

Ihre Automationskette für den Black Friday und Cyber Monday

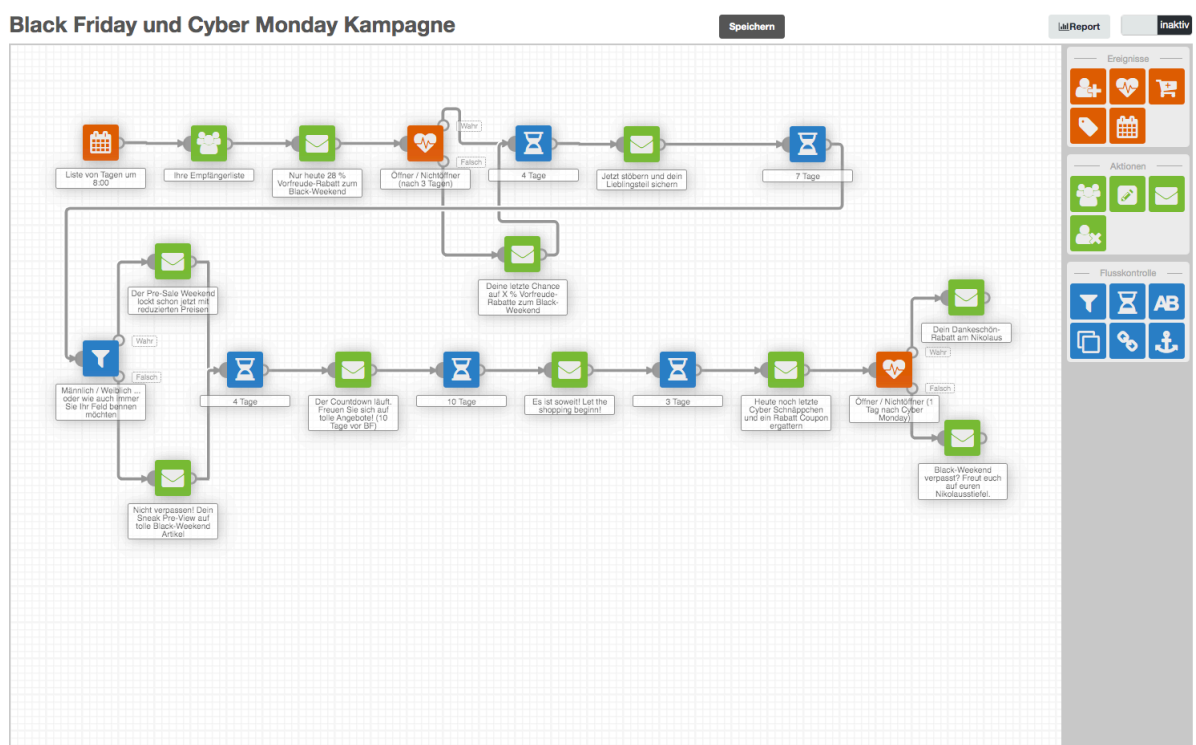
Eine Kampagne benötigt fünf Zutaten, um erfolgreich Ihre Abonnenten zu erreichen und Ihren Umsatz zu steigern. Eine gute Vorbereitung, eine clevere Strategie, ansprechenden und relevanten Content (Text sowie Bilder), eine optimale Terminierung sowie einen reibungslosen Versand.

Wir haben uns Gedanken gemacht, wie wir Ihnen die Arbeit nicht nur erleichtern, sondern sogar teilweise abnehmen können, damit Sie sich entspannt um Ihr Tagesgeschäft kümmern können.

Die Automationskette zum Black Friday und Cyber Monday dient Ihnen als mögliche Black-Weekend Kampagne, die Sie natürlich individuell verändern, einkürzen oder erweitern können und an Ihre Bedürfnisse anpassen können.

Wenn Sie sich nicht sicher sind, wie Sie die folgende Kette bauen können, kein Problem. Wir erklären Ihnen jetzt, wie Sie Schritt für Schritt vorgehen können.

Ihre Black Friday und Cyber Monday Kampagne



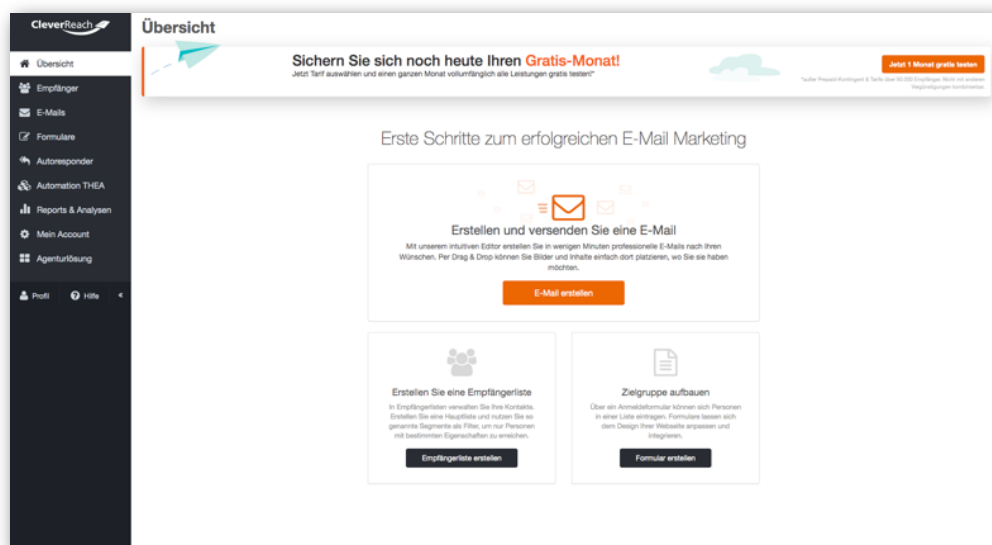
Tipp:

