



namics E-Mail Marketing-Event

Ihr Weg zum professionellen E-Mail Marketing

Zürich, 1. Juni 2006

Jörg Brunschwiler, Consultant

Inhalte

» Einführung eines E-Mail Marketing-Tools

- Das ideale Vorgehen
- Was gilt es zu beachten?
- Wo liegen die Stolpersteine?

» Modelle

- ASP-Modell
- Lizenzmodell

» Cases (ebenfalls im Anhang)

- Advanced Personalisierung
- Versand-Optimierung
- Automatisierte Prozesse
- Template-Flexibilität

Einordnung

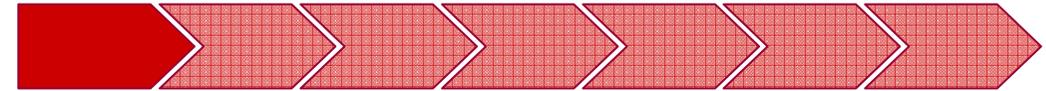


Einführung in 7 Schritten - [0] Übersicht

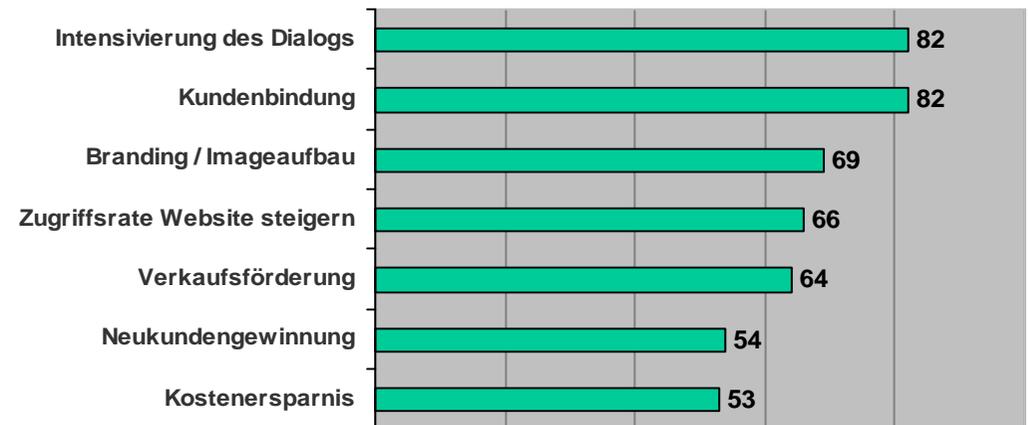


- » [1] Workshop Anforderungen
- » [2] Wahl des Tools / Modelle
- » [3] Setup Tool
- » [4] Konfiguration Workflows und Statistiken
- » [5] Newsletter-Design
- » [6] Template-Erstellung und Website-Integration
- » [7] Schulung / Testing / Going Live

Einführung - [1] Workshop Anforderungen

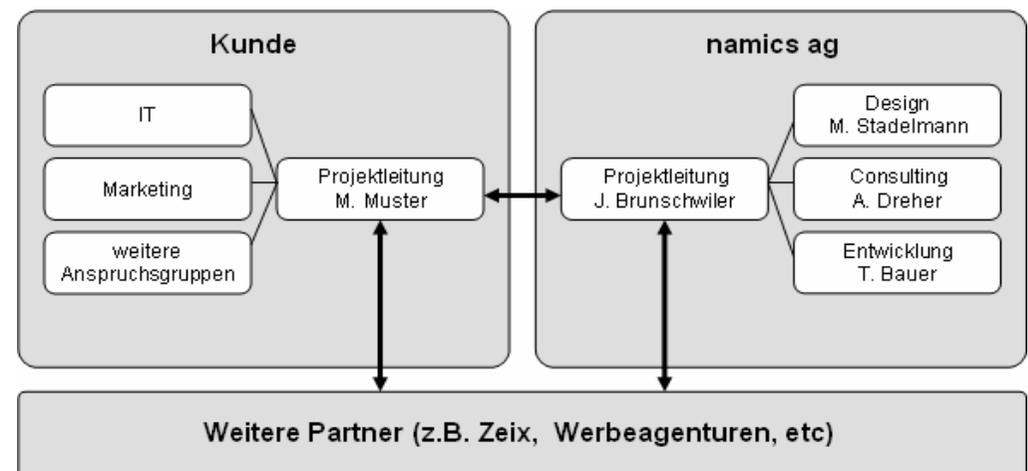


- » Zielformulierung
 - Wer ist meine Zielgruppe?
 - Was möchte ich erreichen? (qualitativ / quantitativ)
 - Welche Inhalte möchte ich kommunizieren?
 - Welche Aktionsmöglichkeiten möchte ich anbieten?

