

Die ultimative E-Mail- Checkliste für Black Friday und Cyber Monday von Mailjet



Planen

- Definieren Sie klare Kampagnenziele und Metriken. Was wollen Sie erreichen?
- Identifizieren Sie die richtigen Ansprechpartner und Ressourcen (Design, Texte, Landingpages).
- Segmentieren Sie Ihre Listen und entwickeln Sie eine Personalisierungsstrategie. Wer erhält welche Inhalte, und warum?
- Authentifizieren Sie Ihre Versanddomains (SPF, DKIM, DMARC).
- Überprüfen und bereinigen Sie Ihre Kontaktliste.
- Implementieren Sie die Ein-Klick-Abmeldung und das Double-Opt-In.
- Wärmen Sie Ihre Versanddomain schrittweise mit aktiven Kontakten auf.



Versenden

- Verwenden Sie E-Mail-Vorschauen, um die Darstellung auf verschiedenen Geräten zu überprüfen und Fehler zu erkennen.
- Personalisieren Sie Inhalte und führen Sie A/B-Tests für Betreffzeilen, CTAs und Designs durch.
- Planen Sie Kampagnen im Voraus, um Sendefehler in letzter Minute zu vermeiden.
- Nutzen Sie Automatisierungen für Interaktionen, Onboarding, Erinnerungen, Bestätigungen und natürlich, um effizienter zu arbeiten.
- Überwachen Sie Ergebnisse in Echtzeit (Bounces, Abmeldungen, Öffnungen, Klicks, Zustellungsrate usw.)
- Senden Sie in angemessenen Abständen, um Ihr Publikum nicht zu überfordern.



Überzeugen

- Überprüfen Sie die Metriken mindestens 48 Stunden nach jedem Versand (Öffnungs-, Klick- und Konversionsraten).
- Notieren Sie, welche Inhalte am besten abgeschnitten haben, und wenden Sie die gewonnenen Erkenntnisse auf künftige Kampagnen an.
- Binden Sie neue Kunden mit Willkommens- und Nurture-Flows ein
- Senden Sie Dankeschreiben und Tipps für die Zeit nach dem Kauf, um die Kundenbindung zu stärken.
- Gewinnen Sie verlorene Kundenverbindungen zurück (abgebrochene Warenkörbe, stornierte Termine)
- Hören Sie nicht nach dem Cyber Monday auf, sondern planen Sie Folgekampagnen bis Ende Dezember (Weihnachtszeit).

mailjet.com/de/bfcm