



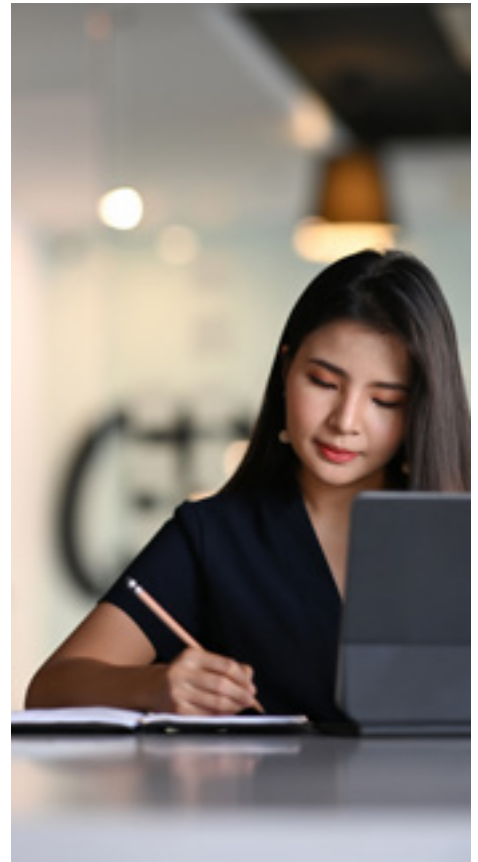
# Phorest

## Deine Email- Marketing-Strategie

Juli 2022

# Der Aufbau einer erfolgreichen, ergebnisorientierten Email-Kampagne

Schon beim Aufsetzen einer Email-Kampagne für ihren Salon denken viele, dass Kommunikation alleine ausreicht. Z.B. indem sie eine ausführliche Email mit viel Text und/oder Bildern an Kund:innen schicken und sie so dazu bringen, ihren nächsten Termin zu buchen.



Bei der Flut an Emails, die täglich im Posteingang landen, ist das leider weit von der Realität entfernt. Trotzdem ist es möglich und auch leicht umsetzbar, mit Email-Marketing einen erheblichen Investitionserfolg zu erreichen. Man muss sich einfach darüber klar werden, wovon die Ergebnisse abhängen.

In diesem Handbuch wirst du nicht nur die 5 zentralen Elemente kennenlernen, die du zum Entwerfen der nächsten Email für deinen Salon benötigst, sondern auch erfahren, wie du typische Stolpersteine erkennen und umgehen kannst. Das sind unsere einfachen 5 Schritte zum erfolgreichen Email-Marketing.



## Die 5 Schritte zum erfolgreichen Email-Marketing

Wenn du dich schon einmal gefragt hast: „Warum habe ich mit meinen Email-Kampagnen nicht den gewünschten Erfolg?“ oder „Was mache ich falsch?“, bist du sicher nicht allein.

Damit haben viele Saloninhaber:innen zu kämpfen. Oft liegt es daran, dass man direkt loslegen will und voller Begeisterung Newsletter versendet und neue Dienstleistungen, Produktlinien und Angebote verkündet. Das geschieht dann eher improvisiert und wenig strukturiert.

Bei der Unmenge an Emails, die heutzutage täglich im Posteingang landet, muss deine Kampagne zielgerichtet und strukturiert sein. Und nicht nur das: Sie muss eine packende Geschichte erzählen und eine Lösung für die Probleme deiner Kundschaft bieten. Diese sollten sie bereits angesprochen haben oder mit hoher Wahrscheinlichkeit darüber nachdenken.

Um dabei strukturiert und zielorientiert vorzugehen, hältst du dich am besten an die folgenden 5 Schritte:

**1** Überlege dir eine überzeugende Betreffzeile

**4** Füge eine Handlungsaufforderung ein

**2** Schreibe lesenswerten Inhalt

**5** Vergesse deine Signatur nicht

**3** Wähle relevante Grafiken aus

Betrachten wir nun jeden Schritt genauer.