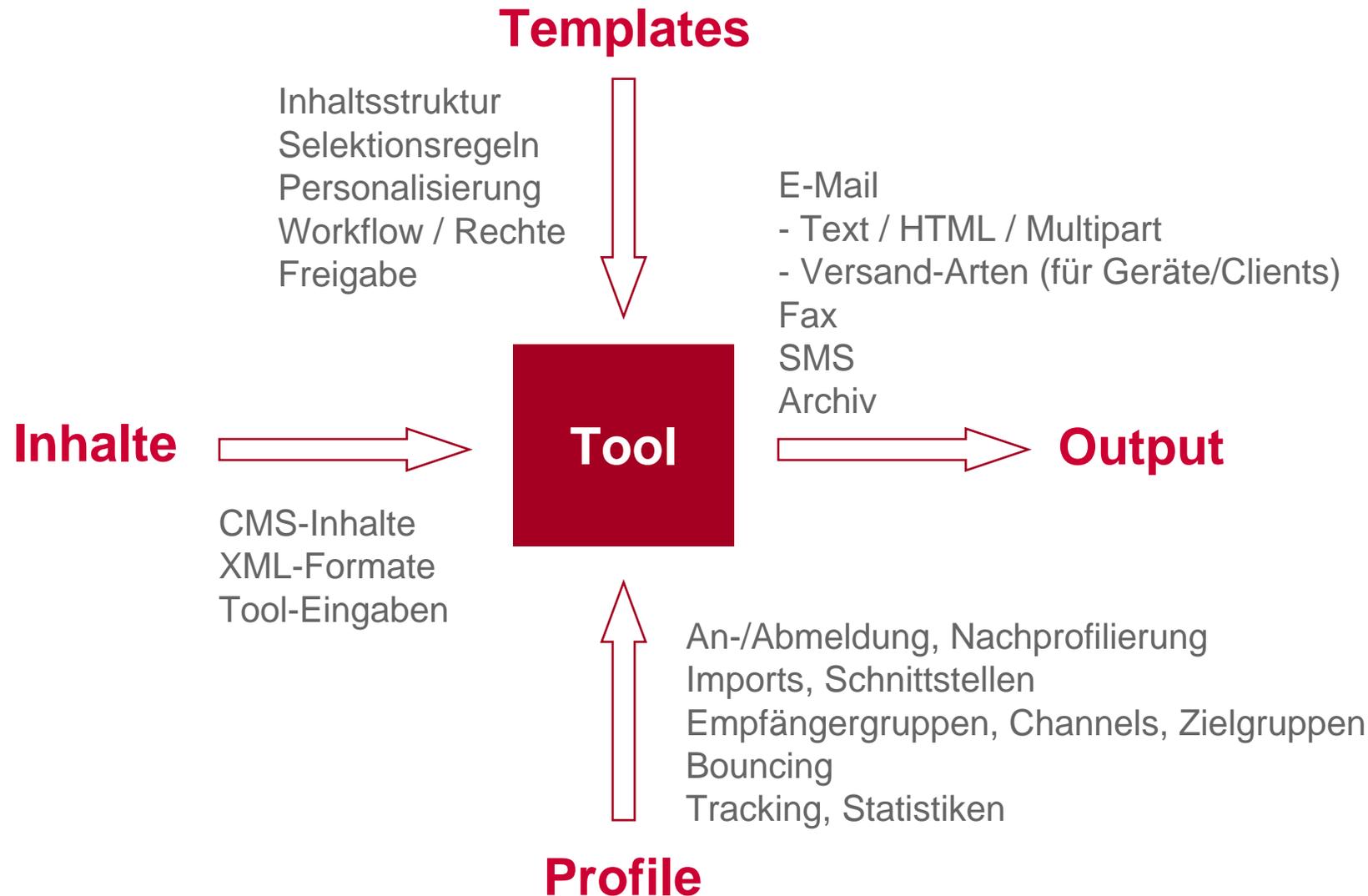


Quelle: eCircle ag

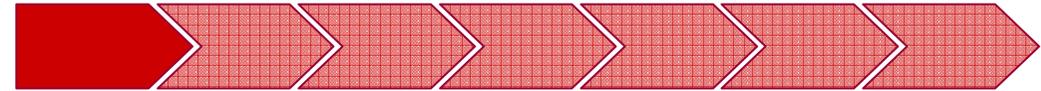
- » Projektteam
 - Involvierte Parteien
 - Projektleitung



Einführung - [1] Workshop Anforderungen



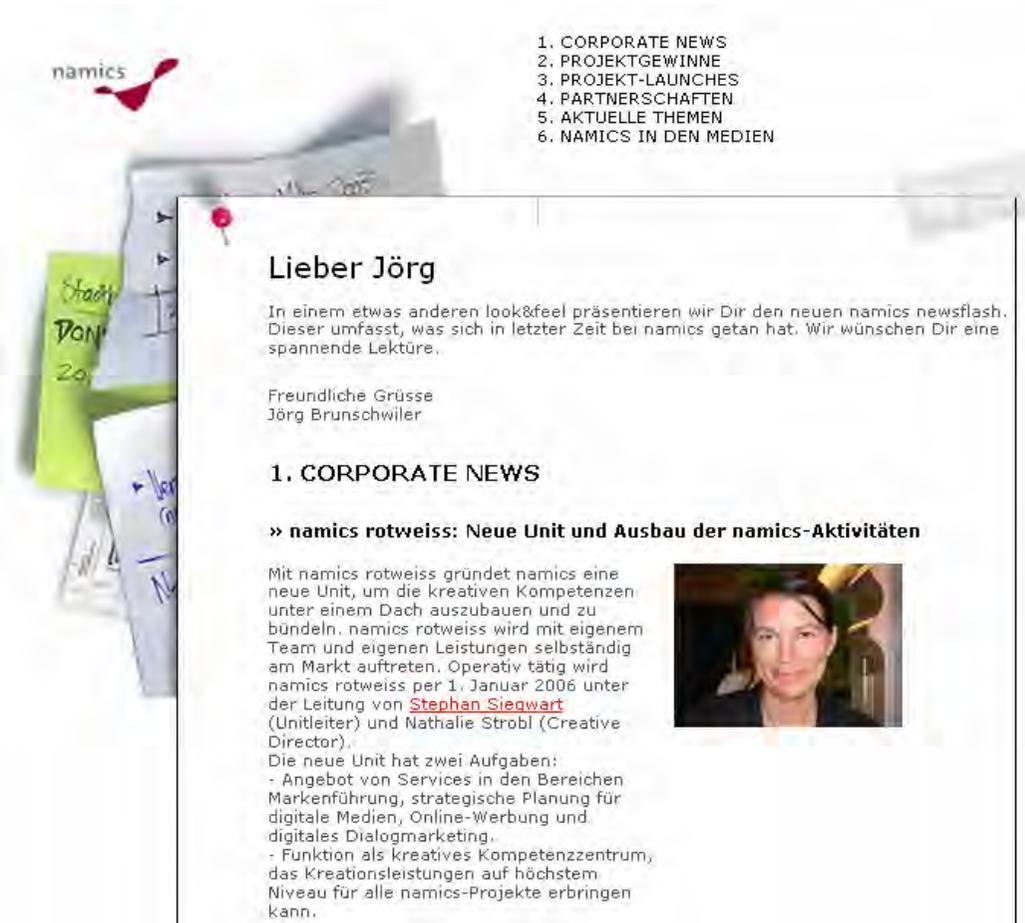
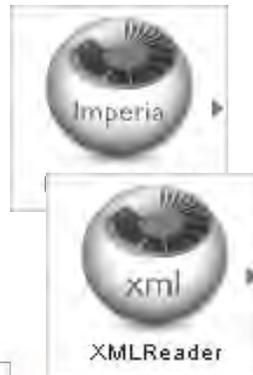
Einführung - [1] Workshop Anforderungen



Inhalte

» Wo kommen die Inhalte her?

- CMS-Inhalte
- XML-Formate
- Tool-Eingaben





Einführung - [1] Workshop Anforderungen



Templates

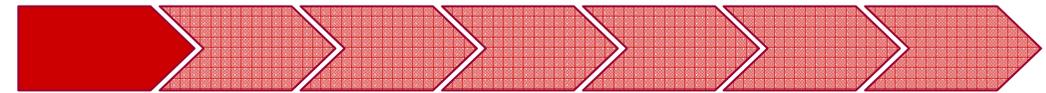
- » Inhaltsstruktur
 - An-/Abmeldung, Nachprofilierung
 - Weiter-Empfehlung, Archiv
 - Navigation

- » Selektionsregeln
 - „Produkt des Monats“ aus Shop

- » Personalisierung / Individualisierung
 - Anrede und Begrüssungstext
 - Inhalte nach Interessensgebieten
 - Inhalte nach Klickverhalten

- » Workflow / Rechte
 - Redakteur → Chefred.

