

Leitfaden eMail-Marketing und Newsletter-Gestaltung: Erfolg im Online-Marketing

Von Torsten Schwarz

ebooks | Download PDF | *ePub | DOC | audiobook



 Download

 Read Online

Produktinformation - Verkaufsrang: #611180 in BcherVerffentlicht am: 2004-09-01Abmessungen: 8.54 x .67b x 6.06l, Einband: Gebundene Ausgabe194 Seiten | File size: 67.Mb

Von Torsten Schwarz : Leitfaden eMail-Marketing und Newsletter-Gestaltung: Erfolg im Online-Marketing before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Leitfaden eMail-Marketing und Newsletter-Gestaltung: Erfolg im Online-Marketing:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen23 von 27 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Nette LektreVon murtowDer Leitfaden eMail Marketing und Newsletter Gestaltung hat so seine wenigen Strken, aber viele

Schwächen. Das Gute vorweg. Nach der Lektüre war ich schrecklich motiviert, einen eigenen, personalisierten Newsletter zu gestalten. Der Stil des Buches suggeriert nämlich frei nach Bob, dem Baumeister, dass "Yo, wir schaffen das!" die Devise ist und alles möglich ist, solange man es nur macht und möglichst auch nach den Schwarzen Regeln. Im Endeffekt streckt das Buch allerdings den drftigen Inhalt nur künstlich auf 192 Seiten. Zum wissenschaftlichen Arbeiten eignet es sich außerdem erst recht nicht - dafür ist es zu marktschreierisch und frei nach Schnauze geschrieben - aber das sollte wahrscheinlich auch nicht die ursprüngliche Intention sein. Alles in allem - nett, aber nicht mehr. In Ermangelung an Alternativen empfehle ich das Buch den Lesern, die sich mal rudimentär über Email Marketing informieren wollen. 17 von 20 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Das Thema hätte ein besseres Buch verdient. Von Rene Classen Wenn man dem Klappentext glauben kann, ist es der Anspruch des Buches, den Leser in die Welt des professionellen Email-Marketings heranzuführen. Doch dieses selbstgesteckte Ziel erreicht der Autor nur bedingt. Zwar sind seine Ausführungen zu sämtlichen Aspekten des Themas inhaltlich korrekt, doch sie bleiben zu sehr an der Oberfläche, um wirklich nützlich zu sein. Eine tiefgehende Auseinandersetzung mit zentralen Fragen wie der Bedeutung der Betreffzeile oder den Möglichkeiten der Personalisierung findet kaum statt. Technische Details werden kaum erlutert und Beispiele aus der Praxis sucht man erst recht vergebens. Das größte Manko des Buches ist jedoch seine lieblose Machart. Das fängt beim billig wirkenden Layout an, setzt sich bei der teilweise ungelungenen Formulierung des Textes fort und endet bei den endlosen Wiederholungen, mit denen das Buch mühsam auf 192 Seiten gestreckt wurde: Teilweise wurden sogar ganze Passagen wortwörtlich von einem Kapitel ins nächste übernommen. Insgesamt macht das Buch wenig Lust auf das Medium Email als Werbemittel. Wer ernsthaftes Interesse an dem Thema hat, ist vermutlich mit den Webseiten diverser Email-Marketing-Organisationen besser bedient. 0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. E-Mail (Marketing), Theorie - für Anfänger Von E. Seifert Für einen Überblick ist das Buchlein ja ganz gut zu gebrauchen, aber ... den für mich relevanten Inhalt kann ich Ihnen hier auflisten: 1. Welchen Nutzen hat der Newsletter für meine Kunden, damit er diesen nicht abbestellt? 2. Wie oft frequentiere ich diesen mit dem Newsletter? 3. Der NL muss personalisiert sein. Was ich gesucht habe war ein theoretisches Buch über E-Mail-Marketing für den Bereich "mittelgroßer Onlineshop mit 5.000 Artikeln und einem beherzten Kundenstamm". Hier liegt aber ein rein theoretisches Buch vor mit der Zielgruppe mittelständiges Unternehmen (und größer) vor. Aber dennoch: + viel und gut aufbereitetes theoretisches Wissen + Checklisten (aus allen Bereichen) + gesetzliche Grundlagen (Was ist rechtens, was nicht?) + Vergleiche Brief / E-Mail + Do's and Don't's bei E-Mail + SPAM Kapitel ausführlich (Blacklist, Whitelist) - auf mittelgroße und größere Unternehmen bezogen - keine eingehen auf kleinere Shop-Betreiber (z.B. xt-Commerce oder osCommerce usw.) - viel zu viel Text-Wiederholungen (teils auch Copy Paste wie hier bereits schon erwähnt wurde) - Kapitel zu Layout und Gestaltung eines Newsletters mittelmäßig, Beispiele dazu ebenso - erwähnte Newslettersysteme / Programme werden nicht namentlich genannt, es wird kein Vergleich zwischen den einzelnen aufgezeigt - bzgl. genannter Newsletterversender: keine Links zu den Anbietern, fehlende Erfahrungswerte ob es sich lohnt für 50.000 angemietete Mail-Adressen einen Standalone Newsletter zu versenden (der bereits in der Grundausstattung fast mit knapp 2500 EUR !!! zu buchen schlägt), fehlende Kostenbeispiele - Inhalt des Buches hätte auch locker auf einem 50-80 Seiten-Manuskript Platz gefunden (zu viele Wiederholungen) - Beispiele aus der Praxis (Kommentare) irgendwie nutzlos (subjektiver Eindruck, haben mich beim Lesen eher gestört als genutzt) - Eingang auf Technik (HTML, Plain-Text) nur theoretisch, keine praktischen Beispiele (dabei ist der Newsletter von ABSOLIT richtig gut, den hätte er z.B. gut als Grundlage nehmen können) Der für mich entscheidende Satz aus diesem Buch: Was muss ich tun damit der Kunde meinen Newsletter nicht abbestellt und warum sollte er diesen überhaupt aufmachen? Wie bereits gesagt, für den Einstieg, bzw. Überblick ganz ok, da man sich am Schluss ja dann doch ein paar Fragen stellt wie man den eigenen Newsletter besser machen kann.

Produktbeschreibung Autor Torsten Schwarz - Dritte Auflage 2005 - Hardcover - Das Buch beinhaltet das Thema Neue Kunden gewinnen und binden, Mailingkosten sparen