Erstelle gezielte und überzeugende Marketingkampagnen mit durchschlagender Wirkung und fülle deinen Terminkalender, wenn du es am dringendsten brauchst. Umfassend ausgestattet bietet dir Phorest einen Email-Editor mit integrierter Rechtschreibprüfung, einer Bilddatenbank mit lizenzfreien Bildern und einem Fotoeditor. Außerdem erhältst du Zugang zu einer Vielzahl an Berichten, anhand derer du den Erfolg deiner Kampagne inkl. Öffnungs-, Klick- und Zustellraten verfolgen kannst.

# Schritt 1

## Überlege dir eine überzeugende Betreffzeile

Nach Angaben von Mailchimp liegt die Öffnungsrate bei den meisten Emails von Unternehmen kaum über 20 %. Wenn deine Betreffzeile nicht kreativ, informativ und lustig ist, wird die ganze Mühe, die du dir bei der Auswahl deiner Grafiken und beim Schreiben deiner Inhalte gibst, leider umsonst sein. Die Email sticht dann im Posteingang der Empfänger:innen nicht hervor und wird entweder gelöscht, archiviert oder wandert in den Spam. Stattdessen musst du Betreffzeilen schreiben, die dafür sorgen, dass deine Email häufiger geöffnet und angeklickt wird und sich letztendlich in Umsatz verwandelt.

## Du hast ein gespanntes Publikum, das darauf wartet von dir zu hören! Mit diesen bewährten Tipps aus der Praxis motivierst du sie, deine Emails auch zu öffnen:



- Betreffzeilen müssen klar und prägnant sein. Drücke dich dabei wie in einem normalen Gespräch aus.
- Optimierte die Zeichen- und Wortzahl auf etwa 17-24 Buchstaben. Wenn das nicht geht, achte darauf, dass die Zeile auch auf Mobilgeräten gut aussieht und schreibe nicht mehr als 50 Zeichen.
- Gestalte die Betreffzeile persönlich, in dem du Platzhalter wie „Vorname des/der Kund:in“ einfügst.
- Nutze die Aussagekraft von Emojis, verwende aber nicht mehr als 2 Stück.
- Achte auf die Groß- und Kleinschreibung.
- Füge wenn möglich eine relevante Zahl ein.

Mit dem Emoji-Symbol und der Schaltfläche „Personalisieren“ im Phorest-Email-Editor kannst du der Betreffzeile und dem Text deiner Email deinen persönlichen Touch verleihen.



# Schritt 2

## Schreibe lesenswerten Inhalt

Deinen Inhalt auszuschnückeren, damit die Geschichte, die du zu erzählen hast interessanter klingt, ist absolut in Ordnung. Aber nur drauflos zu texten, um Zeilen zu füllen, ist nicht der richtige Ansatz für Email-Marketing.

Wenn du bei diesem Schritt angelangt bist, geht es darum, dass dein Inhalt zusammen mit deinen anderen Marketingaktivitäten wirkt. Was möchtest du konkret mit dieser Email vermitteln? Wofür wirbst du jetzt gerade mit deinen Aktionen in den sozialen Medien oder im Salon selbst? Wie kannst du die Marketing-Email dabei einbinden?

Um diese Fragen zu beantworten und die Richtung zu bestimmen, in die deine Email gehen soll, ist es von Vorteil, wenn du auf einem Blatt einen **Übersichtsplan** mit den wichtigsten Informationen über die wesentlichen Marketingkampagnen anfertigst, die du in deinem Salon bereits betreibst. In diesem Plan legst du Folgendes fest:

**DEINE ZIELGRUPPE:**

Wen möchtest du ansprechen? Das wirkt sich auf die Art deiner Botschaft und eventuell sogar auf deine Wortwahl aus.

**Chancen:**

Worum geht es in deiner Email und wie kannst du deiner Kundschaft helfen, ein konkretes Problem oder eine Herausforderung zu lösen?

**Einblicke:**

Kannst du auf bestimmte Aussagen von Kund:innen oder persönliche Erfahrungen verweisen? Hast du vielleicht Daten, die deine Aussagen in der Email belegen?

**Gewünschtes Ergebnis:**

Wann ist das erhältlich, für das du gerade wirbst und wie können die Kund:innen auf dein Angebot zugreifen? Setze dir ein Umsatz- oder Buchungsziel.

**Kernaussagen:**

Was ist der Kern deiner Botschaft? Das könnte so etwas sein wie: „Bei dem Team von Firefly Salon sind Sie in guten Händen“.

