

Lernen Sie die Leser von E-Mail-Newslettern auf der OMD persönlich kennen

Pressemitteilung von: **Newsmarketing GmbH**

Datum: **09.09.2008 – 13:24 Uhr**

Rubrik: **Internet**

(fair-NEWS) – Nur E-Mail-Werbung, die den Leser interessiert, kommt auch an – sowohl technisch als auch inhaltlich betrachtet. Die Grundvoraussetzung hierfür ist es, die Leser, die man erreichen möchte, möglichst genau zu kennen; ihre Interessen, Vorlieben, ihr persönlicher Hintergrund und ihre Nutzungseigenschaften des Internets. Die Newsmarketing GmbH kann auf mittlerweile 9jährige Erfahrung mit eben diesen Lesern zurückblicken. Sie kennt "ihre" Leser ganz genau – und gibt dieses Wissen an ihre Kunden weiter, damit E-Mail-Kampagnen noch effektiver werden.

Besuchen Sie die Newsmarketing GmbH auf der OMD 2008 in Düsseldorf vom 17. bis 18. September in Halle 10 Stand E63 und lernen Sie Julia, Robert, Frank, Barbara, Leo und andere Newsletter-Leser näher kennen.

"Es gibt nichts sinnloseres als Werbung, die an den Zielpersonen vorbei geht" weiss Joana Kruse, Gründerin und Geschäftsführerin der Newsmarketing GmbH. Das klingt banal. Und trotzdem ist dies nach wie vor leider Alltagsgeschäft. "Die Kunden buchen relativ wahllos in Newslettern ein, meist geblendet von dem Namen des Newsletters. Leider werden sie auch oft schlecht beraten, wo ihre Werbung gut funktionieren würde. Der Misserfolg ist vorprogrammiert und schon ist die Enttäuschung über E-Mail-Marketing gross."

Kampagnen bei Newsmarketing haben schon seit vielen Jahren den Ruf, über den Durchschnitt gut zu performen. Woran liegt das? Sind die Listen der Newsmarketing wirklich so viel anders, so viel besser als andere? "Klar, die Qualität der Inhalte, das Bereinigen von Bounces, gutes Abmelde-Management und ein sauberer Aufbau der Newsletter ist auch ein wichtiges Kriterium" so Joana Kruse als Antwort. "Aber die beste Liste kann keine Erfolge bringen, wenn die Werbebotschaft einfach am typischen Leser des Newsletters vorbei geht. Was bringt Windelwerbung in einer Liste, die sich hauptsächlich an Single-Männer richtet? Oder hochpreisige Unterhaltungs-Elektronik an Schnäppchen-Jäger?" Das Problem – den Newslettern sieht man auf dem ersten Blick nicht an, welcher Leser dahinter steht. Man muss diesen Leser schon sehr gut kennen, viele Monate mitlesen und Klicks mittracken, um zu wissen, wer was liest. "Und genau das ist eigentlich unser Erfolgsrezept" verrät Joana Kruse. "In 9 Jahren haben wir einen Haufen Erfahrung gesammelt über die Leser der Listen und beraten unsere Kunden dementsprechend!"

Bei Newsmarketing werden keine Zielgruppen bebucht, sondern Leser angeschrieben. Das Team hat hierfür 10 Prototypen von Lesern herausgearbeitet und kann seine Kunden nun dementsprechend beraten.

"Wenn zum Beispiel eine Kosmetik-Firma ihre mittelpreisigen Kosmetika bewerben möchte, so empfehlen wir 'Julia' und 'Barbara' anzuschreiben" berichtet Joana Kruse. 'Julia' ist Hausfrau und Mutter dreier Kinder und nutzt das Internet zum Preisvergleich und um Shopping-Schnäppchen zu finden. 'Barbara' ist auch Mutter, aber halbtags im Beruf tätig und informiert sich intensiv über Frauenthemen im Internet. "Das sind die besten Leser für Frauenkosmetika im mittleren Preissegment" weiß Joana Kruse. "Und wir wissen, wie und wo Sie als unser Kunde 'Julia' und 'Barbara' erreichen können!"

Genau diese Beratung macht den Unterschied zwischen klassischem Listbroking und einer

Online-Agentur mit Beratungsdienstleistung wie Newsmarketing.

Lesen Sie mehr über die zehn typischen Prototypen-Leser von Newslettern im vorbereiteten PDF auf <http://www.newsmarketing.ch/datenkarten08.pdf>.

Oder besuchen Sie Newsmarketing auf der diesjährigen OMD in Düsseldorf (Halle 10, Stand E63) und lassen Sie sich gerne persönlich beraten – natürlich wie gewohnt bei leckeren Tessiner Spezialitäten in der Tessiner-Bar!

· *Homepage:* www.newsmarketing.ch

· **Kontakt**

Newsmarketing GmbH
Stradon 70
6653 Verscio
Deutschland
Telefon: 0041-91-7807580

· **Pressekontakt**

Newsmarketing GmbH
Joana Kruse
Stradon 70
CH-6653 Verscio

· **Unternehmensinfo**

Als erste darauf spezialisierte Internetagentur im deutschsprachigen Raum (seit 1999) hat die Newsmarketing GmbH das Newsletter-Marketing und damit viele ihrer Werbepartner bekannt gemacht. Mit ca. 27 Millionen Anzeigen-Kontakten und 24 Millionen Standalone-Kontakten hat Newsmarketing damit einer der größten zielgruppenspezifischen Auswahl in Deutschland. Erfolgreiche Kampagnen für Kunden wie BMW, VW, RTL, Sparkassenverbände, Deutsche Telekom, Swiss, Schwab, Tchibo oder Henkel sichern Newsmarketing eine sehr gute Marktposition.

Der **Link** zu dieser Meldung: <http://24pr.de/u/rm2y>