



SUCHE

[erweiterte Suche](#)

MARKE-X MAGAZIN

AKTUELLE AUSGABE

Lesen Sie die aktuelle Ausgabe von marke-X

BISHERIGE AUSGABEN

Alle bisherigen Ausgaben mit kurzer Inhaltsangabe

INFO CENTER

Links zu Hunderten von Artikeln

BÜCHER

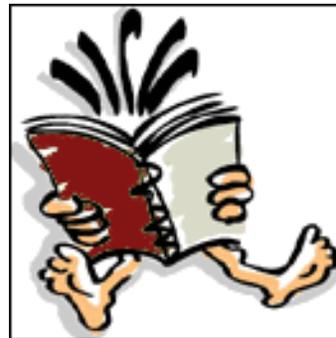
Aktuelle Buchempfehlungen

SERVICE

KONTAKT

[ÜBER MARKE-X](#)[IMPRESSUM](#)[MEDIADATEN](#)

Loyale Leser - Wie Sie aus passiven Abonnenten eine aktive Leserschaft machen



Hat Ihr Newsletter loyale Leser? Beteiligen sich Ihre Leser am Inhalt Ihrer Publikation, an Umfragen oder teilen Ihnen mit, was sie an Ihrem Newsletter stört und was man verbessern könnte? Wenn

nicht, dann ist es an der Zeit zu überlegen, wie Sie aus Ihren passiven Abonnenten eine Gruppe von Fans machen, die jede neue Ausgabe Ihres Newsletters sehnsüchtig erwartet.

Der Schlüssel zu einer loyalen Leserschaft liegt in einer aktiven Beziehung zu Ihren Abonnenten. Um die Kommunikation mit Ihren Lesern anzuregen, müssen Sie Interaktionsmechanismen integrieren. Je nach Art Ihrer Publikation (Newsletter, Mailingliste, E-Zine etc.) sollten Sie Ihren Lesern ein paar der folgenden Response Möglichkeiten bieten.

1. Leserbriefe

Fast jedes Magazin bringt ganz zu Beginn eine Rubrik mit Leserbriefen. Hier wird Lob, Kritik und auch Ärger über den ein oder anderen Beitrag kundgetan. Auch für einen

Montag, 3. Mai 2004

NEWSLETTER

Abonnieren Sie den **marke-X Newsletter** Kostenlos dazu: Sascha Langners Top 10 Tipps für erfolgreiche Newsletter



Newsletter ist dies ein hervorragende Möglichkeit, seinen Lesern zu zeigen, dass ihre Meinung wichtig ist und gehört wird. Bitten Sie Ihre Leser, nach jedem Artikel um ein Stellungnahme zu dem behandelten Thema. Veröffentlichen Sie dann eine Auswahl der Einsendungen in einer neuen Rubrik. Um den Stein ins Rollen zu bringen, ist es sinnvoll, Kollegen, Bekannte oder Freunde darum zu bitten, ein paar Statements zu Ihren Artikeln abzugeben. Sobald Ihre Leser sehen, dass sich andere Abonnenten aktiv an der neuen Rubrik beteiligen, sinkt die Hemmschwelle, selbst eine E-Mail zu verfassen.

2. Fragen Sie den Experten

Fordern Sie Ihre Leser dazu auf, Fragen an Sie zu stellen. Beantworten Sie dann eine Auswahl ausführlich in Ihrem Newsletter. Diese Art der Interaktion kann hochgradig effektiv sein. Sie finden auf diese Weise nicht nur heraus, was genau Ihre Leser interessiert, sondern erhöhen gleichzeitig Ihr Ansehen als Experte in Ihrem Fachgebiet. Geschickt angestellt kann man aus den Fragen und Antworten sogar einen eigenen Newsletter gestalten. In den USA gibt es bereits eine Menge solcher Mailinglisten. Die bekannteste ist der von Marketing Papst Ralph Wilson herausgegebene Newsletter "Web Marketing Today - Free Weekly".

