

Email Client Monitor

Wir kennen uns mit E-Mail Engagement aus



Ihre Kunden sind ständig unterwegs und öffnen Ihre E-Mails, wann und wo es gerade passt. Dazu nutzen sie verschiedene mobile Endgeräte, E-Mail Clients sowie Browser. Wenn Sie wissen, welche dieser Anwendungen und Geräte Ihre Abonnenten am häufigsten verwenden, können Sie Ihre Nachrichten entsprechend optimieren und sich so einen Vorteil verschaffen.

Email Client Monitor zeigt Ihnen, wie und wo Ihre tatsächlichen Abonnenten Ihre E-Mails am liebsten öffnen. Wenn Sie wissen, welche Plattform Ihre Kunden zum Anzeigen Ihrer E-Mails verwenden, wann sie sie öffnen, wo sie sie öffnen und wie lange sie sie lesen, können Sie mit optimierten, maßgeschneiderten E-Mails die Response- und Conversion-Raten maximieren.

Funktionsweise

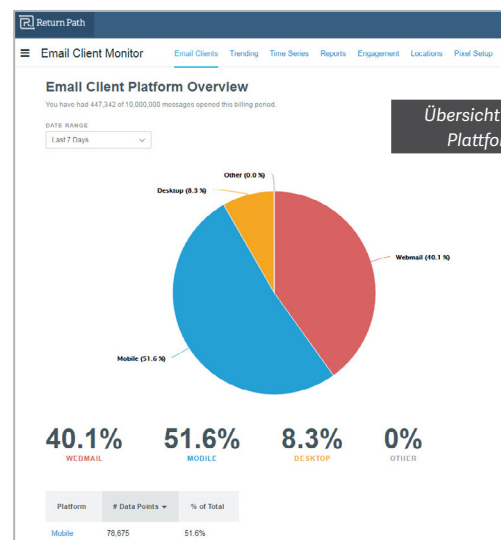
Durch Hinzufügen von Tracking-Pixeln in Ihren E-Mails können wir neben Daten zum Gerät, mit dem eine Nachricht geöffnet wird, auch Engagement-Daten zu Ihren jeweiligen E-Mail Kampagnen erfassen. Ein Tracking-Pixel ist ein HTML-Code-Block, den Sie in den Textteil einer E-Mail einfügen. Wenn ein Abonnent eine E-Mail mit aktivierten Bildern öffnet, wird das Pixel aktiviert. Dadurch können wir erfassen und nachverfolgen, wie Ihre Abonnenten mit Ihren E-Mails interagieren. Aber keine Sorge: Die Gestaltungsmöglichkeiten Ihrer E-Mail Kampagne werden dadurch in keinsten Weise beeinträchtigt.

Unsere Tracking-Pixel können unter anderem folgende Informationen erfassen:

- Abonnenten, die die E-Mail geöffnet haben
- Verwendete E-Mail Clients
- Verwendete Browser
- Zeitpunkt, zu dem die E-Mail geöffnet wurde (d. h. Wochentag und Uhrzeit)
- Ort, an dem die E-Mail geöffnet wurde (d. h. Land, Stadt, Postleitzahl und Zeitzone, in den USA auch Bundesstaat)
- Häufigkeit, mit der die E-Mail geöffnet wurde
- Zeitraum, über den Ihre E-Mail von den Abonnenten gelesen wurde
- E-Mail Betreffzeile
- Art der Kampagne (z. B. Newsletter, Reaktion auf einen abgebrochenen Bestellvorgang, Bestellbestätigung)
- Listensegment
- Demografische Daten