Falls es Ihre erste Automationskette sein sollte, folgen Sie zuvor den Schritten A-E. Wenn Sie bereits mit Automationsketten gearbeitet haben, können Sie direkt mit Schritt 1 starten.

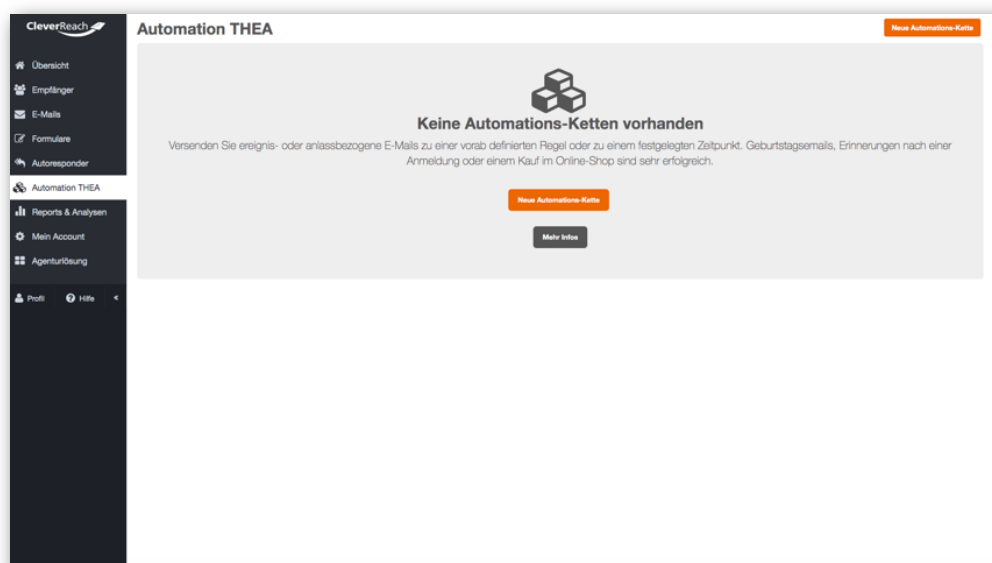
Bevor Sie mit dem Aufbau der Automationskette beginnen:

Sie haben sich einen CleverReach® Account für Ihr E-Mail Marketing angelegt und sich erfolgreich eingeloggt? Schön. ☺ Gerne können Sie sich noch schnell einen Kaffee oder ein anderes Lieblingsgetränk holen, bevor Sie den nächsten Schritten (A-E) folgen, um gleich mit der Automationskette loslegen zu können.

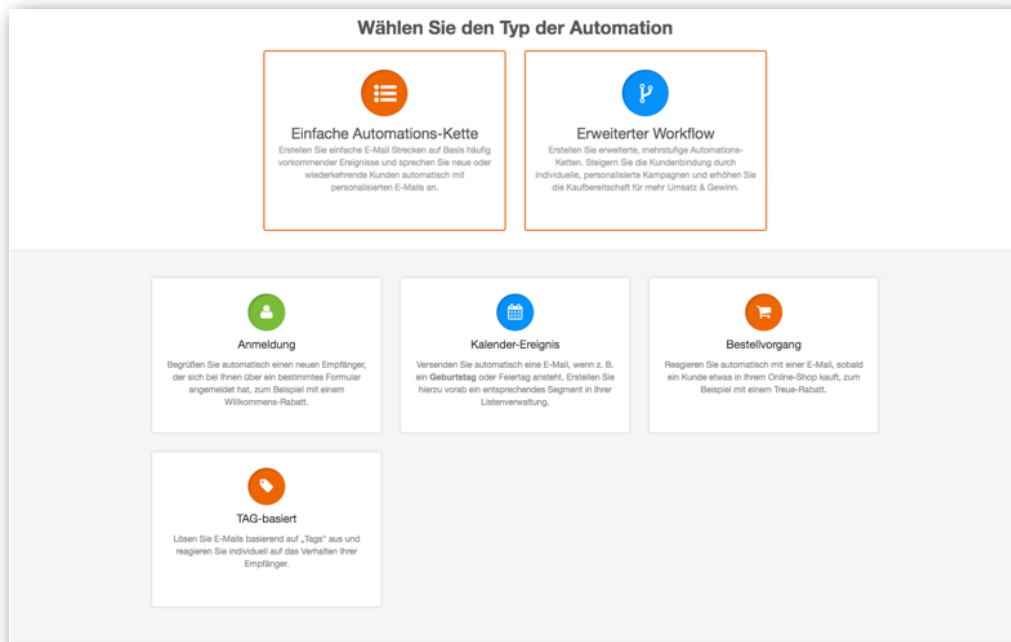
A. Wählen Sie links in der Menüleiste den Menüpunkt Automation THEA.