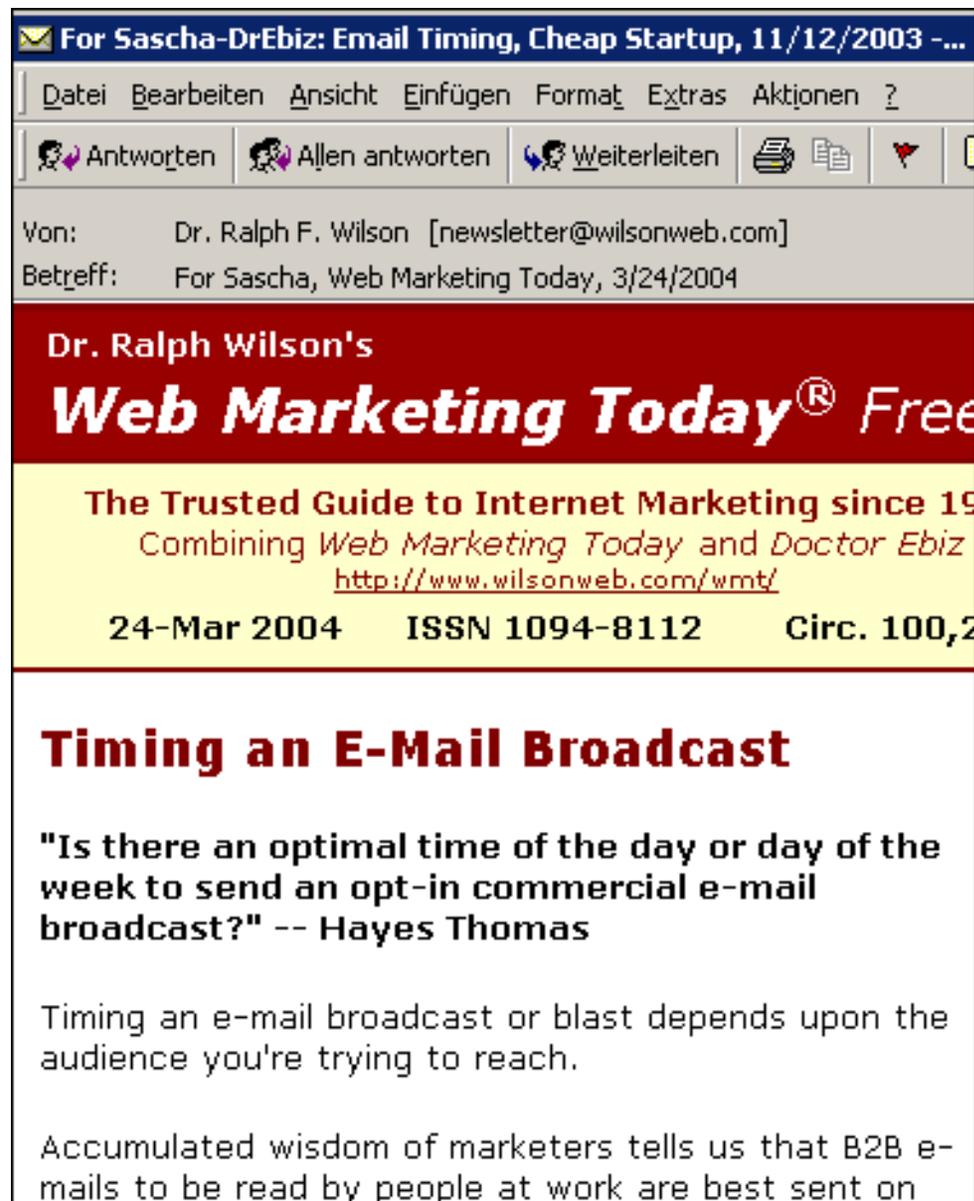


Abbildung 1: Web Marketing Today Newsletter

Um eine aktive Beziehung mit Ihrer Leserschaft aufzubauen, ist die Rubrik "Fragen Sie den Experten" fast immer die effektivste Methode. Aber vorsichtig! Um niemanden zu verärgern, müssen Sie wohl oder übel alle Fragen Ihrer Leser zumindest kurz beantworten; auch wenn Sie sie nicht in Ihrem Newsletter verwenden. Aus eigener Erfahrung kann ich

nur sagen, dass dies je nach Abonentenzahl recht zeitaufwendig werden kann.

