

## Inhalt

Vorwort .....	5
Über dieses Buch .....	7
Über die Autorin .....	8
<b>Teil 1: Was spricht für Marketing und PR per E-Mail? .....</b>	<b>9</b>
Marketing im Umbruch .....	10
Vorteile von Marketing und PR per E-Mail .....	12
Welche Aufgaben können E-Mail-Newsletter erfüllen? .....	13
Case-Study »Löwenbabys« .....	15
E-Mail-Marketing = Beziehungsmarketing .....	19
E-Mail-Marketing = Erlaubnis-Marketing .....	20
<b>Teil 2: Wem dürfen Sie Ihren Newsletter zusenden? .....</b>	<b>23</b>
Newsletter und Recht .....	24
Woher kommen die Adressen? .....	30
Den eigenen Verteiler aufbauen .....	33
Daten sammeln – Stufe für Stufe .....	36
<b>Teil 3: Die Technik .....</b>	<b>39</b>
Was kommt an? .....	40
HTML oder Plain Text? .....	42
Persönliche Anrede: Ja oder nein? .....	44
Welche Software brauchen Sie? .....	46
<b>Teil 4: Aufbau und Inhalte von Newslettern .....</b>	<b>57</b>
Die Bestandteile eines Newsletters .....	58
Welche Arten von Inhalten können Sie in einem Newsletter bieten? ...	64
Exkurs: PDF-Newsletter .....	68
<b>Teil 5: Text sells .....</b>	<b>71</b>
Beziehung entsteht durch gute »Schreibe« .....	72
Spamfilter umgehen .....	79
<b>Teil 6: Planen und umsetzen .....</b>	<b>81</b>
Schritt für Schritt zum professionellen Newsletter .....	82
Unzustellbare Mails – Bounces .....	87
Erfolgskontrolle .....	88
Der Newsletter als Bestandteil Ihrer Unternehmenskommunikation ...	90
Weiterführende Informationsquellen .....	91