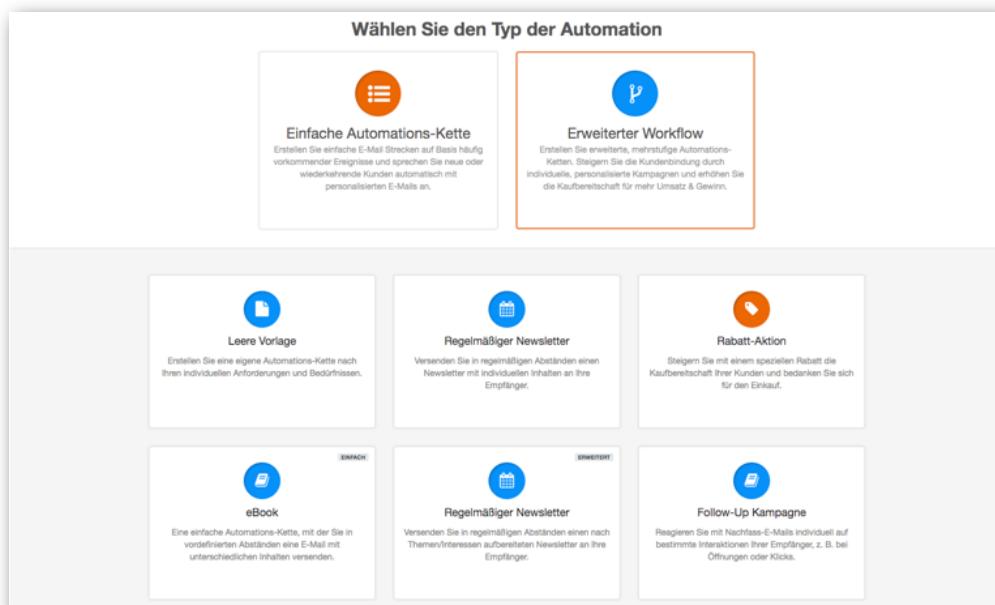
B. Wenn es Ihre erste Automationskette sein sollte, wird Ihr Feld so aussehen. Klicken Sie nun auf „Neue Automationskette“.



- C. Klicken Sie oben rechts auf das Feld „Erweiterter Workflow“. Nur noch zwei Schritte, dann können Sie schon mit der Automationskette beginnen.



- D. Als letztes wählen Sie links in der obersten Reihe die „Leere Vorlage“ aus.



E. Nun können Sie Ihrer (ersten) Automationskette einen Namen geben.

Tipp: Wählen Sie am besten einen Namen, der das Thema der Automationskette eindeutig beschreibt, damit Sie diese jederzeit schnell wiederfinden können.

Jetzt können wir mit dem Aufbau der Automationskette beginnen.

☺ Los geht's!

Wir finden, dass Sie gerade zum umsatzstärksten Ereignis des Jahres nicht früh genug mit Ihrer Black Weekend Kampagne starten können.

Also warum nicht schon am 01. November damit anfangen? So können Sie mit einer ersten Rabatt-Aktion die Vorfreude Ihrer Abonnenten steigern und ihnen schon mal einen ersten Vorgeschmack auf das Black-Weekend geben.

Schritt 1

Wählen Sie im obersten Feld „Liste an Tagen“ aus. Legen Sie dann mit dem Kalender-Icon das Datum (01. November 2019) und die Uhrzeit fest, an dem Ihr erster Newsletter rausgehen soll.

Wie gesagt, dies ist nur ein Vorschlag. Wenn Sie später anfangen wollen, wählen Sie einfach ein anderes Datum aus.

Kalender-Ereignis

Wann soll diese Kette ausgelöst werden?

Liste von Tagen

2019-11-01 **Datum hinzufügen**

im Format JJJJ-MM-TT, Pro Datum eine neue Zeile

Um folgende Uhrzeit

8 : 00

Abbrechen Speichern

Schritt 2

Im nächsten Schritt wählen Sie die Empfängerliste aus, an die Ihre Black Weekend Kampagne rausgehen soll. Dazu verwenden Sie das grüne Icon „Empfängerliste laden“ und wählen mit dem Bearbeitungsstift dann die entsprechende Liste aus. Jetzt noch schnell miteinander verbinden.