3. Umfragen

Wenn Sie jetzt sagen: "Umfragen? Da antwortet doch sowieso keiner drauf.", dann haben Sie im Prinzip Recht. Wenn eine Umfrage nicht interessant gestaltet und kurz gehalten ist, ist die Zahl der Umfrageteilnehmer regelmäßig gering. Wenn Sie es jedoch geschickt anstellen, erhalten bei jeder Umfrage, die Sie durchführen, konstant hohe Teilnehmerzahlen.

- Fassen Sie sich **kurz!** Die Beantwortung sollte nicht länger als eine halbe Minute dauern. 20-30 Sekunden kann fast jeder entbehren, auch wenn er noch so beschäftigt ist.
- Gestalten Sie Ihre Fragen **unterhaltsam**. Wer trocken nach einer Bewertung von 1 bis 10 fragt, wird weniger erfolgreich sein als jemand, der kleine Späselemente einbaut. In einer Umfrage von einer Hundeliebhaberseite wurde ich beispielsweise nach einer Bewertung in Hundekuchen und Knochen gefragt.
- Stellen Sie **interessante Fragen**. Wenn Ihre Leser einen Anreiz haben, zu sehen, was andere Abonnenten zu diesem Thema meinen, dann ist die Anzahl der Teilnehmer an der Umfrage wesentlich größer.
- **Einfach!** Wenn Sie eine E-Mail Umfrage gestalten, dann sollten Ihre Abonnenten nur auf den Antwort-Button klicken, ein/zweimal den Buchstaben X eintragen und zu guter Letzt den Senden Knopf betätigen müssen. Ist die Umfrage auf Ihrer Website (oder als HTML e-Mail)? Dann sollten Sie nur bis zu drei Multiple Choice Fragen

anbieten. Dreimal klicken und abschicken. Fertig.

- **Anonym.** Vor allem in Deutschland haben die Menschen Angst vor Missbrauch Ihrer persönlichen Daten. Auch wenn es schön zu wissen ist, wer welche Antwort gibt, sollten die Angabe von persönlichen Informationen nur optional sein.

Wichtig! Veröffentlichen Sie die Auswertung Ihrer Befragungen in Ihrem Newsletter. Jeden interessiert es, was geantwortet wurde und ob beispielsweise eine Rubrik gut ankommt oder nicht. Wenn Sie Ihren Abonnenten regelmäßig die Ergebnisse Ihrer Umfragen mitteilen, dauert es nicht lange, bis selbst die eingefleischten "Nichtausfüller" von Fragebögen, den Drang bekommen, sich ebenfalls zu beteiligen.