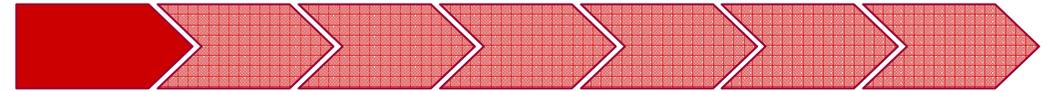
- » Freigabe
 - Vorschau- und Testmails



Quelle in Anlehnung an mediaanalyzer.com

Einführung - [1] Workshop Anforderungen

Profile



- » An-/Abmeldung, Nachprofilierung
 - Website Menüpunkt Newsletter
 - nur von Newsletter, auch über Webseite
 - Verbindung mit Aktionen und Wettbewerben

- » Imports, Schnittstellen
 - Übernahme Grundstock an Abonnenten
 - Einkauf von Adressen
 - Koppelung mit CRM-Tool, Prozesse

- » Empfängergruppen, Channels, Zielgruppen
 - verschiedene Newsletter, indiv. Bereiche
 - Aktionsmailings (demographisch, Verhalten)

Impressum

[Weitere Coop Newsletter](#)

Fragen, Anregungen, Lob, Kritik? wineshop@coop.ch

Profil anpassen
Newsletter abmelden

Weiter erzählen

Kennen Sie jemanden, der sich auch über diesen Newsletter freuen würde?

newsletter weiterleiten

Abonnentenfilter

Neu Up-Down

Treffer	Bezeichner	Optionen	CSV
0	Damen ZH&Ostschweiz	Bearbeiten Löschen Anzeigen	

Datenhaltung: MMDB Name: Damen ZH&Ostschweiz Treffer: 0

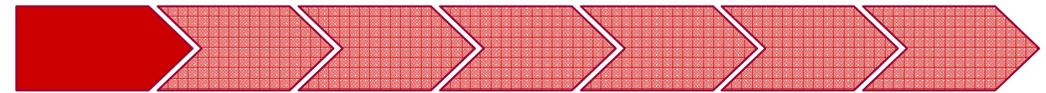
Gender hat den Wert F ⊖ ⊕

and Zip code ist grösser 8000 ⊖ ⊕

ANZEIGEN **SPEICHERN**

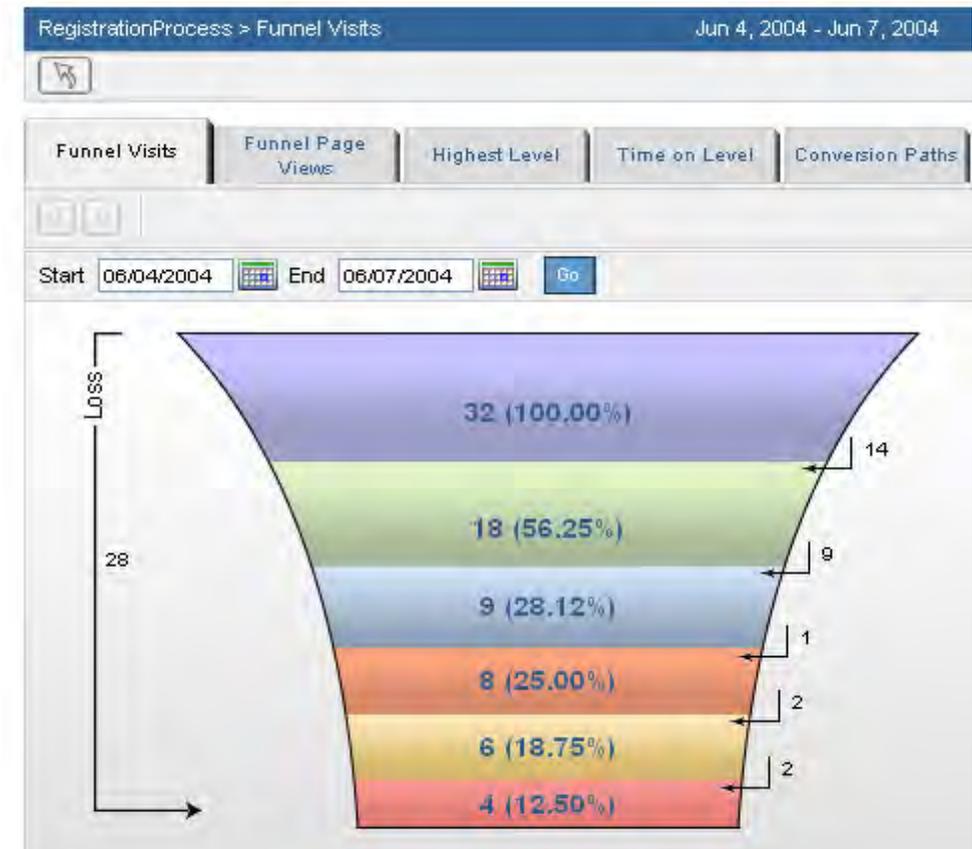
Einführung - [1] Workshop Anforderungen

Profile



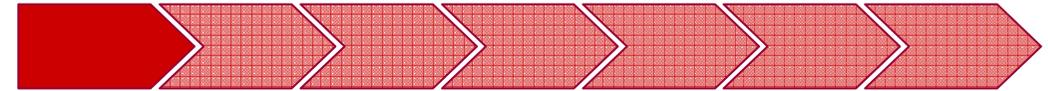
- » Bouncing
 - manuelle Nachbearbeitung, automatisierte Prozesse
 - spezielle Reaktion auf Soft-Bounces (bei hoher Frequenz)

- » Tracking, Statistiken
 - Öffnungs- und Klickrate / Auswirkungen Shop
 - Erfolgsmessung nach KPI
 - Einsatz eines (clientseitigen) Webtracking-Tools
 - Aufarbeitung Reports



