

1000 Themen-Tipps für Ihren Newsletter

Der Newsletter ist eines der kraftvollsten und effizientesten Tools im professionellen Online Marketing. Wer sich hier freiwillig als Interessent in den Verteiler eintrug, hat zum einen absichtsvoll und einwilligend seine E-Mail-Adresse preisgegeben, und damit zum anderen aktiv seine wohlwollende Neugier am Anbieter bekundet. Nun gilt es, den geeigneten Newsletter-Abonnenten mit der regelmäßigen Zusendung der erwünschten elektronischen Info-Post so nachhaltig zu begeistern, dass aus dem bloßen Anfangs-Interesse eine stabile und beiderseitig wertschöpfende geschäftliche Interaktion erwachsen kann. Doch mit welchen Inhalten kann man den Newsletter für seine Empfänger spannend und informativ gestalten? Worüber soll, worüber kann man immer wieder abwechslungsreich schreiben? Und wie kann man es vermeiden, dass attraktive Themen gefährlich rar werden?

Ihr Newsletter ist so facettenreich wie Ihr Unternehmen

So wenig, wie man Äpfel mit Birnen vergleichen sollte, so wenig kann man hinsichtlich geeigneter Newsletter-Inhalte unterschiedlichen Anbietern identische Ratschläge geben. Deshalb ist der nachfolgende Beitrag lediglich als eine Art erfahrungsgeborener Hauptkatalog zu verstehen. Je nachdem, welche Produkte oder Dienstleistungen Sie anbieten, und ob Sie mit Ihrem Newsletter auch verkaufen oder nur repräsentieren wollen, werden sich die einzelnen Denkanstöße für Sie mal mehr und mal weniger stimmig anfühlen. Deshalb picken Sie sich bitte jetzt ganz einfach Ihre persönlichen Rosinen aus diesem Online-Marketing-Teig, und legen Sie alles andere, was momentan noch nicht so wirklich zu Ihnen spricht, auf Wiedervorlage. Denn was Sie heute noch nicht brauchen können, kann morgen schon der raffinierte Frischekick für Ihr runderneueretes Newsletter-Konzept sein.

Themenkategorie: Produkte

Wenn Sie ein produzierendes Gewerbe betreiben, und dementsprechend Ihre Waren an die Kundschaft bringen wollen, dann könnten die folgenden Fragen sinnvolle Aufhänger für aktuelle Inhalte Ihres Newsletters liefern:

- 1) Laufen derzeit Sonderangebote, Rabattaktionen, Schnäppchenrallys, Restposten-Partys, saisonale Abverkäufe (SSV, WSV etc.) oder anderweitige attraktive Sparmöglichkeiten (Angebot des Monats, der Woche, des Tages ...) bei Ihnen, die Ihre preisbewussten Kunden auf gar keinen Fall verpassen sollten? Oder planen Sie solche Aktionen in naher Zukunft?

Tipp: Gewähren Sie Ihren Newsletter-Abonnenten immer noch mal einen kleinen Extra-Bonus zusätzlich. Oder veranstalten Sie Sparfestivals überhaupt nur für die Leserinnen und Leser Ihres Newsletters.

- 2) Sind Erweiterungen Ihrer Produktpalette und/oder Veränderungen Ihres Sortiments geplant oder bereits abgeschlossen? Wird es zu Ihren Produkten im Bestand völlig neues Zubehör oder andere interessante Neuerungen geben, von denen man wissen sollte?

Tipp: Wenn es Ihr CRM hergibt, dann schreiben Sie mit solchen Neuigkeiten ganz gezielt jene Kunden an, die bereits bei Ihnen gekauft haben, und die deshalb von solchen Nachrichten in besonders persönlicher Form profitieren könnten. Und wenn Ihr CRM das nicht leistet - dann ist dieses definitiv stark verbesserungsbedürftig. Das nur mal so am Rande angemerkt.

