

## optivo verfeinert Newsletter-Versand-Lösung für optimierte und internationale Kommunikation

Pressemitteilung von: **optivo GmbH**

Datum: **29.05.2008 – 19:34 Uhr**

Rubrik: **Internet**

(fair-NEWS) – – Vorabversand unterschiedlicher Newsletter-Versionen an kleinere Testgruppen ("Split Testing") garantiert mehr Response  
– Automatisierte Übersetzungsschnittstelle ermöglicht zeitnahe internationale E-Mail-Kampagnen

Berlin, 29. Mai 2008 – optivo ([www.optivo.de](http://www.optivo.de)), einer der führenden Anbieter von Technologie und Services für E-Mail-Marketing, erweitert seine professionelle Newsletter-Versand-Lösung optivo® broadmail um Funktionen für den "perfekten" Newsletter sowie eine automatisierte Übersetzung der Mailinginhalte in mehrere Dutzend Sprachen. Durch das so genannte "Split Testing" können bereits im Vorfeld einer E-Mail-Kampagne unterschiedliche Newsletter-Versionen mit variierenden Betreffzeilen, Angeboten und Produktfotos zu Testzwecken an Untergruppen des Gesamtverteilers versendet werden. Die E-Mail-Variante, die bei den Empfängern am "besten ankommt" und die höchsten Öffnungs- und Klickraten erzielt, geht anschließend als Hauptmailing an den restlichen Verteiler. Split Testing bietet bei vergleichsweise geringem Aufwand eine deutlich höhere und umsatzrelevante Response.

optivo® broadmail wartet auch mit einer in dieser Form einzigartigen Übersetzungsschnittstelle auf. Die Versand-Software verfügt über eine komplett automatisierte Schnittstelle zu gängigen Übersetzungsdienstleistern. Hierbei werden die Mailinginhalte innerhalb weniger Stunden von professionellen Übersetzern adaptiert und fließen in das vorgegebene Newsletter-Design ein. Dadurch können international agierende Unternehmen ihre Angebote und Produktbeschreibungen einfach und schnell an die jeweiligen Zielmärkte anpassen.

Im Rahmen der am 18. und 19. Juni in Nürnberg stattfindenden Mailingtage, werden diese innovativen Funktionen erstmals der breiten Öffentlichkeit vorgestellt.

### Höhere Öffnungs- und Klickraten durch Split Testing

Die Besonderheit beim Split Testing liegt für werbetreibende Unternehmen darin, dass sie zentrale Kennzahlen wie Öffnungs- und Klickraten bereits vor dem eigentlichen Versand des Newsletters erheben können. Denn zunächst werden unterschiedliche Versionen des Hauptmailings an beliebig ausgewählte Empfängergruppen vorab versendet. Die Auswahl der Testempfänger erfolgt manuell oder nach dem Zufallsprinzip. Aus diesen "Splits" lassen sich anschließend wertvolle Erkenntnisse gewinnen, um die laufende Kampagne zu optimieren. So können Absendername, Betreffzeile und der Versandtermin die Öffnungsrate maßgeblich beeinflussen. Für die Klickrate sind hingegen personalisierte Informationen sowie die Aufteilung der Inhalte und grafischen Elemente wichtig.

In einem einzigen Durchlauf können erfolgsrelevante Variablen automatisiert getestet werden. Denkbar sind beispielsweise insgesamt sechs E-Mail-Varianten mit je zwei verschiedenen Betreffzeilen, Produktfotos und Handlungsaufforderungen ("Call to Action"), die jeweils an drei Prozent des Gesamtverteilers versendet werden, so dass insgesamt 18 Prozent aller Empfänger angeschrieben werden. Bereits kleinere Anpassungen führen häufig zu deutlichen Unterschieden in der Performance. Nach dem Testversand wird die "erfolgreichste" Version manuell oder

automatisiert an alle verbleibenden Empfänger versendet.

Per Mausklick Übersetzungen in alle gängigen Sprachen

Mit der innovativen Übersetzungsschnittstelle erweitert optivo sein internationales Angebot. Die Anbindung der Versand-Lösung an größere Übersetzungsdienstleister ermöglicht außerordentlich zeitnahe Übersetzungen von Mailings in mehreren Dutzend Sprachen. Per Mausklick erfolgt in optivo® broadmail zunächst die Lieferung der Texte an den Dienstleister. Die Newsletter-Inhalte werden dann in der Regel in wenigen Stunden manuell übersetzt und in einem automatisierten Prozess reimportiert. Die neuen Sprachversionen fließen dann direkt in die vorgegebenen Design-Vorlagen ein. Anschließend wird der Anwender per E-Mail über die neu generierten Mailings informiert.