Schritt 3

1. November. Eröffnen Sie Ihre Black Weekend Kampagne mit einem ansprechenden Newsletter und einer attraktiven Rabattaktion. Mit dem Mail-Icon können Sie Ihren ersten Newsletter (den Sie schon vorbereitet haben) auswählen oder einen neuen erstellen und mit einer knackigen Betreffzeile versehen. Und Speichern nicht vergessen. ;-)

Unsere Betreffzeilen in den Newslettern gelten übrigens nur als Inspiration. Natürlich können Sie gerne Ihre eigene Betreffzeile formulieren. Machen Sie neugierig und setzen Sie die wichtigsten Infos an den Anfang Ihrer Betreffzeile.

 **E-Mail versenden** 

Wählen Sie ein vorhandenes Mailing, welches an Ihre Empfänger versendet werden soll oder starten Sie mit einem neuen Mailing.

Black-Weekend verpasst? Freu...	Das macht uns zu deinem Liebl...	Deine letzte Chance auf X % V...	Der Countdown läuft. Freuen Si...
			
Bearbeiten	Bearbeiten	Bearbeiten	Bearbeiten


Der Cyber Monday lockt mit let...


Die Preise purzeln! Stürz dich ...


Du hast noch Fragen? Lass un...


Es ist soweit! Let the shopping ...


[Neue E-Mail erstellen](#) [Abbrechen](#) [Speichern](#)

Neue E-Mail erstellen 

Bitte geben Sie Ihren Betreff, den Namen des Mailings und Ihre Absenderinformationen ein.

Betreff

Kampagnen-Name

Nur zur internen Verwendung

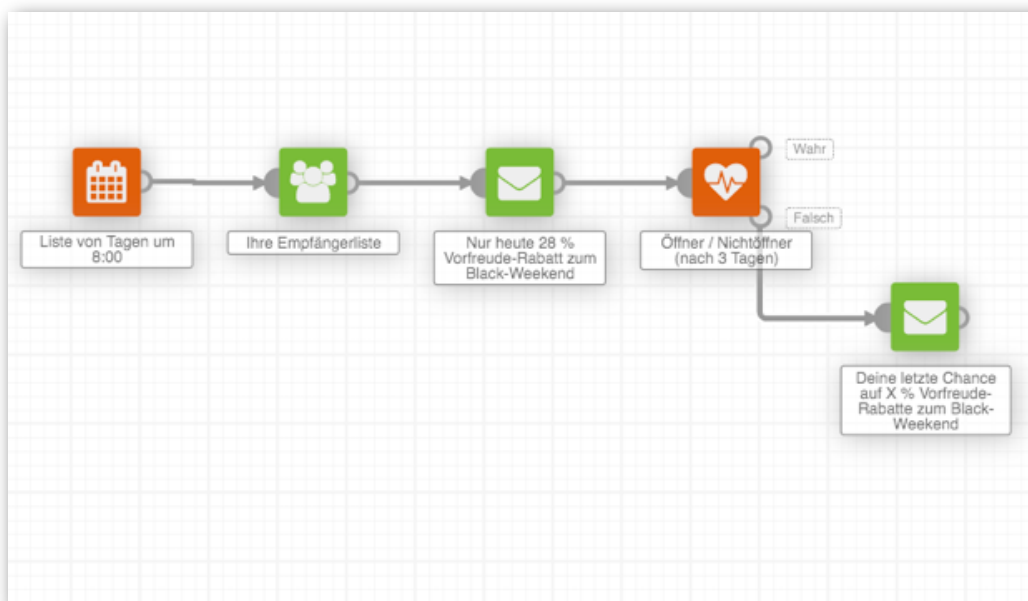
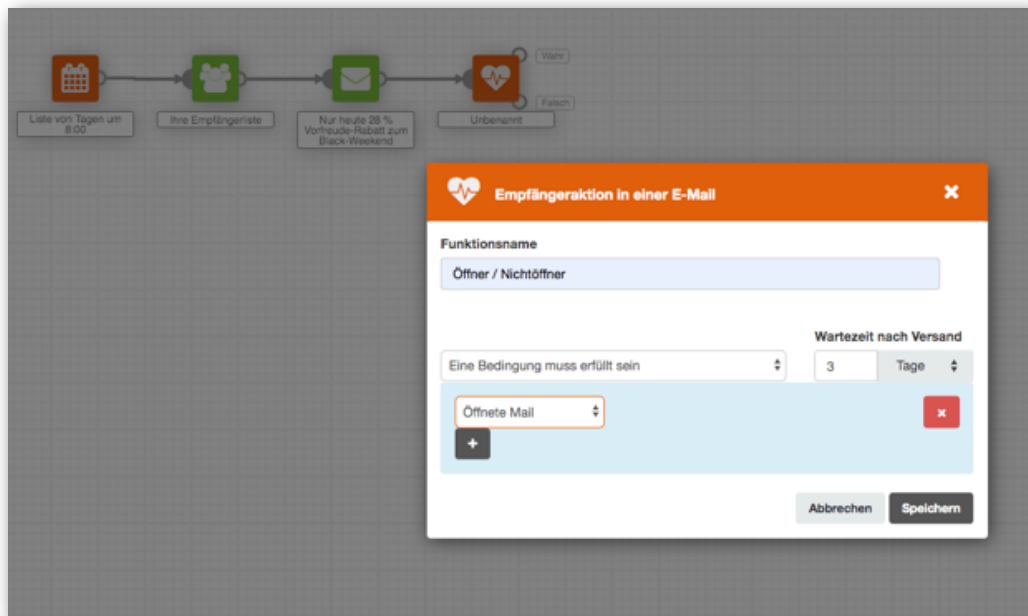
Absender