- 3) Stichwort Verbesserung: Haben Sie Produkte, die bislang schon gut waren, jetzt noch deutlich besser gemacht? Haben Sie womöglich auf berechtigte Kundenbeschwerden schlaun reagiert und problematische Produkte entweder entgratet oder vorsichtshalber ganz und gar aus dem Sortiment entfernt? Haben augenfällig gewordene Produktmängel Ihren seriösen Handlungsbedarf evoziert?

Tipp: Wenn Ihnen eigene Kunden aktiv dabei geholfen haben, Schwachstellen

aus Ihrem Angebot zu entfernen, dann haben sich diese ehrenamtlichen Produkttester ganz sicher einen kleinen Rabatt oder ein anderes kleines "Dankeschön" von Ihnen verdient. Das darf man dann natürlich im Newsletter auch schon mal lobend und anerkennend erwähnen. Oder prospektiv in Aussicht stellen. Merke: Sachlich korrekte Kundenbeschwerden sind in vielerlei Hinsicht eine Goldgrube, die intelligente Anbieter immer vorteilhaft zu beschürfen wissen.

- 4) Ermutigen Sie Ihre Newsletter-Leser ausdrücklich dazu, persönliche Anwenderberichte (Testimonials) zu verfassen und zu liefern. Wenn die engagierten freiwilligen Produkttester dann noch erlauben, dass ihre Erfahrungen in Ihrem Newsletter publiziert werden (auf Wunsch natürlich auch anonym), dann haben Sie wieder hochwertiges "Futter" für Ihren Newsletter am Start.

Tipp: Stellen Sie Ihren Kunden Rezensionsmaterial zur Verfügung, welches diese dann, je nach Warenwert, als Gegenleistung behalten, oder stark vergünstigt erwerben können. Und falls die Menschen, die Ihre Produkte für Ihr Online Marketing ausprobieren wollen, entsprechend medienaffin sind, springt dabei vielleicht sogar noch ein ebenso witziges wie authentisches Werbe-Video für Ihr Produkt raus.

- 5) Ist es Ihnen gelegentlich passiert, dass Kunden Probleme mit Ihren Produkten hatten, welche lediglich einer umständlichen Bedienungsanleitung oder einem anderweitigen Missverständnis geschuldet waren? Dann ist Ihr Newsletter genau die richtige Plattform, um über diese vermeidbaren Irrtümer zu berichten, und kundenfreundliche Aufklärungsarbeit zu leisten.

Tipp: Bei solchen wertvollen Themen die Schuld bitte nie (!!!) auf die mangelnde Auffassungsgabe des Kunden schieben, weder direkt noch indirekt. Der Kunde kann nämlich absolut nichts dafür, wenn der Waschzettel verworren oder das Produkt nicht selbsterklärend ist.

Themenkategorie: Veranstaltungen

Wenn Sie mit Veranstaltungen punkten können, sollten Sie sich angewöhnen, all Ihre Newsletter mit aktuellen Terminplänen zu bestücken. Vielleicht sogar in Kombination mit einer entsprechenden App für mehr Marketing Mobility.

- 1) Wo und wann kann man Ihren Betrieb auf Messen, Kongressen, Fachtagungen, Tagen der offenen Tür oder Roadshows auf Augenhöhe besser kennenlernen? Welche Produkte oder Dienstleistungen gibt es dort live und in Farbe zu erleben? Welche persönlichen Ansprechpartner werden zu diesem Zweck zu welchen Uhrzeiten für persönliche Informationsgespräche oder allgemeine Präsentationen zur Verfügung stehen?

Tipp: Sollten die Veranstaltungen Eintritt kosten, dann schenken Sie Ihren Newsletter Lesern entweder eine Freikarte, oder wenigstens eine Ermäßigung. Oder einen Gutschein für ein Gläschen Sekt direkt an Ihrem Stand. Und vergessen Sie ebenfalls nie, einen aussagefähigen Anfahrtsplan, ggf. mit Insider-Anreise-Tipps, mitzuschicken.