Quelle: Screenshot aus Hitbox (HBX), WebSideStory

Einführung - [1] Workshop Anforderungen

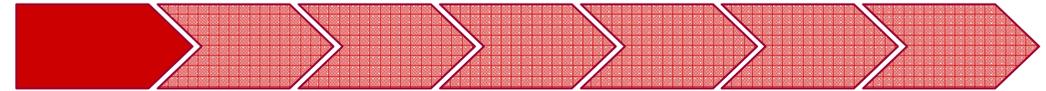


Output

- » E-Mail Format
 - Text
 - HTML, Link für „korrektes Anzeigen“
 - Multipart
- » E-Mail Versand-Arten
 - Client-Kompatibilität
 - Inhalte von Webserver / Inline-Bilder
 - Anti-Spam-Massnahmen
- » Fax
 - Versand als PDF an Gateway-Provider
- » SMS
 - Zusammenarbeit mit Gateway-Provider
- » Archiv



Einführung - [1] Workshop Anforderungen



- » Teilnehmer
 - alle beteiligten Bereiche
 - Marketing
 - IT
 - Internet-Verantwortliche
 - Inhaltsredakteure

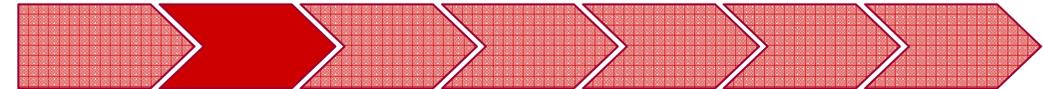
- » Dauer
 - ½ Tag / 1 Tag

- » Moderation
 - methodisch
 - inhaltlich

- » Zusammenfassung
 - Resultate
 - Definitionen



Einführung - [2] Wahl des Tools / Modelle



» Komponenten bestehender SW

- Newsletter-Module
- Statistik-Software
- spezifische Programmierung

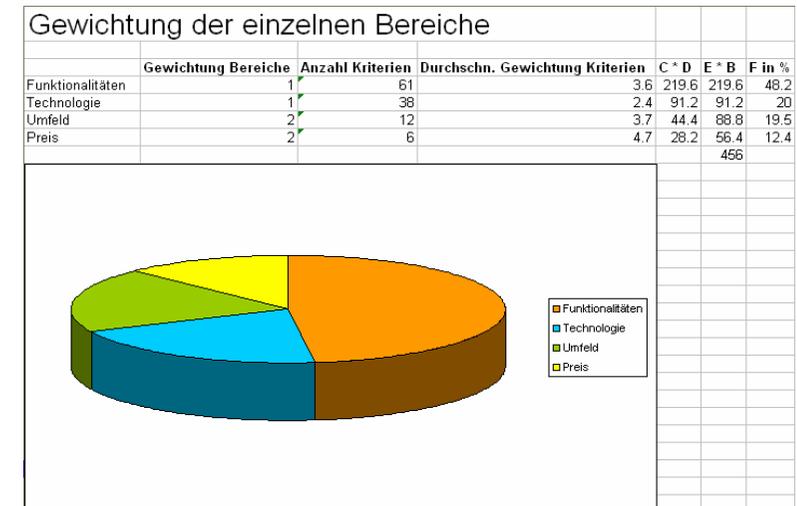
» Know-how namics

- Empfehlung

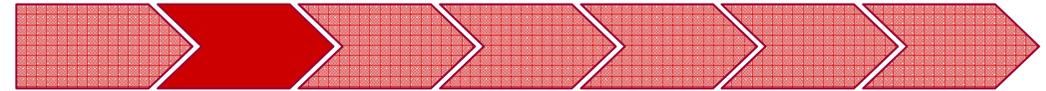
» Evaluation

- Erstellung eines angepassten, gewichteten Kriterienkataloges
- Durchführung Evaluation
- Empfehlung

1.5	Versandoptionen			58	66	52	60
	Empfänger können frei gewählt werden	3	j	6	j	6	6
	Automatische Formatoptimierung: HTML-, PDF- und/oder Text-Email, SMS, MMS, Screensaver oder Newsticker	3	n	0	j	6	n
	Freie Wahl der Absenderadresse	3	j	6	j	6	j
	Zeitgesteuerter, automatisierter Versand	5	j	10	j	10	j
	Inline Images (Offline-HTML)	3	j	6	j	6	0
	Anhängen beliebiger Dateianhänge	4	j	10	j	10	j
	Verschlüsselung Daten	2	n	0	t	2	n
	Vorschau	5	j	10	j	10	j
	Testversand	5	j	10	j	10	j
1.6	Newsletterformate			26	26	33	31
	Text (ASCII)	4	j	10	j	10	j
	HTML	4	j	10	j	10	j
	Multipart	3	j	6	t	3	j
	Bereitstellung RSS-Newsfeeds	2	n	0	n	0	t
	SMS / MMS	3	n	0	t	3	t
1.7	Automatisches Bouncing Handling			24	21	19	24
	Harte Rückläufe	3	j	6	j	6	j
	Weiche Rückläufe	3	j	6	j	6	j
	Selbstlernende Rückläuferverarbeitung	3	j	6	t	3	n
	Individuelles Customizing der Einstellung	3	j	6	j	6	j
1.8	Adressverwaltung			42	26	37	42
	Dynamische Segmentierung der Empfänger nach def. Eigenschaften	3	j	6	t	3	j
	Klassifizierung nach Klick- und Öffnungsverhalten	3	j	6	t	3	j
	Automatische Aktualisierung der DB	5	j	10	t	5	j
	Dublettenentfernung	5	j	10	j	10	j
	Import / Export	5	j	10	j	10	j
1.9	Statistiken			50	50	50	50
	Response, Klickrate	5	j	10	j	10	j
	Öffnungsrate	5	j	10	j	10	j
	Klickrate (Links)	4	j	10	j	10	j
	Änderungen am Abonnentenstamm	5	j	10	j	10	j
	Grafische Darstellung	5	j	10	j	10	j
1.10	Spam-Massnahmen			10	10	20	20
	Robinson-Liste (Blacklist)	5	j	10	j	10	j
	Whitelist an grosse Provider (Verh. False Positives)	5	n	0	n	0	j
1.11	Archiv			16	16	10	13
	Archivierung der Newsletter	6	j	10	j	10	j
	Suche im Archiv	3	j	6	j	6	t



Einführung - [2] Wahl des Tools / Modelle



» Modelle Melin bei namics:

– ASP-Modell *

~~Miete der Lösung~~

+ Gesamtkosten leicht kalkulierbar

+ schnelle Einsatzbereitschaft

– kein Vollzugriff

Lizenzmodell **

~~Kauf Tool / eigene Infrastruktur~~

+ Komplette Datenhoheit

+ Integrationsfähigkeit DB

– höhere Initial- & Wartungskosten

» * ASP-Modell:

Als Application Service Provider implementiert und verwaltet namics das E-Mail Marketing-Tool und stellt es dem Kunden zur Verfügung. Sämtliche Komponenten dieser Anwendung werden vom Kunden nicht angekauft sondern angemietet. Die Mietgebühr enthält sowohl die Lizenzkosten, Gebühren für Rechner- und Netzwerkkapazitäten als auch den Wartungsaufwand.