*Sobald du dir deinen Plan zurechtgelegt hast, kannst du mit dem Schreiben beginnen und dabei die Persönlichkeit deines Salons einfließen lassen.*

Nutze das einfache Segmentierungstool von Phorest, um sicherzustellen, dass die richtige Botschaft an die richtigen Kund:innen geschickt wird, und das Terminierungstool, um sie zum richtigen Zeitpunkt abzuschicken.





# Schritt 3

## Wähle relevante Grafiken aus, die den Blick auf sich ziehen

Der erste Eindruck ist sehr wichtig, deshalb sind visuelle Darstellungen besonders wirksam. Besonders da die Aufmerksamkeitsspanne beim Browsen online relativ kurz ist.

Die richtigen Bilder tragen bei deiner Kampagne zu einer höheren Klickrate bei. Aber sei vorsichtig. Du kannst dich bei diesem Schritt schnell in der Menge der lizenzfreien Bilder verlieren.

## Damit das nicht geschieht, findest du folgend einige wichtige Hinweise für deine Auswahl:



- Suche nach Bildern, deren Farben gut zu denen deines Salon-Brandings passen.
- Achte darauf, dass die Bilder einen eindeutigen Fokuspunkt aufweisen.
- Greife nach Möglichkeit auf Bilder mit Mustern und hervorstechenden Elementen zurück, da diese sich eher positiv auf die Interaktion mit Kund:innen auswirken.
- Versuche wenn möglich Lifestyle-Bilder zu nutzen, die positive Gefühle hervorrufen.

Die Integration von Unsplash, einer lizenzfreien Bilddatenbank, ermöglicht dir den Zugang zu mehr als 2 Millionen Bildern. Im Phorest-Email-Editor kannst du so schöne, frei erhältliche Bilder herunterladen. Mit dem Fotoeditor kannst du die Größe der Bilder ändern, sie bearbeiten, sogar Text einfügen und sie nahtlos in deine Email einbinden.

# Schritt 4

## Füge eine Handlungs- aufforderung ein

Handlungsaufforderungen oder auch Mitmachelemente sind spezifische Aufforderungen in deiner Email, die Empfänger:innen anklicken sollen, um dann etwas zu tun. Am häufigsten werden deine Handlungsaufforderungen aus Links zu deiner Seite für Online-Buchungen, oder auch Online-Gutscheinen bestehen.



Es mag nur nach einer Kleinigkeit aussehen, aber wähle deine **Handlungsaufforderungen** mit Bedacht. Hier folgen einige Tipps, mit denen du deine ersten Mitmachelemente hervorragend gestalten und bereits vorhandene verbessern kannst:



- Achte darauf, dass die Mitmachelemente gut zu erkennen sind und nutze für die Schaltflächen möglichst die Farben deiner Marke.
- Verwende dazu handlungsorientierte Wörter („herunterladen“, „probieren“, „reservieren“, „buchen“, „mitmachen“, „abholen“, „starten“) anstatt allgemeine Formulierungen („klicke hier“, „kontaktiere uns“).
- Fasse dich kurz (2-5 Wörter), vermittele jeweils nur einen Gedanken.
- Sorge dafür, dass eigene Informationen leicht eingegeben werden können und Termine einfach zu buchen sind. Nach dem Anklicken einer Handlungsaufforderung sollte sie in 2-3 Schritten abgeschlossen werden können.

***Wenn du bei deiner Email-Kampagne mit dem Phorest-Email-Editor eine Schaltfläche mit einem Mitmachelement hinzufügen willst, klicke auf Schaltflächeneinstellungen und wähle dort die Farbe, die Beschriftung, den Link und die Ausrichtung deiner Schaltfläche aus.***

Manchen Studien zufolge sollte man bei Mitmachelementen auch "reizstarke" Worte wie „kaufen“ oder „bezahlen“ vermeiden, da sie eine stärkere Verpflichtung darstellen, zu der nicht alle bereit sind. Stattdessen kannst du sagen: „Jetzt stöbern!“, „Starte deine Suche hier!“, „Überzeuge dich selbst!“ usw.