Noch ein Tipp: Wenn Ihr Event ein Erfolg war, dann sollte Ihr nächster Newsletter detailliert in Wort und Bild davon berichten.

- 2) Finden in Ihren Geschäftsräumen erstmalig, gelegentlich oder regelmäßig kulturelle Veranstaltungen, Sponsoring-Events, Business-Brunch-Termine oder andere öffentliche Spektakel statt? Dann bitte immer fleißig vorher dazu einladen und nachher ausführlich davon berichten. Motto: So spannend war es bei uns! Und wo waren Sie?

Tipp: Vielleicht hat einer Ihrer anwesend gewesen seienden Leser Lust dazu, für Ihren Newsletter als persönlich involvierter Reporter zu fungieren?

- 3) Auch geschlossene Veranstaltungen wie interne Arbeitskreise, interne Weiterbildungsprojekte, Verbandssitzungen oder fachpublikumsexklusive Branchentermine können, zumindest in ihren selektierten Ergebnissen, für

Ihre Newsletter-Leser von Interesse sein.

Tipp: Mit leicht verständlichen Randnotizen von solchen nicht öffentlichen Ereignissen demonstrieren Sie souveräne Fachkompetenz und lassen Ihre Abonnenten spüren, dass Sie ihnen ein eigenes Urteil über die Dinge zutrauen.

- 4) Natürlich können auch virtuelle Veranstaltungen für Ihre Leser sehr spannende Themen sein. Planen Sie vielleicht einen Online Experten-Chat? Haben Sie vor, E-Kurse, Skype-Beratungen, Fernstudien-Seminare oder interaktive Webinare anzubieten? Oder wollen Sie ein Blog ins Leben rufen, auf dem sich Ihre Kunden-Community unter Ihrer Admin-Supervision themenspezifisch austauschen kann?

Tipp: In Ihrem Newsletter können Sie dann sogar frühzeitig Umfragen dazu starten, welche Themen Ihren Lesern derzeit aktuell unter den Nägeln brennen, und was sich Ihre Abonnenten an Newsletter-Themen wirklich wünschen. Für so viel kundennahe Marktforschung müssten Sie bei teuren Agenturen jede Menge Kohle abdrücken.

Themenkategorie: Buch macht kluch

Lesen liegt mehr denn je im Trend. Ob als E-Book, ob auf echtem Papier oder ob Online spielt dabei kaum eine Rolle. Hauptsache, die Worte sprechen eine deutlich vernehmbare Sprache. Und die können Sie auch für Ihren Newsletter nutzen.

Liefere Sie Ihren Newsletter-Lesern ein brilliant belesenes Briefing. Welche (Fach)Zeitschriften-Artikel werden gerade in der Szene Ihrer Branche diskutiert? Welche alten Schwarten oder neuen Erscheinungen regieren die branchenbezogenen Bestsellerlisten? Gibt es themenrelevante Buchbesprechungen, mit denen man beim gehobenen Small-Talk glänzen könnte? Würden Sie selbst persönliche Buchempfehlungen aussprechen wollen? Oder haben Ihre Kunden Lieblingsbücher, für die diese gerne in Ihrem Newsletter die

Werbetrommel rühren möchten? Welche branchenbezogenen wissenschaftlichen Arbeiten wurden in seriösen Online-Portalen vorgestellt?

Tipp: Schreiben Sie für einen Studenten der Medienwissenschaften einen (unbezahlten?) Praktikumsplatz aus, und lassen Sie Ihren Praktikanten dann dieses Wissen für Ihren Newsletter turnusmäßig akribisch zusammentragen. Sehr wahrscheinlich werden Sie nach Ablauf der Praktikumsdauer gerne und gut für diese unschätzbar wertvolle Zuarbeit bezahlen wollen. Dann haben wirklich alle was davon.