E-Mail

[Abbrechen](#) [E-Mail bearbeiten](#)

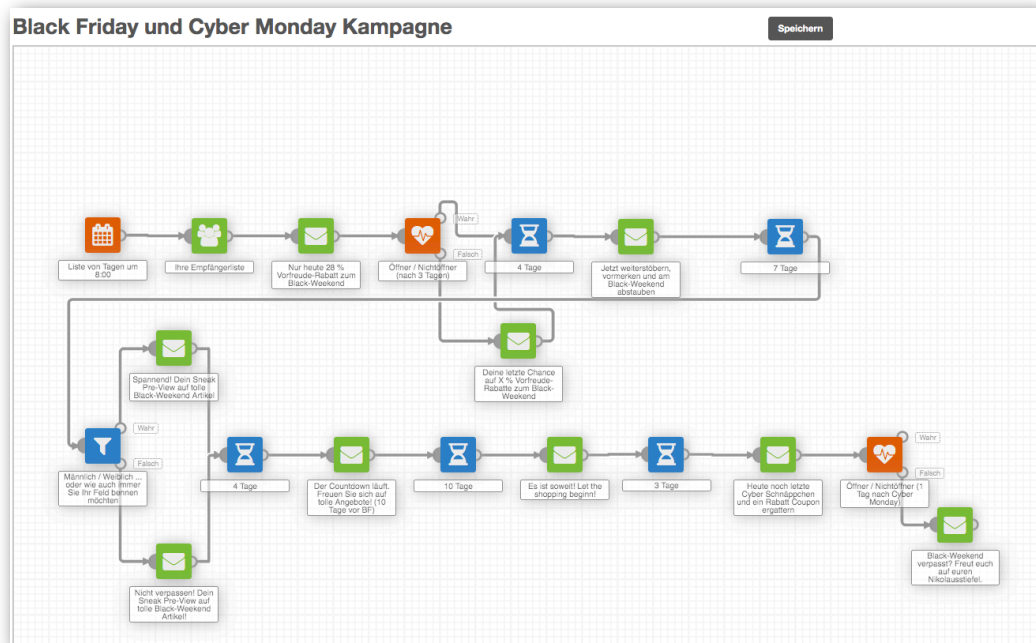
Schritt 4

4. November. Hier geht der Newsletter an die Nichtöffner raus. Der orangefarbene Filter-Icon (Herzsymbol) ist eine tolle Funktion, mit der Sie die Nichtöffner nach z.B. 3 Tagen erneut anschreiben können. Da die Bedingung „hat geöffnet“ nicht erfüllt wurde, also falsch ist, knüpfen Sie genau an dem Punkt den Newsletter an die Nichtöffner an.



Schritt 5

Wie Sie in der abgebildeten Automationskette sehen, folgt eine Wartezeit von 4 Tagen. Setzen Sie hierzu das Sanduhr-Icon ein. Den nächsten Newsletter erhalten dann wieder alle. Also Öffner und Nichtöffner. (Ggf. Pfeil einsetzen)

