E-Book: Ausgabe #6

easybooking

GÄSTE NEWSLETTER

WORAUF SIE ALS VERMIETER ACHTEN SOLLTEN

WIR SIND TOURISMUS

Kennen Sie noch das

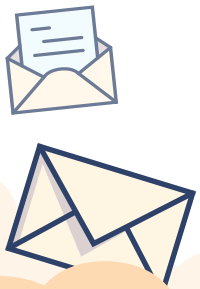
"Mitteilungsblatt" oder den "Infobrief?"

Schon lange gibt es direkt adressierte Werbesendungen, um Kunden über Angebote zu informieren. Doch mit der **Digitalisierung** hat sich auch diese **Werbeform verändert** und dem elektronischen Newsletter Platz gemacht: ein regelmäßig erscheinendes Rundschreiben per E-Mail an eine ausgewählte Empfängergruppe.

Newsletter mit Mehrwert, aber wie?

Sie wissen es sicher aus eigener Erfahrung: nur selten vergeht ein Tag, an dem wir nicht fünf Werbe-Mails erhalten, in denen uns Reinigungsfirmen von ihrer neuesten Holzdielen-Bodenreinigung überzeugen möchten. Doch 9 von 10 Nachrichten öffnen wir schon gar nicht mehr. Und warum? Weil wir – wenn wir nicht gerade eine außergewöhnliche Vorliebe für Bodenpflege haben – davon ausgehen, dass der Inhalt für uns nicht relevant ist. Und somit ist er uns den Aufwand eines Klicks nicht wert. Und genau das gilt es zu durchbrechen!

Machen Sie aus dem einfachen Werbemail einen Newsletter, der aus der Masse herausticht und Ihre Gäste begeistert! **Wir helfen Ihnen dabei!** 😊



Rechtliche Rahmenbedingungen

Die Datenschutzgrundverordnung – abgekürzt **„DSGVO“** und seit 25.5.2018 in Kraft - erlaubt den Newsletter-Versand nur an Personen, die ausdrücklich ihre **Zustimmung** gegeben haben, dass ihre Daten für den Newsletter-Versand gespeichert und genutzt werden dürfen.

Nichts ohne Zustimmung

Diese Einverständniserklärung muss durch eine aktive Handlung der jeweiligen Personen stattfinden z.B.: über ein **Anmeldeformular** über Ihre Website mit entsprechenden **Checkboxen**, die sie auswählen müssen. Man spricht dabei vom sogenannten **„Opt-In“-Verfahren.** Bereits vorausgefüllte Checkboxen, bei welchen Personen eine automatische Zustimmung geben, sind nicht erlaubt!

Für Sie als Vermieter bedeutet das, dass Sie Newsletter nur an jene Gäste schicken dürfen, die aktiv darum gebeten haben bzw. deren Erlaubnis Ihnen vorliegt. Da Sie beim Versand von Newslettern auf persönliche Daten Ihrer Gäste (E-Mail Adresse, Name) zurückgreifen, stehen Sie als „Datenverarbeiter“ in der Pflic t, deren Einwilligungen dazu jederzeit nachweisen zu können.

Newsletter-Software

Es gibt verschiedene **kostenlose wie kostenpflichtige Tools** für den Versand von Newslettern. Diese helfen Ihnen dabei, die E-Mail **Adressen** Ihrer Newsletter-Abonnenten zu verwalten, individuelle **Vorlagen** zu erstellen, langfristige Kampagnen zu planen und **Kennzahlen** wie die Öffnungs ate (wie viele Gäste haben den Newsletter angesehen) oder die Klickrate (wie viele haben auf einen Button/Link geklickt) zu analysieren. Testen Sie verschiedene Programme auf ihre Fähigkeiten und nutzen Sie, was Ihnen am besten zusagt!

Kleiner Tipp: online find t man übrigens ganz einfach Vergleichsberichte von verschiedenen Newsletter-Tool-Tests.

Betreff

Wie sagt man so schön? Der erste Eindruck zählt! Weckt der Betre eines Newsletters unsere **Aufmerksamkeit**, öffnen wir ihn. Stellt sich nur die Frage, wie man die Aufmerksamkeit der Leser in der Flut der täglichen Mails gewinnt?

Für Sie als Vermieter dürfte das aber kein Problem sein, schließlich **kennen Sie ja Ihre Gäste** und haben ein gewisses Gespür dafür, was sie interessieren könnte. Veranstaltungshinweis, Früh- & Wiederbucher-Bonus oder Umbau? Neben dem Thema geht es aber auch um die Formulierung des Betreffs. Stellen Sie direkte Fragen, versprechen Sie einen Mehrwert und seien Sie auch ruhig mal etwas frech oder provokant in der Formulierung - denn 0815-Sager kennen auch Ihre Gäste zu genüge.