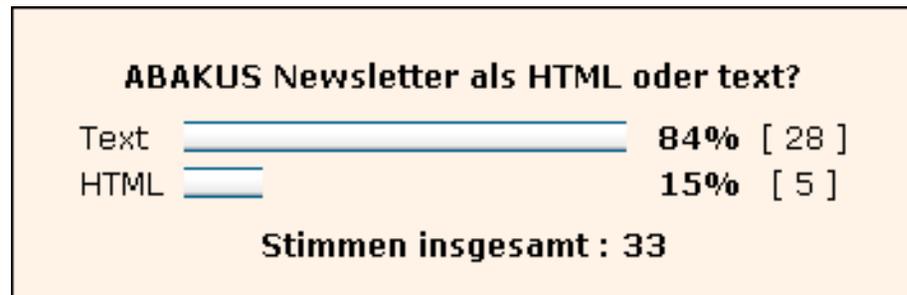


Abbildung 2: Zwischenergebnis einer Umfrage von Abakus-Internet-Marketing

4. Belohnungen

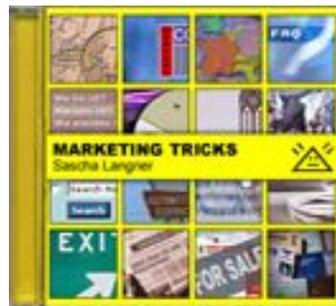
Führen Sie unter den Lesern Ihres Newsletter regelmäßige Verlosungen durch. Teilnehmen darf nur, wer auch tatsächlich Abonnent ist. Sie erhöhen somit geschickt die Attraktivität Ihres Newsletters. Achten Sie darauf, einen Preis zu wählen, den Ihre Leserschaft interessant findet. Sinnvoll sind Ihre eigenen Produkte, Rabattgutscheine, ein Monat Zugang zu Ihrem Premium Content etc. Auch Umfragen

können erfolgreicher sein, wenn etwas zur Belohnung ausgesetzt ist.

Vermeiden Sie es aber, von einem Gewinnspiel zu sprechen. Gewinnspiele unterliegen in Deutschland strengen gesetzlichen Auflagen, was die Teilnahmemöglichkeiten, Datenschutz und die Vergabe des Gewinns angeht. Wenn Sie jeden Monat einem zufällig ausgewählten loyalen Leser ein Geschenk unterbreiten oder Teilnehmer Ihre Umfragen belohnen, ist dies vollkommen legitim und erhöht die Bindung an Ihre Publikation.

Wenn Sie eine aktive Beziehung mit Ihren Lesern führen, gewinnen Sie nicht nur loyale Leser, sondern erfahren wesentliche Informationen über Interessen und thematische Vorlieben. Damit können Sie einen Newsletter gestalten, der in Sachen Interaktivität und Zielgruppenschärfe Ihren Wettbewerbern weit überlegen ist.

Sascha Langners persönliche Marketing Taktiken gibt es jetzt zu kaufen: Marketing Tricks: Guerilla Strategien für erfolgreiches Promoten und Verkaufen im Internet.



Geheime Guerilla Taktiken, Hunderte Tipps und Tricks sowie zahlreiche bewährte Strategien, die in der Vergangenheit diversen Websites zum Erfolg verhalfen. All das gibt es

jetzt als interaktiven Leitfaden auf einer prall gefüllten CD-ROM.

Achtung! Die CD ist auf 1.000 Stück limitiert. Sichern Sie sich jetzt Ihr persönliches Exemplar.

URL: <http://www.marketing-tricks.de>

Ihre Garantie: Sie gehen kein Risiko ein. Wenn Ihnen die CD-ROM aus irgendeinem Grund nicht gefällt, können Sie sie ohne Angabe von Gründen zurückschicken, und Sie erhalten Ihr Geld zurück.

Weiter zu:

[Effektive Mund-zu-Mund-Propaganda - So nutzen Sie virales Marketing](#)

[Adgames - Spielspaß im Dienste der Werbung](#)

Bestellen Sie den monatlichen e-Mail Newsletter, **marke-X Internet Marketing**[®]. Mit über 3.200 Abonnenten ist marke-X einer der erfolgreichsten Internet Marketing Newsletter in Deutschland.

Anrede

Vorname

Nachname

e-Mail

[Startseite](#) - [Aktuelle Ausgabe](#) - [Archiv](#) - [Info Center](#) - [Bücher](#)

[Kontakt](#) - [Über marke-X](#) - [Impressum](#)

© Copyright 1999-2004 [marke-X](#), Magazin für Internet Marketing.

Aller Rechte vorbehalten. E-Mail: sascha.langner@marke-x.de

Ihre Web Marketing Infoquelle: <http://www.marke-x.de>