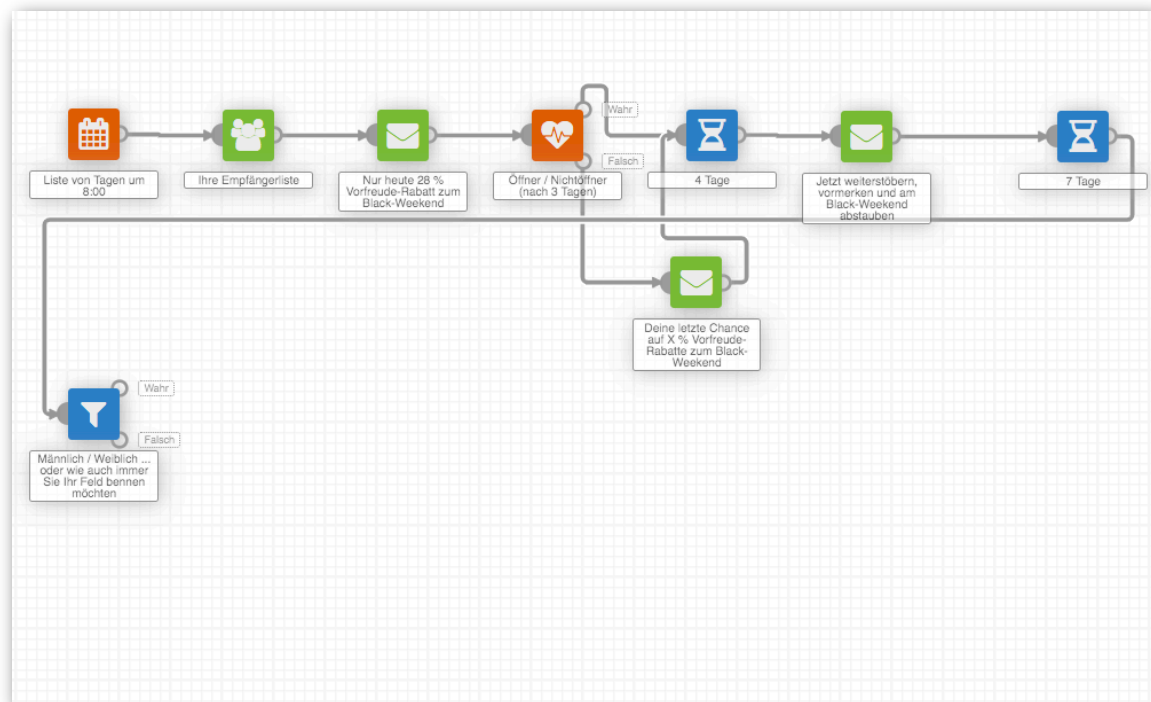


Schritt 6

08. November. Fügen Sie jetzt ein weiteres Mail Icon ein. Mit diesem Newsletter machen Sie Ihre Abonnenten darauf aufmerksam, dass ihre Wunschartikel am Black Weekend oder schon während der Aktionswochen davor evtl. vergriffen sein könnten. Ihre Newsletter-Abonnenten haben nun die Möglichkeit sicherzustellen, ihre Wunschartikel mit einem frühzeitigen Kauf zu sichern.

Schritt 7

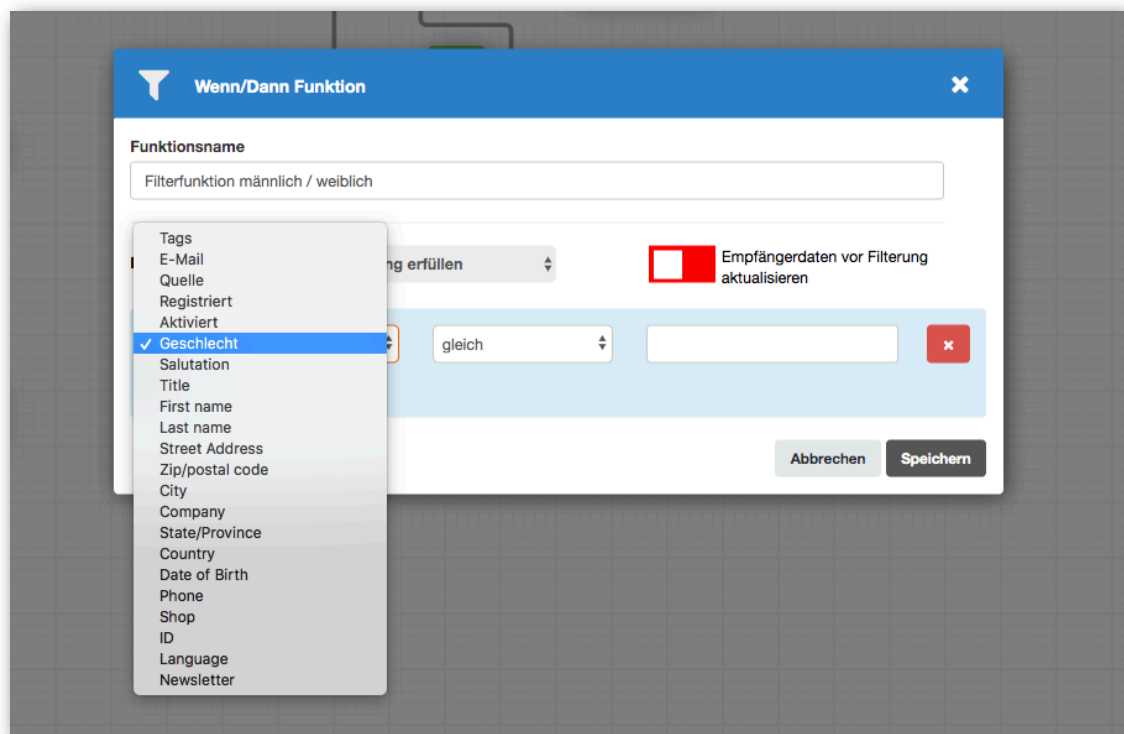
Ob Sie jetzt 7 Tage oder weniger bzw. mehr Tage bis zum nächsten Newsletter abwarten möchten, bleibt alleine Ihnen überlassen. Wir haben hier sieben Tage im Sanduhr-Icon eingestellt. Da wir im nächsten Newsletter die weiblichen und männlichen Abonnenten mit unterschiedlichen Produkten ansprechen möchten, setzen wir jetzt einen Filter ein.



Schritt 8

Möglicherweise haben Sie das Feld, in dem Sie das Geschlecht speichern anders benannt. Dieses Bild dient nur als Beispiel. Setzen Sie den Filter bitte nur dann ein, wenn Sie über die entsprechenden Daten Ihrer Abonnenten (m/w) verfügen! Wenn nicht, lassen Sie den Filter gerne weg und schicken Sie den nächsten Newsletter an die gesamte Empfängerliste raus.