Unsere Tipps für den richtigen Betreff:

- **Kurz & knackig:** verwenden Sie maximal 50 Zeichen, denn die Anzeige der Betre -Zeile ist bei vielen Mailprogrammen begrenzt.
- **Doppelt hält nicht immer besser:** wenn Ihr Unterkunftsname bereits im Absender enthalten ist, muss er nicht mehr in den Betre .
- **Abwechslung:** immer gleichbleibende Betreff eilen á la „aktuelle Neuigkeiten aus dem Hotel Edelweiß" langweilen Ihre Gäste.
- **Nutzen vermitteln:** geben Sie Ihren Gästen einen Anreiz auf den Mehrwert, den sie durch den Newsletter erhalten – „10 Tipps für Entspannung im Urlaub" oder „Entspannung im Urlaub? So geht's!" Wichtig ist allerdings: halten Sie Ihre Versprechen und liefern Sie, was Sie ankündigen.
- **Spam-Mailings vermeiden:** es gibt bestimmte Phrasen, die von Mailprogrammen abgefangen und direkt in den Spam-Mail-Ordner transportiert werden: „Supergünstig", „Lust auf..." oder „heiße Preise und scharfe Angebote". Rechtschreibfehler oder zu viele Ausrufezeichen hintereinander wirken auf die Leser auch unprofessionell.
- **Direkte Ansprache:** Personalisieren Sie den Betre wenn möglich mit dem Namen des Empfängers – die direkte Ansprache erhöht die Aufmerksamkeit.
- **Emojis erwecken Emotionen:** Ein Smiley, eine Sonne, ein Warnzeichen – je nach Thema können Icons im Betre als Eyecatcher wirken!

Herr Steiner, unser Newsletter-E-Book ist online!

E-Book jetzt online.

Kurz und mit Emotionen

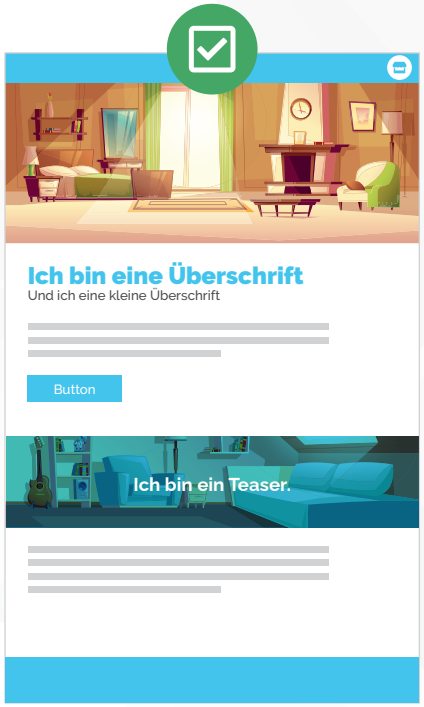
Text:

Nicht nur Sie haben viel zu tun, auch die Aufmerksamkeitsspanne Ihrer Gäste ist gering. Deshalb sollten Ihre **Newsletter nicht zu lang** sein! Wenn die Leser bereit sind, ein- bis zweimal zu scrollen, dann ist das schon ein Erfolg. Also formulieren Sie die Inhalte **kurz** und **auf den Punkt gebracht** – wiederholen Sie sich nicht und verwenden Sie keine unnötigen Füllworte.

Bild:

Bilder wecken Emotionen. Warum lassen Sie also nicht mal Ihr Bildmaterial für sich sprechen? Häufig b aucht es nämlich gar nicht mehr als **ein gutes Foto,** um die gewünschte Botschaft zu überbringen und Ihre Gäste zu überzeugen!

PS: Denken Sie dabei aber bitte an die Dateigröße des verwendeten Bildes, damit der Newsletter auch ohne Schwierigkeiten gesendet & geöffnet werden kann. Und bitte auch an die Bildrechte. ☺



Regelmäßigkeit

Möchten Sie als Vermieter **Verbundenheit** zur Ihren Gästen herstellen und sie laufend mit den neuesten Informationen versorgen. Dann verschicken Sie den Newsletter **regelmäßig!** Aber Achtung: ein wöchentlicher oder monatlicher Versand braucht auch eine entsprechende Vorlaufzeit – legen Sie sich dafür am besten einen **Redaktionsplan** zu, in welchen Sie Themen, Inhalte und Versanddaten vorausplanen und festhalten.

PS: Auch hierzu find t man online verschiedene, hilfreiche Vorlagen von Redaktionsplänen zum kostenlosen Download.

