Webinar

# SocialMedia richtig nutzen

Checkliste: Newsletter-Konzeption

# Newletter Teil 1: Best Practice & Konzept

## Zusatzmaterial: Checkliste Newsletter

#### Inhaltsverzeichnis

Checkliste für die Erstellung eines Newsletter-Konzepts 2

1. Wer ist die Zielgruppe des Newsletters? 2

2. Was sind die Ziele des Newsletters? 2

3. Der Newsletter – Inhaltliches Konzept 3

4. Akquise von Newsletter-Empfängerinnen 3

Fragen für Newsletter Teil 2 (2. Woche) 4

5. Grafisches Konzept und technische Umsetzung 4

6. Budget-Planung 4

# Checkliste für die Erstellung eines Newsletter-Konzepts

Um was für einen NL handelt es sich? Bitte kurz zusammenfassen!

## 1. Wer ist die Zielgruppe des Newsletters?

1. Allg. Definition der Zielgruppe, konkretes Portrait der Leserin/des Lesers
2. Gibt es bereits einen Verteiler?
3. Wie groß ist der Verteiler?
4. Wie groß soll der Verteiler werden?
5. Welche Daten liegen vor (nur E-Mail, E-Mail + Name etc.)
6. Was ist über die Adressen im Verteiler bekannt?
7. Entspricht der Verteiler der gewünschten Zielgruppe?
8. Stellen Sie sich die idealtypische Empfängerin Ihres Newsletters ganz konkret vor. In welcher Situation, mit welchem Gerät (Laptop, Tablet, Smartphone) um welche Uhrzeit empfängt sie den Newsletter, wie viel Zeit hat sie für den Newsletter, wie ist ihre technische Ausstattung, mit welchem E-Mail-Programm arbeitet sie, was sind ihre grafischen Vorlieben, ihre Interessen, warum sitzt sie am Computer (Arbeit, Freizeit, Pause)?
9. Handelt es sich bei der Zielgruppe eventuell um mehrere Zielgruppen, für die unterschiedliche Newsletter konzipiert werden sollten, bzw. wo liegt ggf. der größte gemeinsame Nenner, das verbindende Interesse Ihrer homogenen Zielgruppe?

## 2. Was sind die Ziele des Newsletters?

1. Informieren oder verkaufen?
2. Was soll verkauft werden, worüber soll informiert werden?
3. Was ist der Mehrwert des Newsletters für die Empfängerinnen?
4. Welchem Bedarf der Zielgruppe entspricht der Newsletter?
5. Konkretisieren Sie die Ziele:
Soll der Newsletter einfach nur gelesen werden? Soll Ihr Name, der Name Ihres Unternehmens in Erinnerung bleiben? Soll die Information, die Sie senden, in Erinnerung bleiben (wenn Sie z.B. PR für Dritte machen)? Soll auf einen bestimmten Link geklickt werden? Soll Ihre Facebook-Seite geliked werden? Soll die Leserin Mitglied werden? Soll gespendet werden? Soll die Empfängerin zu einer bestimmten Veranstaltung gehen? Soll sie sich einfach nur für ein bestimmtes Thema interessieren? Soll sie ihr Bewusstsein ändern?
6. Wann würden Sie Ihren Newsletter als erfolgreich bezeichnen (z.B.: dann, wenn 10% der Leserinnen auf einen Link im Newsletter klicken)?

## 3. Der Newsletter – Inhaltliches Konzept

1. Erscheinungsmodus und -rhythmus (wie oft, regelmäßig, unregelmäßig, aus welchem Anlass?)
2. Worüber soll informiert werden?
3. Eine News, mehrere News, wie viele News?
4. Soll der Newsletter ausführlich berichten oder News nur anteasern und dann per Link auf die gesamte News verweisen? Bei Letzterem: Ist die regelmäßige Aktualisierung der Website gewährleistet? Gibt es für die Newsletter-Vorbereitung und Versendung einen Zeitplan, wie werden alle Beteiligten informiert?
5. Welcher Tonfall/ Stil korrespondiert mit der Zielgruppe: Welche Grundstimmung soll vermittelt werden? Seriös, geistreich witzig, etwas altmodisch, Jugendsprache, fremdwörterfrei, ironisch, albern, sachlich, emotional, moralisch?

## 4. Akquise von Newsletter-Empfängerinnen

1. An welchen bereits vorhandenen Verteiler wird versendet und wo sollen weitere Empfängerinnen akquiriert werden?
2. Online-Werbung: Eintragsmöglichkeit in der eigenen Website, Hinweis auf Newsletter z.B. bei Bestellvorgängen, Hinweis auf den Newsletter in der E-Mail-Signatur, Bannerwerbung auf anderen Websites, Anzeigen in anderen Newslettern
3. Offline-Werbung: Eintragsliste z.B. bei Veranstaltungen, Newsletter-Hinweis in den Informationsunterlagen über das Unternehmen

## 5. Grafisches Konzept und technische Umsetzung

1. Wie sollte das Design gehalten sein? Ruhig, elegant, schick, schlicht, unauffällig, bunt, kreischend, knallig, modern, klassisch? Welche Farben und warum?
2. Soll der Newsletter Bilder enthalten (auch ein Logo ist ein Bild!)? Wie viele Bilder? Sollen diese sofort angezeigt werden oder muss die Leserin sie downloaden? Wenn viele Bilder, bitte die Größe des Newsletters beachten.
3. Bei Online-Anmeldemöglichkeit: Was ist technisch erforderlich (z.B. unbedingt Double-Opt-In bei technisch misstrauischen Zielgruppen)? Welche technischen Leistungsanforderungen gibt es?
4. Mit welchem Programm/Tool sind diese umzusetzen?
5. Worüber soll die Erfolgskontrolle garantiert werden (Tracking via Newsletter-Tool, Statistik der Website, Rückmeldungen, Verkaufszahlen)?
6. Unter (2.) haben Sie Erfolgskriterien für Ihren Newsletter formuliert. Wie kann geprüft werden, ob diese erreicht wurden?

## 6. Budget-Planung

1. Welches Budget können/ wollen Sie für den Newsletter investieren?
2. Handelt es sich dabei in der Hauptsache um ein Finanz-Budget oder ein Zeitbudget?
3. Listen Sie die erforderlichen Arbeiten auf und überschlagen Sie, wie viel Zeit dafür einerseits einmalig, andererseits regelmäßig investiert werden muss. Ist das Ergebnis realistisch in Ihren Arbeitsalltag zu integrieren?
4. Listen Sie alle erforderlichen Investitionen und überschlagen Sie die Kosten. Ist das Ergebnis realistisch?

Wenn Sie beide vorherigen Fragen oder eine davon mit nein beantworten mussten, was sind die Alternativen? Wo können Abstriche gemacht werden?