In diesem Beispiel filtern wir nach weiblich. Wenn diese Angabe nicht zutrifft (also falsch ist) erhalten die Abonnenten, die nicht weiblich als Anrede ausgewählt haben, einen Newsletter, der auf die männliche Zielgruppe zugeschnitten ist.



Schritt 9

15. November. Heute versenden Sie zwei unterschiedliche Newsletter. Einmal eine Version mit Inhalten (Bilder, Text, Farbauswahl etc.), die Ihre weibliche Zielgruppe anspricht und eine, die an die männliche Zielgruppe gerichtet ist. Wir haben in diesem Fall die Betreffzeilen nur etwas unterschiedlich formuliert. Entscheiden Sie gerne selbst, wie unterschiedlich Ihre Betreffzeilen ausfallen sollen.

Schritt 10

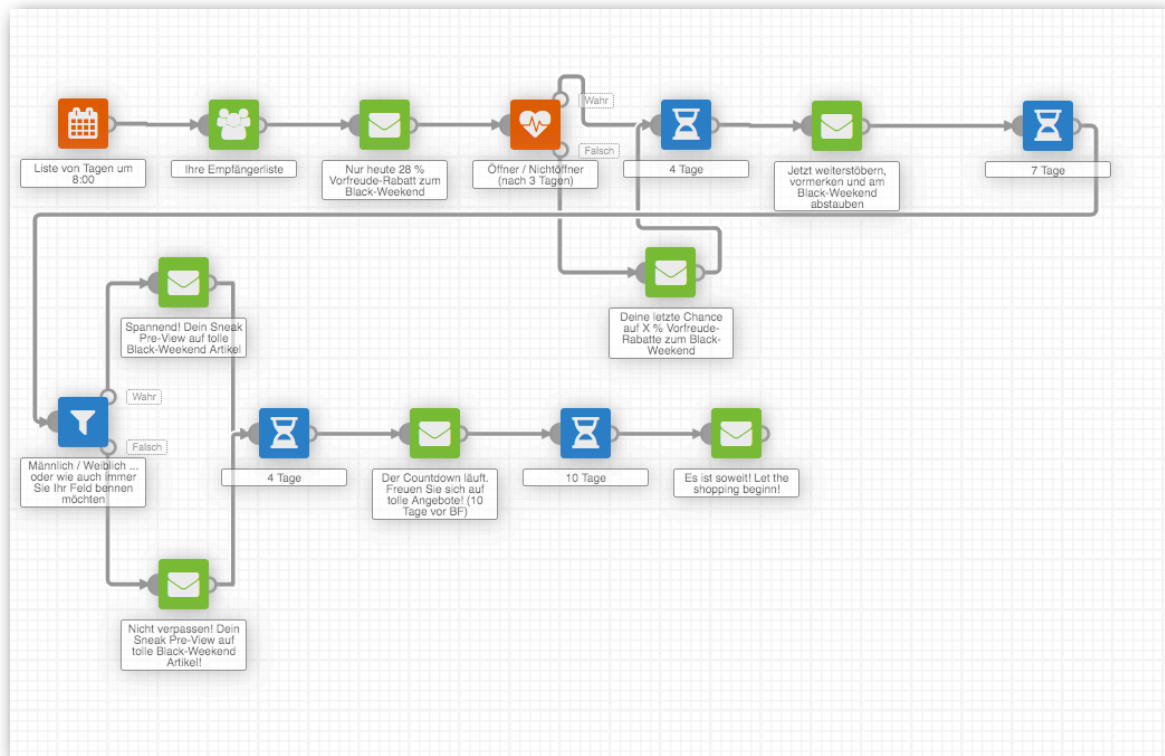
Setzen Sie wie bereits zuvor das Eier-Uhr Icon ein und stellen Sie die Wartezeit von z.B. 4 Tagen ein. Wir haben uns für 4 Tage entschieden, da es dann nur noch 10 Tage bis zum Black-Weekend sind. So können Sie im nächsten Newsletter wunderbar den Countdown von 10 Tagen als Aufhänger nehmen.

Schritt 11

In diesem Newsletter leiten Sie Ihre Abonnenten mit einem CTA-Button (Call-to-action Button) auf eine Countdown Landingpage, auf der Ihre Abonnenten täglich tolle Angebote entdecken können. Ganz nach dem Motto: Der Countdown läuft, die Preise purzeln. Sie haben die Möglichkeit, entweder immer mehr Produkte zu reduzieren oder bei ausgewählten Produkten die Preise immer weiter runterzuschrauben. Während die Preise purzeln, steigt also gleichzeitig die Spannung.

Schritt 12

29. November. Nach zehn Tagen geht dann endlich der Black-Weekend Newsletter raus. Wem 10 Tage zu lang sind, der kann natürlich weitere Newsletter in der Zwischenzeit versenden. Wie gewohnt einfach Ihren vorgefertigten Newsletter auswählen. Dann heißt es: Let the Shopping begin!



