

So kommen E-Mails der Shopbetreiber bei ihren Kunden an

Es gibt viele Gründe, warum E-Mails im Spam landen können, blockiert werden oder die Empfänger gar nicht erreichen. Besonders im E-Commerce kann dies den Umsatz negativ beeinflussen, da Newsletter und andere Mailings zum Teil hohe Umsätze erzielen. Schwierigkeiten macht es auch, wenn sogenannte Transaktionsmails der Shops nicht ankommen, sprich Rechnungen, Auftragsbestätigungen etc. Doch mit diesen Tipps kommen Mails auch in Zukunft an – für zufriedene Kundinnen und Kunden und weiterhin hohe Umsätze.

Auch wenn die E-Mail ein lang bewährtes Kommunikationstool ist, haben sich die Spielregeln geändert. Spätestens mit den letzten Ankündigungen von **Google und Yahoo** ist dies auch zu den Versendern kommerzieller E-Mails durchgedrungen. Mailboxprovider agieren als „Türsteher“ ihrer Nutzer und müssen auf verschiedene Punkte achten, um zu entscheiden, ob sie E-Mails annehmen und in welches Postfach sie diese einordnen sollen. Für die erfolgreiche Zustellung von E-Mails gibt es als Versender ein paar wesentliche Themengebiete zu beachten:

E-Mail-Authentifizierung (SPF, DKIM, DKIM Alignment, DMARC)

Die E-Mail-Authentifizierung ist ein wichtiger Bestandteil, um Vertrauen zu schaffen. Sie ermöglicht es dem Empfänger, die Echtheit einer E-Mail zu überprüfen und sicherzustellen, dass sie von einer vertrauenswürdigen Quelle stammt. Durch die Authentifizierung kann der Absender einer E-Mail nachweisen, dass er tatsächlich die Person oder Organisation ist, die er vorgibt zu sein. Spoofing, Phishing und andere Angriffe können das Vertrauen in eine Marke oder ein Unternehmen stark schädigen.

Listenaufbau und -pflege, Segmentierung

Die Qualität einer Verteilerliste ist sehr relevant. Eine qualitativ hochwertig aufgebaute und gut gepflegte Verteilerliste verhindert Spambeschwerden und hat somit großen Einfluss auf die Reputation des Absenders und somit auf die Zustellbarkeit seiner E-Mails. Leider wird diese Tatsache von vielen Versendern unterschätzt. Zentrale Punkte hierbei sind die Einwilligung, Automatisierung, Segmentierung und Abmeldung. Wenn diese Punkte beachtet werden, wird das Risiko für Spambeschwerden geringgehalten.

Content & Engagement

Es ist wichtig, dass Versender den Mehrwert in ihren E-Mails regelmäßig überprüfen und sicherstellen, dass er auf die Bedürfnisse und Interessen der Empfänger zugeschnitten ist. Investieren Sie Zeit, um relevante und ansprechende Inhalte zu erstellen. Dadurch erhöhen Sie die Wahrscheinlichkeit, dass Ihre E-Mails geöffnet, gelesen und sogar weitergeleitet werden. Mailbox-Provider werten diese Aktionen als positives Signal für die Qualität Ihrer E-Mails und betrachten Sie als vertrauenswürdigen Versender und Ihre E-Mails als erwünscht.

Bounce-Management

Die Überwachung und Bearbeitung von Bounces wird von vielen Versendern nicht genügend beachtet, obwohl es sich dabei um ein wichtiges Thema für die E-Mail-Zustellbarkeit handelt. Eine Bounce-Nachricht ist eine automatisch generierte E-Mail, die vom Mailbox-Provider an den Absender gesendet wird, um ihn darüber zu informieren, dass die ursprüngliche E-Mail nicht zugestellt werden konnte. Es gibt zwei Arten von Bounces, die nach ihrer Ursache unterschieden werden: Soft Bounces und Hard Bounces.

Beschwerdemanagement

Beschwerden können immer auftreten und lassen sich auch bei Einhaltung von Qualitätsstandards nicht vollständig vermeiden. Entscheidend ist jedoch, wie Sie mit diesen Beschwerden umgehen. Beschwerden sind ein wertvolles Feedback und zeigen Ihnen, wo es Probleme gibt und wo Verbesserungsbedarf besteht.

CSA Email Summit in Köln

Auf dem **CSA Email Summit** vom 22.4.-24.4.2024 in Köln trifft sich die internationale E-Mail Branche, um Zukunftsthemen zu besprechen und das 20-jährige Jubiläum der **Certified Senders Alliance** zu feiern. Über 30 internationale Experten vermitteln ihre Expertise in 27 Talks, Lightning Talks, Master Classes und Workshops. Darüber hinaus gibt es zahlreiche Möglichkeiten zum Networking, inklusive Abendevent – alles unter dem Motto „Trust Fuels The Future“.

Wenn Sie als Shopbetreiber daran interessiert sind, dass Ihre E-Mails die gewünschten Empfänger auch in Zukunft noch erreichen, sollten Sie sich dieses Event nicht entgehen lassen. Erfahren Sie, wie Sie heute und in Zukunft Vertrauen bei Mailbox Providern und Ihren Empfängern aufbauen und

so effektiv über E-Mail kommunizieren. Mit dem Voucher Code CSA-100-NCK77XTL52YTCZPP erhalten Sie als Leserin oder Leser dieses Blogs 100 Euro Rabatt.

Jetzt informieren und anmelden.



The banner features a dark blue background with a glowing moon and stars. In the top right corner, there is a logo consisting of a blue diamond shape with a white 'C' inside, followed by the letters 'CSA' in a large, white, sans-serif font. Below 'CSA' are the words 'Email Summit' in a smaller white font, and '20th Anniversary Edition' in a yellow, cursive font. In the center, the dates '22 - 24 APRIL 2024, COLOGNE' are written in white, with a thin white horizontal line underneath. Below the line, the main title 'TRUST FUELS THE FUTURE' is written in a large, bold, white, sans-serif font. At the bottom, the website 'SUMMIT.CERTIFIED-SENDERS.ORG' is written in a smaller white font.

CSA
Email Summit
20th Anniversary Edition

22 - 24 APRIL 2024, COLOGNE

TRUST FUELS THE FUTURE

SUMMIT.CERTIFIED-SENDERS.ORG