Somit müssen durch den Kunden keine hohen Initial-Investitionen geleistet werden. Zudem sind die Gesamtkosten leicht kalkulierbar, da keine weiteren Kosten anfallen, um welche sich der Kunde kümmern muss.

» ** Lizenzmodell:

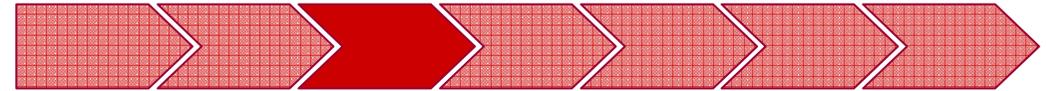
Beim Lizenzmodell kauft der Kunde die Lizenz für das E-Mail Marketing-Tool selbst ein. Ebenfalls muss auf einem Server, welcher der Kunde zur Verfügung stellt (oder externer Hosting-Anbieter), die Software installiert und komplett konfiguriert werden.

Dies bedeutet für den Kunden höhere Initialkosten, welche sich bei einem Mandanten selbst über die Jahre nicht „rechnen“. Jedoch ist die Abhängigkeit von einem Dienstleister für den Kunden niedriger.

» *** Mandant

Ein Mandant ist ein eigenständiger „Kunde“, der in einem Softwaresystem eingerichtet werden kann. Der Mandant stellt eine datentechnisch und organisatorisch abgeschlossene Einheit im System dar.

Einführung - [3] Setup Tool



- » Lizenz-Modell
 - Beratung Server-Infrastruktur (HW / SW)
 - Organisation Remote-Zugriffe
 - Installation E-Mail Marketing-Tool
 - Einrichtung User und Rollen
 - Rechtevergabe

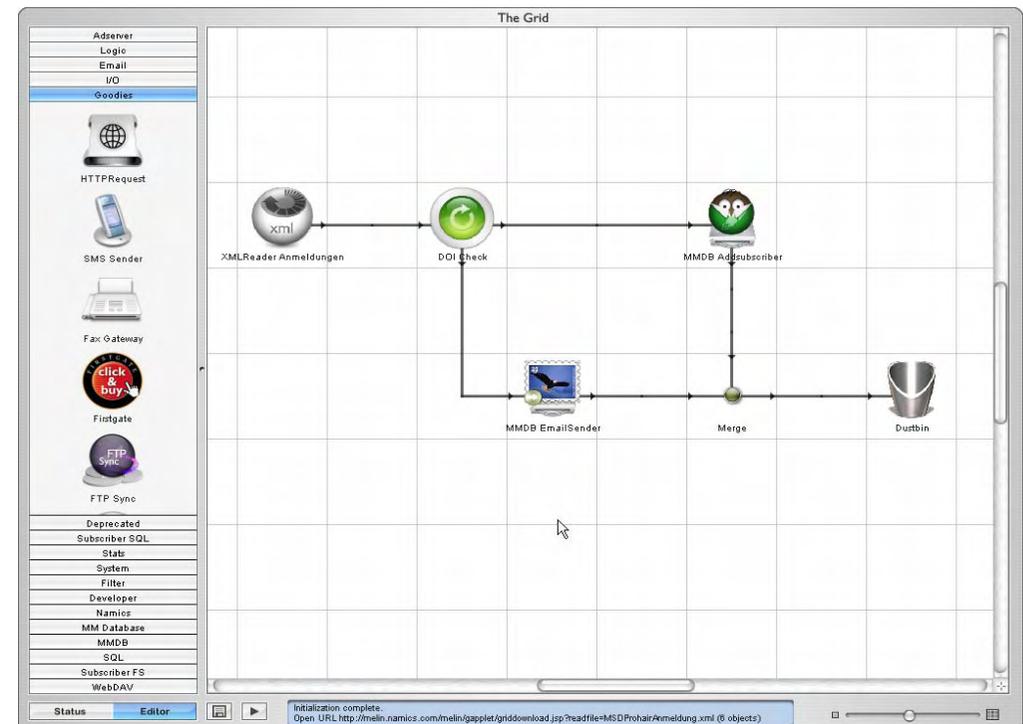
- » ASP-Modell
 - Setup Mandant
 - Einrichtung User und Rollen
 - Rechtevergabe





- » Technische Abbildung der Prozesse
 - An- und Abmeldung / Nachprofilierung
 - Versand (Testversand und Formate)
 - Bouncing
 - Integration externe Inhalte

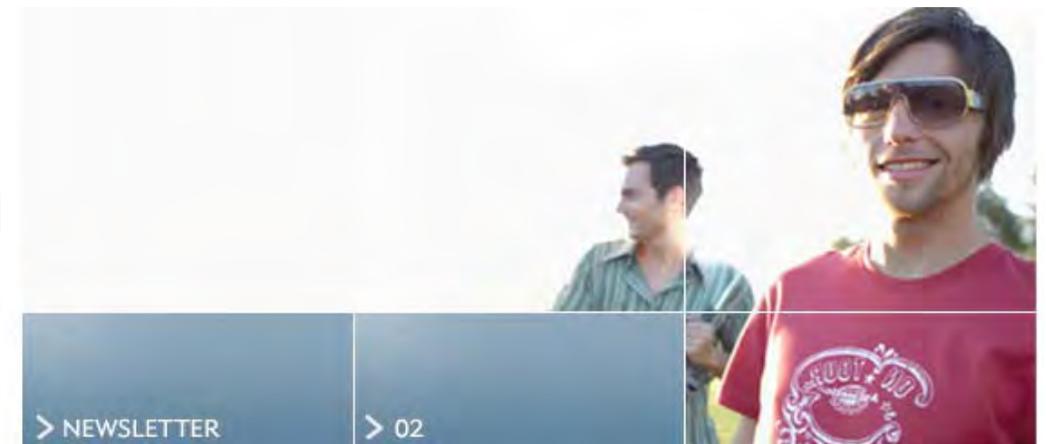
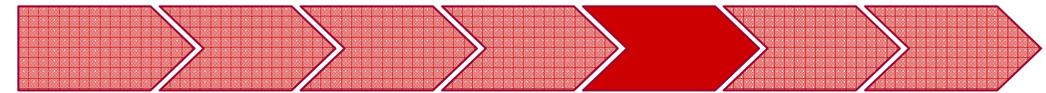
- » Abbildung der Statistiken
 - Spezielle Bounces
 - Klickraten



Einführung - [5] Newsletter-Design

- » Berücksichtigung von
 - Design-Grundsätze für E-Mail
 - E-Mail Client-Kompatibilität
 - Usability-Studien Newsletter
 - Personalisierten Bereichen
 - Versandarten

- » Template-Denken
 - Flexibilität für die Erstellung



Prohair®

Sehr geehrter Herr XXXXX

XXXXXXXX XXX XXXXXXXX X XXXXXXXXXXX XXX X XXX XXXXXXXXXXXXXXX XXXX XXXXX XXXXXXXX XXXXX XXX XXXXXXX
 XXX XXXXXX XXXX XXX XXXXXXXXXXX XXXXXXXX XXXXX, XXXXXXX XXX XXX XXXXXXX XXXXXXX XXXX XXX XXXXX.