Schritt 13

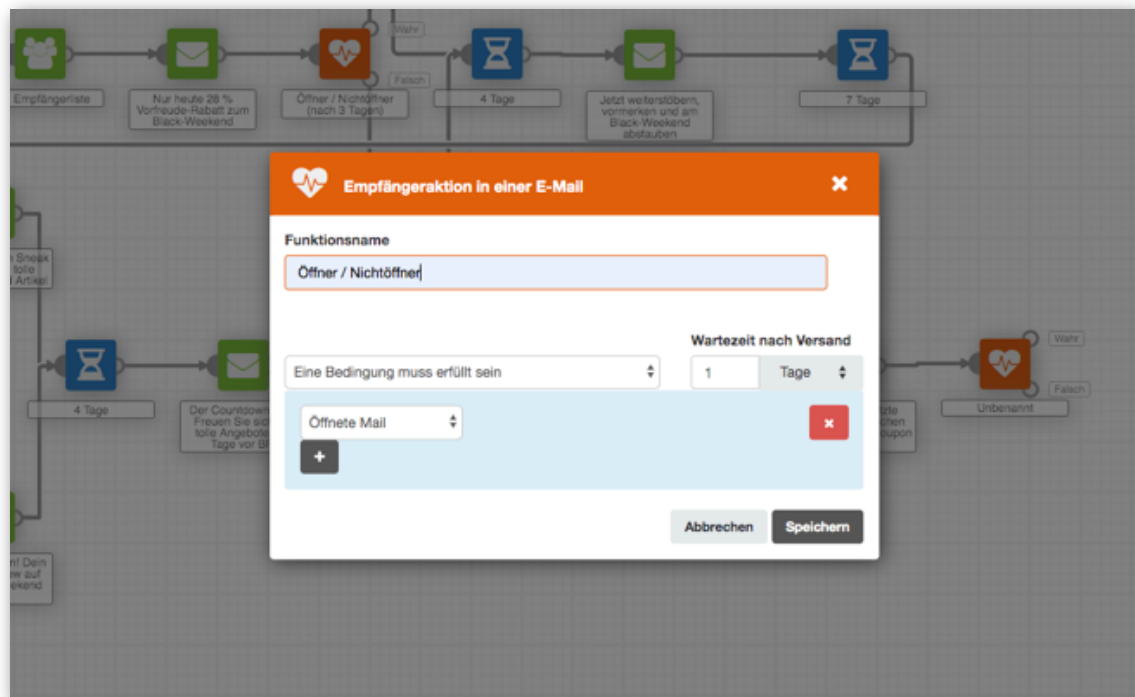
Nun wird das letzte Sanduhr-Icon eingesetzt. Warten Sie drei Tage, bis zum Cyber Monday, um Ihre Abonnenten mit den letzten Angeboten am Cyber Monday zu begeistern. Entscheiden Sie gerne selbst, ob Sie den Cyber Monday Newsletter nur an die Nichtöffner (NL vom 29.11.) oder an alle versenden möchten. Falls Sie nach Öffner und Nichtöffner filtern möchten, gehen Sie vor, wie in Schritt 4 beschrieben.

Schritt 14

02. Dezember. Wie gewohnt das grüne Mail-Icon einfügen und Ihren vorbereiteten Newsletter zum Cyber Monday auswählen und mit der Sanduhr verbinden. Ihre Abonnenten haben die letzte Chance, mega Cyber-Rabatte und einen Cyber-Coupon zu ergattern.

Schritt 15

Spätestens jetzt setzen wir den Filter nach Öffner und Nichtöffner ein und nutzen den nächsten Newsletter dazu, all diejenigen zu vertrösten, die das Black-Weekend verpasst haben. Wir haben hier jetzt eine Wartezeit von nur einem Tag eingesetzt, da Nikolaus ja bereits am 06.12. ist und Ihre Abonnenten noch Ihre Wunschliste befüllen sollen.



Schritt 16

Jetzt kommt der letzte Newsletter Ihrer Black Friday und Cyber Monday Kampagne. Da Sie den Mail-Icon bereits kennen und die weitere Vorgehensweise Ihnen bestimmt schon vertraut ist, brauchen wir an dieser Stelle nicht mehr viele Worte zu verlieren.

Unser extra Tipp:

Falls Sie nicht nur die Nichtöffner erreichen möchten, können Sie natürlich auch einen Newsletter an die Öffner mit der Ankündigung eines Dankeschön-Rabatts am Nikolaus rausschicken. Mit dem Newsletter bedanken Sie sich für die getätigten Einkäufe am Black Friday Weekend. Das ist ganz Ihnen überlassen.

Nun müssen Sie nur noch Ihre Automationskette speichern und dann können Sie ganz entspannt die Füße hochlegen. Jetzt müsste Ihre Automationskette ungefähr so aussehen. ☺

Herzlichen Glückwunsch. Sie haben es geschafft!!

Black Friday und Cyber Monday Kampagne

Speichern

