- 4 Sie schicken wiederholt ein eMail ohne dem Empfänger die Möglichkeit zu geben, sich unkompliziert vom Verteiler abzumelden.
- 5 Sie schicken ausschließlich die HTML-Version und keine alternative plain-text-Version.
- 6 Sie versäumen es, den Dialog (z.B. mit Ihrer web site) durch hyperlinks komfortabel zu gestalten.
- 7 Sie schicken ein speziell thematisiertes eMail an alle vorhandenen Adressaten und vergeben sich damit die Chance der persönlichen Ansprache.
- 8 Sie schicken ein ganz raffiniert programmiertes eMail, das praktisch kaum jemand öffnen kann.
- 9 Sie schicken Tausende von eMails mit einer eMail-Software, die nicht über >automated bounce handling< verfügt und müssen dann die Problemfälle "per Hand" sortieren.
- 10 Das eMail hat eine interessante Gestaltung ohne Berücksichtigung des Corporate Designs Ihres Unternehmens.
- 11 Sie starten eine eMail-Kampagne zu einem wichtigen Termin, ohne einen Testlauf mit den verbreitetsten eMail-Programmen durchgeführt zu haben.