- > HAAR. DER SITZ UNSERER MACHT
- > HAAR ALS SYMBOL VON LEBENSKRAFT
- > HAAR ALS SYMBOL VON IDENTITÄT
- > HAAR ZUR FESTIGUNG SOZIALER BEZIEHUNGEN
- > BIBLIOGRAPHISCHE ANGABEN

12.04.05

Möge die Macht mit Dir sein!

Schon früher galt langes Haar beim Mann als Symbol von Macht. Betrachten wir verschiedene Kulturen, Religionen und Naturvölker, so steht Haar immer wieder als Zeichen von Kraft, Energie und Männlichkeit da. Im antiken Rom bedeutete das Wort „Caesar“ behaart oder langhaarig und wurde für grosse Führungsgestalten verwendet. Diese Tradition geht auf eine uralte Sagenüberlieferung zurück, wo die Heldengestalt Gilgamesch vorkommt, der sowohl langes Haar als auch ungeheure Körperkräfte besass..

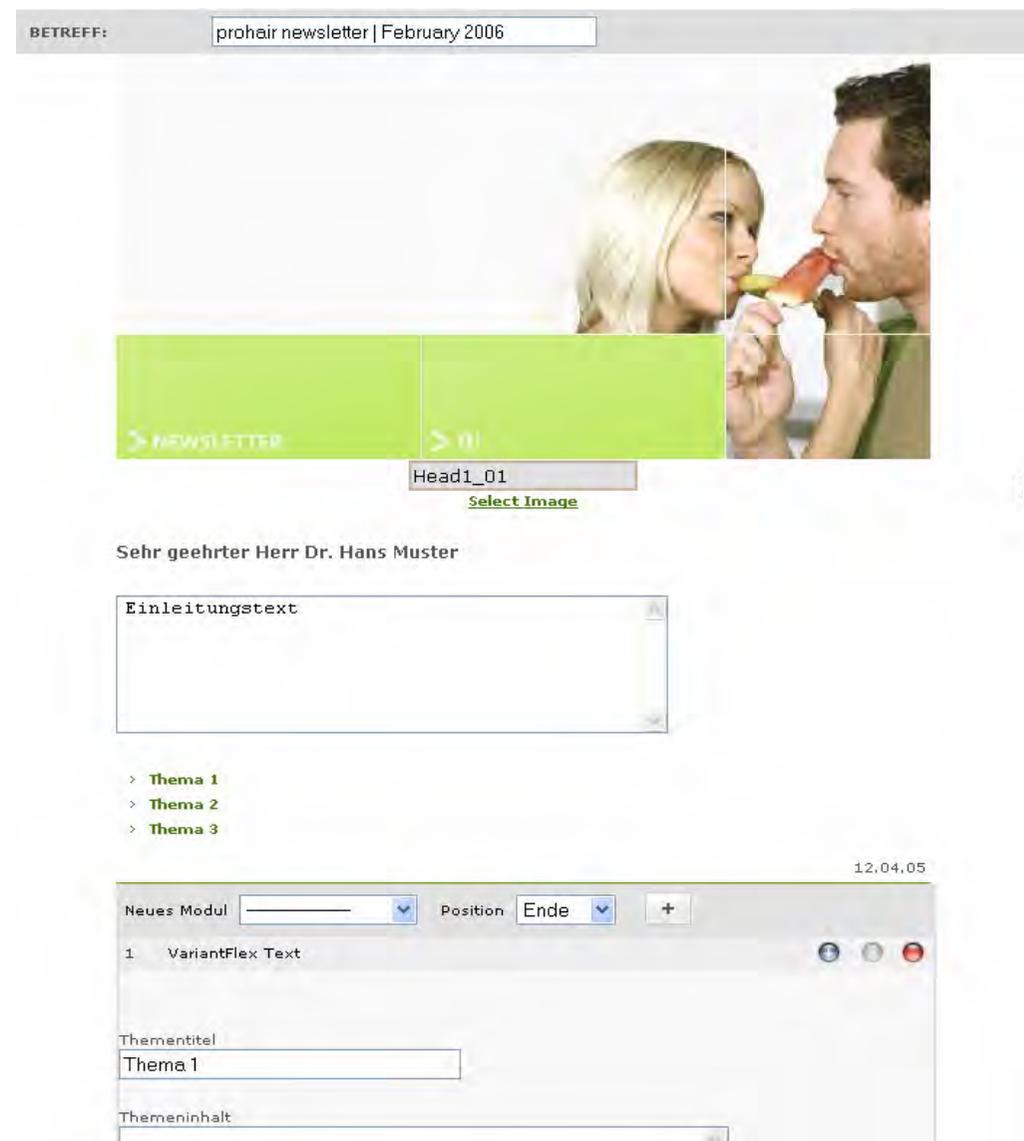
» [Erfahren Sie mehr darüber und gehen Sie auf www.prohair.ch.](http://www.prohair.ch)

Einführung - [6] Template-Erstellung und Website-Integration



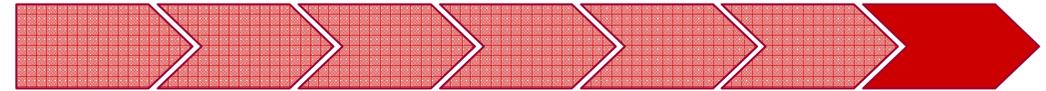
- » Template-Erstellung
 - Design-Umsetzung in HTML
 - Implementierung der Template-Bausteine
 - Eingabetexte
 - Bilder-Auswahl
 - Text-Rendering
 - Personalisierung
 - Integration externe Inhalte

- » Website-Integration
 - An-/Abmeldung
 - Nachprofilierung
 - Archiv



The screenshot shows a web editor interface for creating a newsletter template. At the top, there is a grey header bar with the text "BETREFF: prohair newsletter | February 2006". Below this is a large image of a man and a woman sharing a strawberry. The image is partially obscured by a green rectangular area containing the text "NEWSLETTER" and a "Select Image" button. Below the image, there is a text input field labeled "Einleitungstext" with the placeholder text "Sehr geehrter Herr Dr. Hans Muster". Below the text input field, there are three radio buttons labeled "Thema 1", "Thema 2", and "Thema 3". At the bottom, there is a window titled "Neues Modul" with a dropdown menu set to "VariantFlex Text" and a "Position" dropdown set to "Ende". The window contains a "Thementitel" input field with the text "Thema 1" and a "Themeninhalt" input field.

