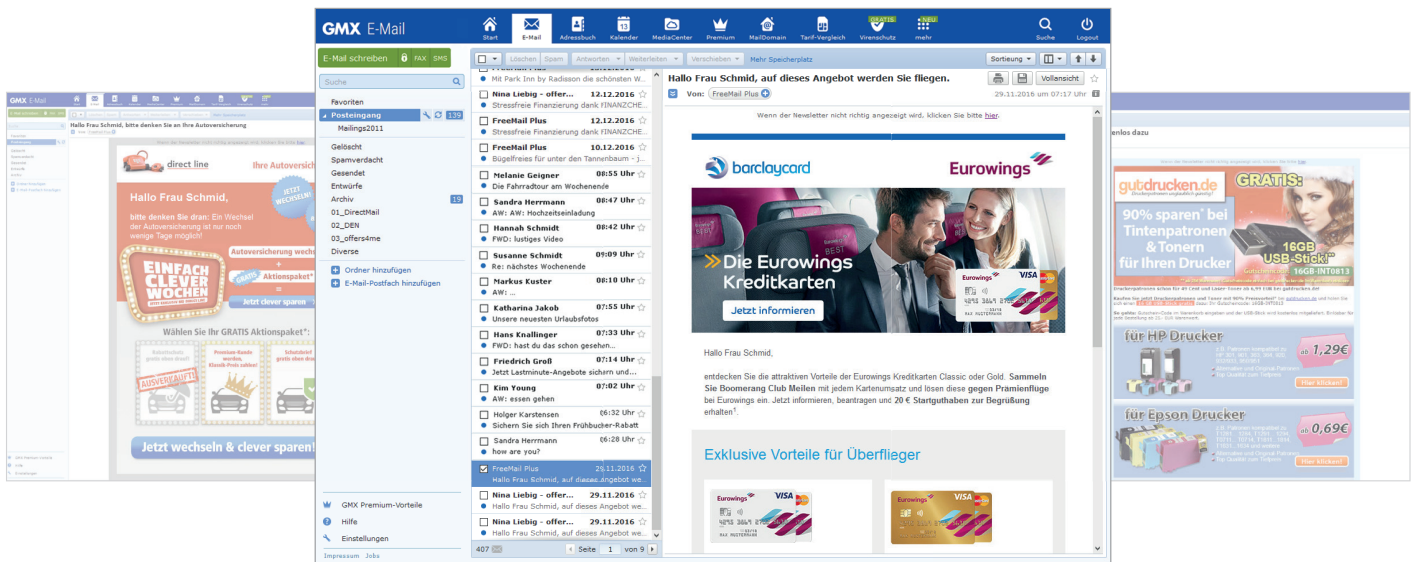


DIRECT E-MAIL CHECKLISTE

Gestaltungstipps, um maximale
Aufmerksamkeit zu generieren





1 GESTALTUNG UND AUFBAU

- ✓ Ist der Nutzen des Angebots klar und deutlich formuliert bzw. positioniert?
- ✓ Wird das Angebot durch Bilder visualisiert? Hierdurch kann die Anzahl der Clicks erhöht werden.
- ✓ Ist das Angebot zeitlich begrenzt? Hierdurch kann die Klickrate gesteigert werden.
- ✓ Ist das Kundenlogo im Sichtbereich platziert?
- ✓ Ist ein „Call-to-Action“ Button vorhanden und in den oberen 400 px der Anzeige platziert?
- ✓ Sticht die Handlungsaufforderung beim „Call-to-Action“ Button deutlich hervor?
- ✓ Sind die klickbaren Flächen für den Nutzer auf den ersten Blick erkennbar?
- ✓ Ist die Anzeige ausgewogen (Text-Bild-Anteil)?

2 VERLINKUNG & TRACKING

- ✓ Sind alle Grafiken verlinkt?
- ✓ Sind die passenden Ziel-URLs hinterlegt und leiten diese auf die korrekte Landingpage?
- ✓ Sind Ihre Social-Media-Kanäle im Template verlinkt?
- ✓ Ist bei Bewerbung von konkreten Angeboten ein Deeplink zur korrekten Landingpage vorhanden?
- ✓ Bezieht sich die Landingpage auf das beworbene Angebot?

3 TIPPS ZUM WORDING

- ✓ Ist die Kommunikation im Betreff, in der Anzeige und auf der Landingpage stringent?
- ✓ Ist die Betreffzeile klar formuliert und besteht aus max. 50 Zeichen inkl. Leerzeichen?
- ✓ Ist die Ansprache personalisiert?
- ✓ Kann bei der Ansprache ein Bezug zum Angebot hergestellt werden?

4 TECHNISCHE HINWEISE

- ✓ Ist das Template als physisches HTML angeliefert worden?
- ✓ Wird die max. Breite des Templates von 620 px nicht überschritten?
- ✓ Ist die maximale Dateigröße von 200 KB eingehalten?
- ✓ Soll eine Blacklist verwendet werden und wurde diese mit angeliefert?

Zusätzliche Hinweise:

- ✓ Der Kunde kann nicht als Absender auftreten.
- ✓ Unser Standardfooter ist in jeder E-Mail integriert.