Themenkategorie: Unternehmens-Interna

Was in Ihren eigenen vier Geschäfts-Wänden so alles passiert, ist ebenfalls für Ihren Newsletter gut. Planen Sie möglicher Weise aufgrund eines gesunden Unternehmenswachstums einen räumlichen Umzug? Können Sie neue Mitarbeiter begrüßen oder altgediente Recken in den verdienten Ruhestand schicken? Haben sich relevante Zugangsdaten (Telefon, Fax, Email, Adresse der Homepage etc.) geändert? Eröffnen Sie in der echten Welt neue Niederlassungen? Haben irgendwelche Eurokraten versucht, Ihnen sinnentleert ans Bein zu pissen? Wurden Sie als "Unternehmer des Jahres" vorgeschlagen? Haben Sie irgendwelche Preise oder Auszeichnungen gewonnen? Ist Ihnen in Ausübung Ihrer Arbeit was Lustiges passiert?

Tipp: Wenn Sie auch ansonsten gute engmaschige Online Pressearbeit betreiben, werden Ihnen hier die zeitnahen Anreize für Ihren Newsletter nie versiegen.

Themenkategorie: Fachkundig Vermischtes

Bitte jetzt nicht gleich die Nase rümpfen. Nur, weil etwas in keine vorgeordnete Kategorie gepasst hat, ist es deswegen für Ihr Online Marketing nicht weniger wichtig. Es würde mich gar nicht wundern, wenn Sie Ihr ganz persönliches Golden Nugget erst hier ausgraben.

- 1) Klatsch und Tratsch macht immer Laune. Ist Ihnen etwas Außergewöhnliches aus Ihrer Branche zu Ohren gekommen, was Ihre Leser wahlweise amüsant oder interessant finden könnten? Dann immer rein damit in Ihren Newsletter.
Tipp: Ersatzweise können Sie hier auch Ihre persönlichen branchenbezogenen Lieblingszitate berühmter Menschen zum Besten geben.

- 2) What's new, Pussycat? Gibt es neue Trends und Schlüsselblicke in die Zukunft Ihrer Branche, die man kennen sollte? Was denken namhafte Experten über Strömungen in Ihrem Geschäftszweig? Welche aktuellen Fragen sind bereits gestellt, aber vielleicht noch nicht beantwortet? Hat der Amtsschimmel mal wieder beim Koten gewiehert und modifizierte Vorschriften auf den bürokratischen Gehweg fallen lassen? Konnte die Wissenschaft neuen bahnbrechenden Technologien den Weg ebnen? Wurde neue Software entwickelt, die noch schneller noch besser noch effizienter noch präziser arbeitet? Katzen haben sieben Leben und entsprechend viel Zeit, um kluge Fragen zu stellen, die Ihr Newsletter ebenfalls lebendig hält.
Tipp: Fragen Sie in regelmäßigen Abständen Ihre Leser, für welche Neuigkeiten diese sich ernsthaft interessieren würden. Und dann geben Sie sich Mühe, gezielt in diesem News-Segment zu liefern. Vielleicht ist ja auch ein engagierter Leser dabei, der Lust hätte, in Ihrem Newsletter als qualifizierter Gastautor aufzuscheinen.

Nachgedanken

Alles, was hier als Impuls für den Content Ihres Newsletters aufgeführt wurde, dient gleichermaßen als zielführende Anregung dafür, wie Sie Ihren Geschäftserfolg kundenzentriert wirksam ankurbeln können. Diese Einsicht ist sicher ebenfalls einen Auftrags- und Umsatz fördernden Gedanken wert.



Dr. Nicole Klutky ist Botschafterin für Neugier und Spieltrieb im Dienste eines erfolgreichen Berufs- und Privatlebens, Marketingberaterin für kleinste, kleine und mittlere Unternehmen sowie Coach für alle, die mal was anderes ausprobieren wollen. Auf www.klutky.de finden Sie weitere Informationen.