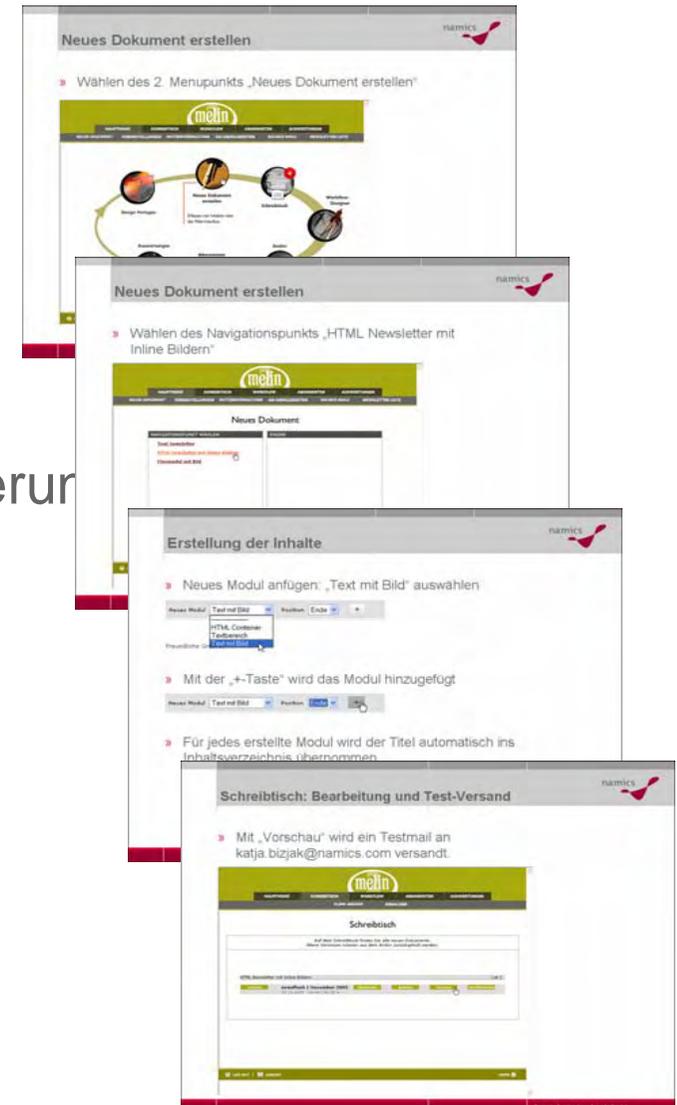
Einführung - [7] Schulung / Testing / Going Live

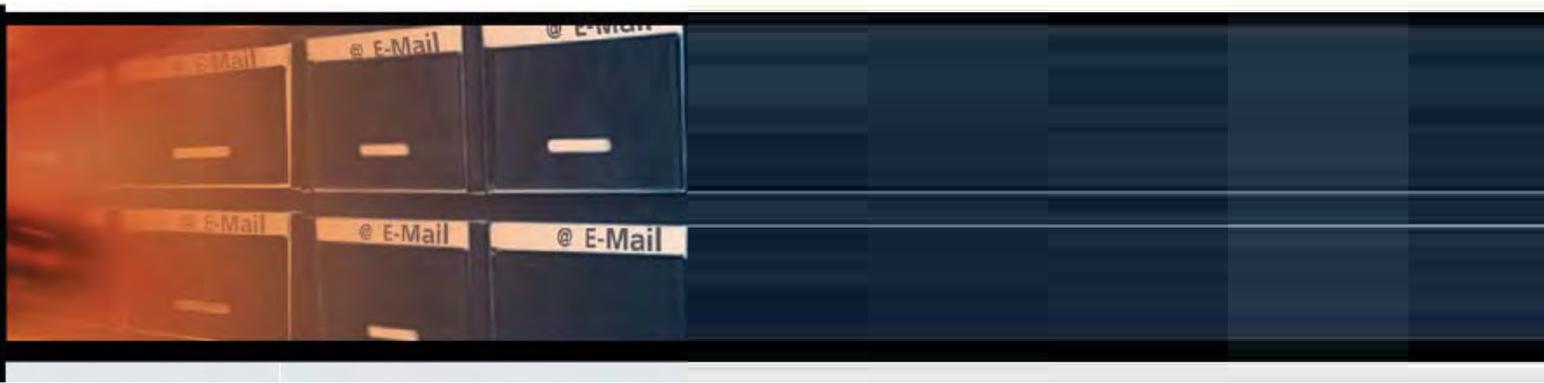


- » Schulungsinhalte
 - Inhaltserfassung
 - Test-Versand
 - Freigabe- und Versandprozess
 - Tracking und Statistiken
 - Abonnentenpflege (Bouncing, Datenanreicherung)

- » Testing
 - Prozesse An-/Abmeldung, Nachprofilierung
 - E-Mail Client-Kompatibilität

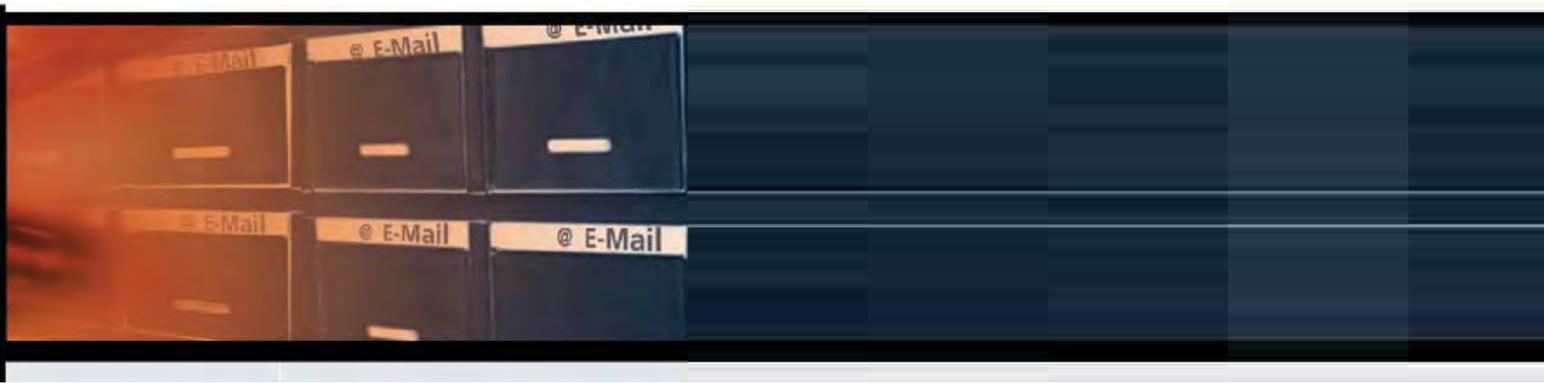
- » Going Live
 - Freischaltung Website-Bereiche