Unterstützt werden alle gängigen Sprachen und Zeichensätze inkl. chinesischer und kyrillischer Schriftsätze. Zudem bietet optivo® broadmail diverse Möglichkeiten, die Inhalte an die lokalen Gegebenheiten anzupassen. Bei der automatisierten Übersetzungsschnittstelle handelt es sich um ein Spezial-Feature, das eine Vertragsbeziehung mit dem Übersetzungsdienstleister voraussetzt.

In einem einzigen Durchlauf können erfolgsrelevante Variablen automatisiert getestet werden. Denkbar sind beispielsweise insgesamt sechs E-Mail-Varianten mit je zwei verschiedenen Betreffzeilen, Produktfotos und Handlungsaufforderungen ("Call to Action"), die jeweils an drei Prozent des Gesamtverteilers versendet werden, so dass insgesamt 18 Prozent aller Empfänger angeschrieben werden. Bereits kleinere Anpassungen führen häufig zu deutlichen Unterschieden in der Performance. Nach dem Testversand wird die "erfolgreichste" Version manuell oder automatisiert an alle verbleibenden Empfänger versendet.

Weitere Informationen erhalten Interessenten auf den Mailingtagen am 18. und 19. Juni in Nürnberg (Halle 4, Stand-Nr. 610).

Hier können Sie sich für einen Testzugang anmelden:

<http://www.optivo.de/de/solutions/products/broadmail/demo-zugang.html>

· Homepage: [www.optivo.de](http://www.optivo.de)

· **Kontakt**

optivo GmbH  
Stralauer Allee 2  
10245 Berlin  
Telefon: +49 (0)30-41 72 42 49

· **Pressekontakt**

optivo GmbH  
Harald Oberhofer  
Marketing Manager  
Stralauer Allee 2  
D-10245 Berlin  
Telefon: +49 (0)30-41 72 42 49  
Telefax: +49 (0)30-41 72 42 39  
presse@optivo.de  
[www.optivo.de](http://www.optivo.de)

MärzheuserGutzy Kommunikationsberatung GmbH

Jochen Gutzy/Markus Pounder  
Theresienstraße 6-8 / Ecke Ludwigstraße 21  
D-80333 München  
Telefon: +49 (0)89-2 88 90 480  
Telefax: +49 (0)89-2 88 90 45  
optivo@maerzheusergutzy.com  
[www.maerzheusergutzy.com](http://www.maerzheusergutzy.com)

## **- Unternehmensinfo**

optivo:

Die optivo GmbH mit Sitz in Berlin ist ein Komplettanbieter im Bereich E-Mail-Marketing. Seit der Gründung des Unternehmens im Jahr 2001 dreht sich bei optivo alles um effizientes Direktmarketing per E-Mail. Das Leistungsportfolio von optivo reicht von der Permission-basierten Gewinnung von E-Mail-Newsletter-Abonnenten (optivo® coreg) über den ebenfalls streng Permission-basierten Versand von elektronischen Mailings und E-Mail-Newslettern über eine leistungsfähige und sichere Plattform (optivo® broadmail) bis hin zur Durchführung und Steuerung von komplexen E-Mail-Marketing-Kampagnen (optivo® listexpress). Mehr als 300 Kunden aus allen Branchen vertrauen auf die E-Mail-Marketing-Lösungen von optivo, darunter namhafte Unternehmen wie ArabellaSheraton, buch.de, Die Bahn, Die Zeit, Europcar, Germanwings, Henkel, Blume2000, HypoVereinsbank und Tchibo. optivo setzt sich über seine Verbandsmitgliedschaften bei dem Deutschen Direktmarketing Verband (DDV), dem Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) und dem Verband der Deutschen Internetwirtschaft (eco) aktiv für hohe Qualitäts- und Transparenzstandards im Bereich des E-Mail-Marketings ein. So gehört optivo der von den beiden Branchenverbänden eco und DDV initiierten "Certified Senders Alliance" an. Zudem ist durch die Teilnahme an dem "Sender Score Certified"-Programm eine noch höhere Zustellbarkeit sichergestellt.

---

Der **Link** zu dieser Meldung: <http://24pr.de/u/siat>