Spezielle und benutzerdefinierte Tags

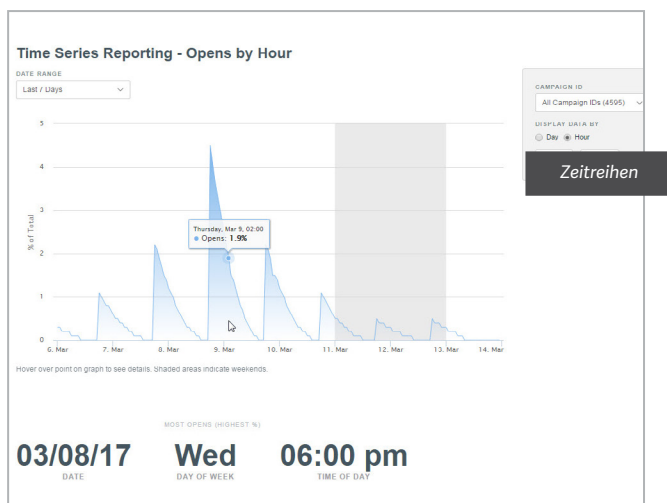
Sie können spezielle sowie benutzerdefinierte Tags entwickeln und zu Tracking-Pixeln hinzufügen, um besonders interessante Informationen zu erfassen und neue Segmente zu bilden. Mit diesen Tags können Sie zum Beispiel geöffnete E-Mails einem bestimmten Abonnenten, einer Kampagne oder einem Segment zuordnen, wodurch Sie einen genaueren Überblick über bestimmte Aspekte Ihres E-Mail Programms erhalten. So können Sie mittels Email Client Monitor beispielsweise auswerten, inwieweit sich das Abonnenten-Engagement mit Ihren Transaktions-E-Mails vom Engagement mit Ihren Werbe-E-Mails unterscheidet.



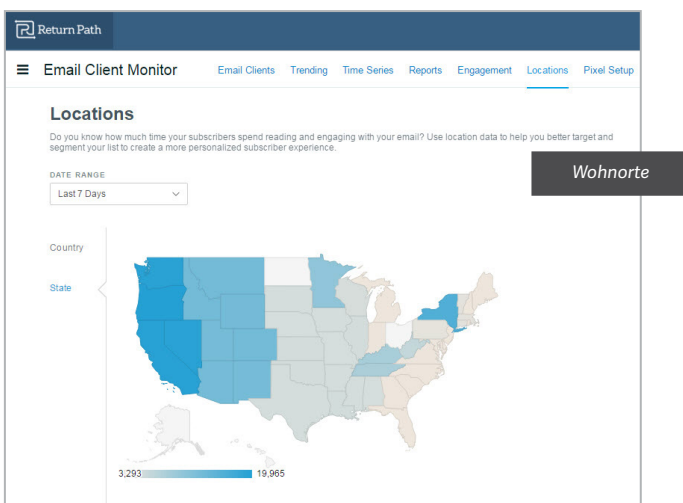
Trends erkennen

Mit Email Client Monitor können Sie auf Trend-Daten zugreifen und so sehen, wie sich Ihre Kennzahlen im Lauf der Zeit ändern. Wenn Sie wissen, wie sich saisonale Besonderheiten (z. B. Ferienzeiten, Feiertage) sowie Wochentage oder Tageszeiten auf das Abonnenten-Engagement mit Ihren E-Mails auswirken, können Sie entscheiden, worauf Sie sich im Hinblick auf die Zustellbarkeit konzentrieren sollten.

Zeitreihenbericht – geöffnete E-Mails nach Tag



Übersicht über Wohnorte



Wenn Sie wissen, wie lange Abonnenten Ihre E-Mails lesen und sich damit beschäftigen, können Sie entscheiden, welche Kampagnen bei Ihren Abonnenten gut ankommen und welche Sie eventuell ändern müssen. Zudem haben Sie dank der Informationen zu den Wohnorten Ihrer Abonnenten die Möglichkeit, Kampagnen, Angebote oder Creatives gezielt für bestimmte Regionen zu schalten und Ihre E-Mails noch stärker zu personalisieren.

Basierend auf diesen Erkenntnissen können Sie sich bei der Gestaltung Ihrer E-Mail Vorlagen auf die mobilen Endgeräte, E-Mail Clients und Browser konzentrieren, die Ihre Abonnenten tatsächlich verwenden. Sie können den E-Mail Content so anpassen, dass er die Aufmerksamkeit Ihrer Kunden weckt, und den Versandzeitpunkt optimieren, um das Engagement zu maximieren.



Wenn Sie Email Client Monitor nutzen, können Sie auf unser [Kundenservice-Team](#) zählen. Sie werden feststellen, dass sich diese E-Mail Experten zu einer echten Bereicherung Ihres Marketingteams entwickeln und Ihnen helfen werden, Ihr E-Mail Programm weiter zu verbessern.

*„Wir wussten zwar, dass es Möglichkeiten zur Optimierung unseres E-Mail Programms gibt, konnten diese aber nicht genau genug definieren, um sie auch umsetzen zu können. Return Path hat uns gezeigt, **wo genau und wie wir unsere Performance steigern können.**“*



Amy Macgregor
Leiterin Elektronisches Kundenbeziehungsmanagement
MyVoucherCodes



Wenn Sie mehr über Email Client Monitor erfahren möchten, [fordern Sie eine Demo an.](#)