# Schritt 5

## Überlege dir eine aussagekräftige Email-Signatur

Oft wird außer Acht gelassen, dass die Email-Signatur ein wirkungsvolles, aber subtiles Marketing-Werkzeug darstellt. Trittst du als „Team von“ oder als du selbst, also als Inhaber:in bzw. Geschäftsführer:in auf? Für jede dieser Varianten und sogar für eine Kombination der beiden gibt es gute Argumente. Es kommt lediglich darauf an, welche Art von Email du versendest.

Angenommen du möchtest eine persönlich gestaltete Email z. B. mit einer Produktempfehlung von einem deiner Mitarbeitenden verschicken. Dann könnte die Formulierung in der ersten Person die Email noch persönlicher machen. Durch deine persönliche Unterschrift oder dem Namen und Titel des Team-Mitglieds fühlt sich der/die Adressierte verstanden und spürt, dass dir die Beziehung wichtig ist.

Wenn du Signaturen für dein gesamtes Team anlegen möchtest, um sie bei Bedarf in deine Emails einzufügen, kannst du sie kostenlos mit einem Tool von Hubspot deiner Marke entsprechend gestalten.

### Ansonsten sollte eine gute Email-Signatur für dein Geschäft:

- Das Logo deines Salons / Instituts enthalten.
- Für alle Mitarbeitenden des Salons einheitlich sein.
- Den vollständigen Namen, Titel sowie Links zu deiner Webseite und zu deinen Social-Media-Konten beinhalten.
- Alle wesentlichen Kontaktangaben in leicht lesbarer Form zusammenfassen.
- Optisch ansprechend sein.
- Eine zusätzliche Textzeile mit einem Link zu z.B. der App deines Salons / Instituts, einem besonderen Angebot oder auch einer Bewertung enthalten.



**Julia Müller**  
Geschäftsführerin, Luxe Cuts

**E-Mail**  
julia@luxecuts.de [www.beispielluxecuts.de](http://www.beispielluxecuts.de)

"Ausgezeichneter Service. Julia und ihr Team machen die Zeit in ihrem Geschäft zu einem großartigen Erlebnis."

**Stephanie** 5/5 von Antonia bedient

"Freundliches Team. Gehe immer wieder gerne hin. Kann ich sehr für ihre Farbdienstleistungen empfehlen."

**Franziska** 5/5 von Patrick bedient





# EXTRA

## Niemand ist so gut, dass man ohne Korrekturlesung auskommt

Wir haben alle schon einmal zu früh auf "senden" gedrückt. Die Email, die wir so sorgsam verfasst haben ist kaum verschickt, da merken wir, dass etwas nicht ganz stimmt.

Das mag nur ein Tippfehler oder eine falsche Preisliste sein, aber egal worum es geht: Die Email ist jetzt in Umlauf und bei deinen bestehenden bzw. potenziellen Kund:innen aus der sorgsam segmentierten Liste im Posteingang eingetroffen.

## Damit es gar nicht erst so weit kommt, achte immer darauf, dass:

- Du selbst Korrektur liest und dazu die Rechtschreib- und Grammatikprüfung einer Software oder einen Online-Schreibassistenten verwendest.
- Du eine Testmail an eine:n Kolleg:in schickst und darum bittest, deine Links zu prüfen und den Inhalt Korrektur zu lesen.

Der Phorest-Email-Editor enthält bereits eine Rechtschreibprüfung, die Fehler bei der Rechtschreibung, bei Satzzeichen und der Grammatik erkennt. Mit der Schaltfläche „Test senden“ kannst du im Editor jederzeit die aktuelle Fassung deiner E-Mail an dich selbst oder an Teammitglieder verschicken.

Deine Email enthält jetzt die fünf wesentlichen Elemente, die für das Ergebnis entscheidend sind. Aber erst wenn du deine Email **Korrektur gelesen und getestet** hast, solltest du deine Kampagne auch abschicken.

## Du möchtest mehr über Phorest erfahren und es selbst ausprobieren?

Lasse dir Phorest in einer unverbindlichen Demo zeigen und finde heraus, wie wir dich dabei unterstützen können, deinen Salon oder dein Kosmetikinstitut weiterzuentwickeln.

**Kontakt: +49 (0)221 99968130 / [hallo@phorest.de](mailto:hallo@phorest.de)**

#TogetherWeGrow

 Phorest