



Falls Sie Ihren Kunden Newsletter senden, können Sie viel richtig und auch viel falsch machen. Damit Ihr Newsletter positive Reaktionen auslöst, brauchen Sie eins ganz besonders ...

## Mit Inhalt oder ohne

Inhalte hat jeder Newsletter von selbst, auch die ganz schlechten. Inhalte, die positive Reaktionen auslösen, sind solche, die nützlich, exklusiv, unterhaltsam und zielgruppengerecht, also relevant sind.

Die Leser von Newslettern werden immer gnadenloser. Wenn relevante Inhalte fehlen, ist ein Newsletter schneller vergessen als abonniert. Mit Inhalten ist keinesfalls Werbung gemeint, denn wenn ein Newsletter einfach nur Werbung enthält, ist er bestenfalls ein Online-Prospekt, aber sicher kein guter Newsletter.

Vielleicht tun sich viele ja so schwer damit, weil das Wort Inhalt noch gar nicht so lange existiert. Erst im 15. Jahrhundert wurde es nachgewiesen, damals für den Inhalt von Briefen verwendet. Ist ja noch nicht so lange her, da kann die Umsetzung ein bisschen dauern, nicht wahr?

Stellen Sie sich folgendes mal vor:

- Weinhändler liefern inspirierende Jahrgangs-Beschreibungen und Hintergrund-Stories zu den Winzern.
- Hotels verraten Ausgehtipps und Kochrezepte.
- Möbel- oder Porzellan-Produzenten stellen den gesamten Lebenszyklus einer neuen Produkteserie vor.
- Buchhändler drucken nicht die Empfehlungen der Verlage, sondern die der eigenen Mitarbeiter.

Falls Sie relevante Inhalte liefern, dann können Sie sich sogar ein bisschen Werbung leisten. Ich beweise es Ihnen. Denn falls Sie weitere gut umsetzbare Tipps wünschen, dann finden Sie hier den Link zum einzigen Seminar, das wir einmal im Jahr mit einem externen Referenten durchführen: Erfolgreiches Newsletter-Marketing.

Herzlich willkommen!

A handwritten signature in black ink that reads "Joerg Neumann".

joerg@nzp.ch