Summary

- » Es gibt nicht „einmal Newsletter, bitte“
 - Anforderungen und Ziele müssen exakt definiert werden
 - Die Einführung eines E-Mail Marketing-Tools ist ein Projekt ... mit Tool-Auswahl, Konzeption, Setup, Design, Implementierung, Integration, Testing und Schulung (siehe 7 Schritte)
- » Integration in die bestehenden Umgebung
 - Online-Aktivitäten und -Tools sollen genutzt und ergänzt werden
- » Umgangs-Sicherheit und -Komfort über allem
 - Es wird mit Live-Daten gearbeitet!



Cases

- » Maggi
 - automatisierter Versand 2x pro Woche
 - Zuweisung der Inhalte aus CMS
 - Mehrsprachigkeit

- » namics newsflash
 - Anreicherung der Abonentendaten durch Import
 - Personalisierung des Absenders

- » Merck Sharp & Dohme-Chibret AG
 - perfektionierter Anmeldeprozess (DOI)

- » AMAG
 - Versand-Optimierung (für restriktive Notes-Einstellungen)



"MAGGI Newsletter"
<info@ch.nestle.com>

29.05.2006 06:01

To <joerg.brunschwiler@namics.com>
cc
bcc
Subject Rezept der Woche



Geniessen, was gut tut

Lieber Herr Brunschwiler,
jede Woche leckere leichte Rezeptideen von MAGGI
Rezept der Woche

>> [Tortellini mit Rucola-Käse-Sauce](#)

- > Newsletter empfehlen
- > Alle Rezepte
- > www.maggi.ch



Kategorie "Für alle Tage"

- 4 Personen
- 20 min.
- Winter
- Sehr einfach
- Günstig

Zutaten:

- 500 g gefüllte Frisch-Tortellini (z.B. mit Ricotta und Spinat)
- 1 1/2 - 2 l Wasser
- 2 - 3 Würfel MAGGI PastAroma mit Olivenöl & Basilikum
- 1 1/2 dl Vollrahm
- 100 g Parmesan, gerieben
- Pfeffer aus der Mühle
- 50 g Rucola

>> [Gesamtrezept anzeigen](#)

Ich feines Essen.

[Abmelden](#)[Kontakt](#)[Profil ändern](#)[Disclaimer](#)www.maggi.ch

Lieber Jörg

In einem etwas anderen look&feel präsentieren wir Dir den neuen namics newsflash. Dieser umfasst, was sich in letzter Zeit bei namics getan hat. Wir wünschen Dir eine spannende Lektüre.

Freundliche Grüsse
Jörg Brunschwiler

1. CORPORATE NEWS

» namics rotweiss: Neue Unit und Ausbau der namics-Aktivitäten

Mit namics rotweiss gründet namics eine neue Unit, um die kreativen Kompetenzen unter einem Dach auszubauen und zu bündeln. namics rotweiss wird mit eigenem Team und eigenen Leistungen selbständig am Markt auftreten. Operativ tätig wird namics rotweiss per 1. Januar 2006 unter der Leitung von Stephan Sieqwart (Unitleiter) und Nathalie Strobl (Creative Director).

Die neue Unit hat zwei Aufgaben:

- Angebot von Services in den Bereichen Markenführung, strategische Planung für digitale Medien, Online-Werbung und digitales Dialogmarketing.
- Funktion als kreatives Kompetenzzentrum, das Kreativeleistungen auf höchstem Niveau für alle namics-Projekte erbringen kann.



<http://www.namics.com/>



Sie testen zwei Autos: den Eos

Die grosse Vorpremiere



Aus Liebe zum Automobil

Sehr geehrter Herr Roggenmoser

Sie haben sich für die Eos-Testdrives angemeldet. Jetzt ist es soweit – buchen Sie Ihre Testfahrt mit dem revolutionären Coupé-Cabriolet, noch bevor es offiziell beim VW-Partner eintrifft. Bitte beeilen Sie sich mit der Anmeldung, denn die Anzahl Plätze ist limitiert. Zeit und Ort für Ihre grosse Vorpremiere wählen Sie [hier](#).

Wir wünschen Ihnen viel Spass im neuen Eos.

Freundliche Grüsse

AMAG Automobil- und Motoren AG

Andreas Iseli
Markenchef VW Personenwagen



Prohair: Newsletter - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Address <http://dev.msd.namics.com/erfahrungsbericht/newsletter.html> Go



DE Ihre heutige Haarlinie:



slide & go >

So gross ist Ihr individuelles
Haarausfall Risiko

SELBSTTEST



> ARZT BESUCH > HAARUSFALL > BEHANDLUNG > MANN UND HAAR > **ERFAHRUNGSBERICHT**



> **NEWSLETTER**

NEWSLETTER

Mit dem Newsletter von Prohair können Sie sich regelmässig über die neusten Entwicklungen zum Thema Haarausfall informieren lassen.

NEWSLETTER ABONNIEREN

Lassen Sie sich den Newsletter bequem an die von Ihnen angegebene E-Mail-Adresse senden.
Zu Ihrer Sicherheit erhalten Sie nach der Anmeldung eine E-Mail. Bitte bestätigen Sie die Anmeldung einfach mit einem Klick auf den im E-Mail integrierten Link.
Vorschau des aktuellen Prohair Newsletters

NEWSLETTER ABBESTELLEN

Sie können jederzeit den Newsletter wieder abbestellen. Bitte benutzen Sie dazu den mit „Abbestellen“ gekennzeichneten Link, der Ihnen in jedem versandten Newsletter angeboten wird.

Daten angeben

E-Mail (*):

Anrede (*) Frau Herr

Titel (*)

Vorname (*):

Nachname (*):

Home | Impressum | SiteMap | Drucken

Done

Internet



Merci!

joerg.brunschwiler@namics.com