Call-to-Action

Wer nicht fragt, bekommt auch keine Antwort. Sie wünschen sich eine Reaktion von Ihren Gästen? Dann sagen Sie es ihnen! Und zwar mit sogenannten **Call-to-Action-Elementen.** Das kann zum Beispiel ein verlinkter **Button** sein, der Ihre Leser zu einer Handlung au ordert. Klicken die Gäste darauf, werden sie auf Ihre Webseite, das neue Kontaktformular oder eine Veranstaltungs-Seite weitergeleitet – je nachdem, wohin Sie sie führen möchten.

Achten Sie aber darauf, dass Sie nur einen – maximal zwei – Call-to-Action pro Newsletter anführen – sonst wissen Ihre Leser nicht mehr, was Sie eigentlich von ihnen erwarten.

Opt-Out: die Abmeldemöglichkeit

Zu guter letzt noch das, was wir natürlich nicht ho en, aber trotzdem beachten müssen: die **Abmeldung** von einem Newsletter.

Möchten Ihre Gäste in Zukunft keine Newsletter mehr von Ihnen erhalten, ist das zwar schade, aber ihr gutes Recht. Denn auch hier greift das Datenschutzgesetz, das vorschreibt, dass in jedem Newsletter die Abmelde-Möglichkeit gegeben sein muss. Im Gegensatz zur Einwilligung (Opt-In) spricht man hier vom Opt-Out.

Meistens werden diese **„Opt-Out"-Links** am unteren Ende eines Newsletters platziert, wo sich die Leser mit einem Klick von der Empfängerliste abmelden können. Nutzen Sie ein Newsletter-Tool, können Sie diesen Link meist ganz einfach so generieren, dass beim Klicken automatisch eine Bestätigung an den Gast geschickt wird und auch Sie über die Abmeldung informiert werden.

Die wichtigsten Kennzahlen

Arbeiten Sie mit einem Newsletter-Tool?

Um einen genaue Übersicht und Auswertung Ihres versendeten Newsletters zu erhalten empfehlen wir Ihnen mit einem Newsletter-Tool zu arbeiten.

Folgende Informationen können Sie hiermit einsehen (Beispiel):

Öffnungs ate: Wie viele der Empfänger haben den Newsletter geöffn t?

Klickrate: Wie viele Leser haben in den Newsletter auf zb. einen Button geklickt?

Bouncerate: Auskunft über die Unzustellbarkeit von E-Mails - wie viele E-Mails wurden vom empfangenden Server zurückgewiesen?

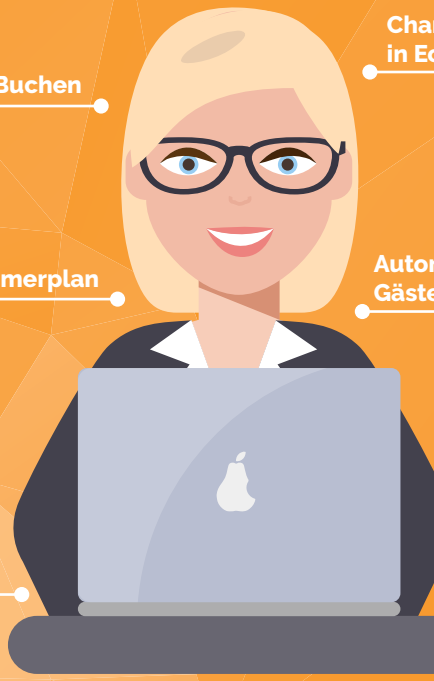
Abmeldungen: Wie viele Leser haben sich aktiv vom Newsletter abgemeldet?

Viele Newsletter-Tools geben in ihren Statistiken übrigens auch Auskunft über das Nutzerverhalten wie z.B.: ob der Leser den Newsletter über den Computer oder das Smartphone öffn t.

Mehr Buchungen. Weniger Aufwand.

MEHR SPANNENDE Themen & Infos für Vermieter

zum Blog



Online anfragen & Buchen

Channelmanagement in Echtzeit

Webbasierter Zimmerplan

Autom. Angebotslegung & Gästekommunikation

Elektronisches Meldewesen & Rechnungslegung

DSGVO- und KassenSichV-konform vermieten

JULIA – die virtuelle Rezeptionistin

LUST AUF MEHR TIPPS?

Kostenlose E-Books zum downloaden!

Jetzt kostenlos downloaden

Das E-Book
hat dir weitergeholfen?
Dann bewerte unsere Beratungsleistung doch auf
www.google.com

Danke für dein Feedback an unser Team!

Du fühlst dich
gut informiert?
Hinterlasse unserem Team als Dankeschön doch eine Bewertung auf
www.trustpilot.com

Wir freuen uns über deine Rückmeldung!

1 Innsbruck:
Anton-Melzer-Straße 10
A-6020 Innsbruck

2 Längenfeld:
Unterlängenfeld 79
A-6444 Längenfeld

3 Berlin:
Potsdamerstraße 182
D-10783 Berlin

E-Mail: office@easybooking.eu • **www.easybooking.eu**