

IHR SCHNELLEINSTIEG INS eMarketing



VOM DATENIMPORT ZUR
INFORMATIONSGESTALTUNG
ÜBER DEN VERSAND ZUR
ERFOLGSKONTROLLE



Inhaltsverzeichnis

1. ZUGANG	3	7. EMAILING ERSTELLEN	15	10.2.5 Clickmap	25
1.1 Browser	3	7.1 Neues eMailing erstellen	15	10.2.6 Links	26
1.2 Einloggen	3	7.2 Vorschau	16	10.2.7 Social-Sharing	26
1.3 Ausloggen	3	7.3 Inhalte	16	10.2.8 Browser und Clients	26
		7.3.1 Editor – visuell	16	10.2.9 Conversion	26
2. OBERFLÄCHE	3	7.3.2 Artikel auswählen	16		
2.1 Support	3	7.4 Konfiguration	17	11. SMARTLINK	27
2.2 Hilfe	3	7.5 Betreff	17	11.1 Einsatzgebiete	27
2.3 Einfache Darstellung	4	7.6 Dateianhänge	17	11.2 Aufbau	28
2.4 Listenansicht	4			11.3 Profilmanipulation	29
2.5 Objekte kopieren / verschieben	5	8. EMAILING ÜBERPRÜFEN (CHECK)	18		
2.6 Objekte löschen	5	8.1. Darstellung & SPAM (quick)	18	12. DKIM UND SPF-EINTRAG	30
		8.2 Links	18	12.1 DKIM	30
3. BILDER	6	8.3 Individualisierung	19	12.2 SPF-Eintrag	31
3.1 Bilder hochladen	6	8.4 Testversand	19		
3.2 Bildbearbeitung	6	8.5 Korrekturen	19	13. OBJEKTE UND MEDIEN	32
				13.1 Kommunikation	32
4. ARTIKEL	7	9. VERSAND	20	13.2 Inhalte	32
4.1 Neuen Artikel erstellen	7	9.1 Zielgruppe	20	13.3 Profile	32
4.2 Artikeleingabemaske	8	9.2 Versandzeitpunkt	20	13.4 Analyse	33
		9.3 Versand starten	21	13.5 Vorlagen	33
5. IMPORT	9	9.4 Automatismen nach dem Versand	21	13.6 Einstellungen	33
5.1 Felder mappen	10			13.7 System	33
5.2 Drei Schritte zur Importvorlage	11	10. VERSANDSTATISTIK	22		
5.3 Listenansicht einstellen	11	10.1 Reportübersicht	22		
		10.2 Detailauswertungen	22		
6. ZIELGRUPPEN	12	10.2.1 Versand	23		
6.1 Neue Zielgruppe erstellen	12	10.2.2 Profile	24		
6.2 Zielgruppenkonfiguration	13	10.2.3 Medien	24		
6.3 Profile der Zielgruppe	14	10.2.4 Artikel	25		

1. ZUGANG

1.1 WEBBROWSER

Für die Benutzung des eMail-Marketing-Systems empfehlen wir die Verwendung des Mozilla Firefox in einer aktuellen Version. Es können jedoch auch andere Browser verwendet werden.

1.2 EINLOGGEN

Die Internetadresse für den Zugang zum eMail-Marketing-System ist: <http://scnem2.com> Geben Sie diese URL in die Adresszeile Ihres Browsers ein. Tragen Sie auf der sich öffnenden Seite Ihre Zugangsdaten ein und klicken anschließend auf „**Login**“. Nach erfolgreicher Eingabe gelangen Sie zur Übersichtsseite – dem „**Schreibtisch**“.

1.3 AUSLOGGEN

Wenn Sie mit Ihrer Arbeit fertig sind, melden Sie sich bitte vom System ab, um den missbräuchlichen Umgang von z. B. Profildaten oder dem System an sich zu vermeiden. Benutzen Sie dazu rechts oben den „**Logout**“-Button. Alternativ dazu können Sie den Browser schließen. Das System loggt Sie dann automatisch aus.

2. OBERFLÄCHE

Die Arbeitsfläche besteht aus drei Bereichen – der **Ordernavigation** auf der linken Seite, dem sogenannten „**Schreibtisch**“ auf der rechten Seite sowie der **Logoleiste** oben.

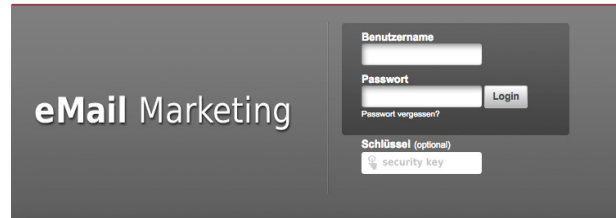
2.1 SUPPORT

Bei technischen Problemen oder Verständnisfragen sowie bei Verbesserungswünschen können Sie eine Nachricht an den Support schicken. Diese Nachrichten laufen in ein Ticketsystem und werden in der Reihenfolge des Eintreffens bearbeitet.

2.2 HILFE

Durch Klick auf „**Hilfe**“ gelangen Sie zu einer umfangreichen Systemdokumentation – sowohl was das System an sich angeht, als auch bei Fragen zur Umsetzung von z. B. anspruchsvollen Projekten.

1.2 EINLOGGEN

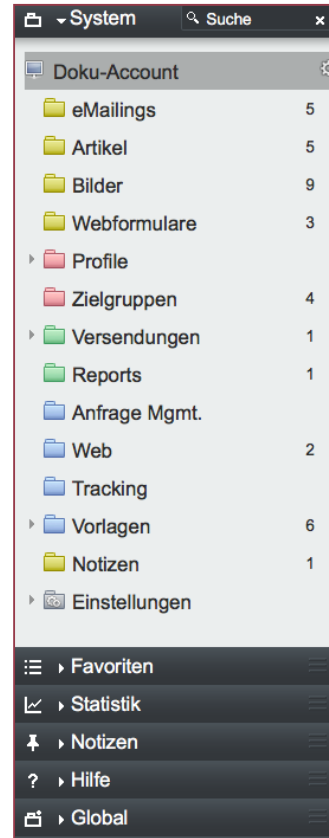


Der Einstieg in das System erfolgt über die Login-Maske

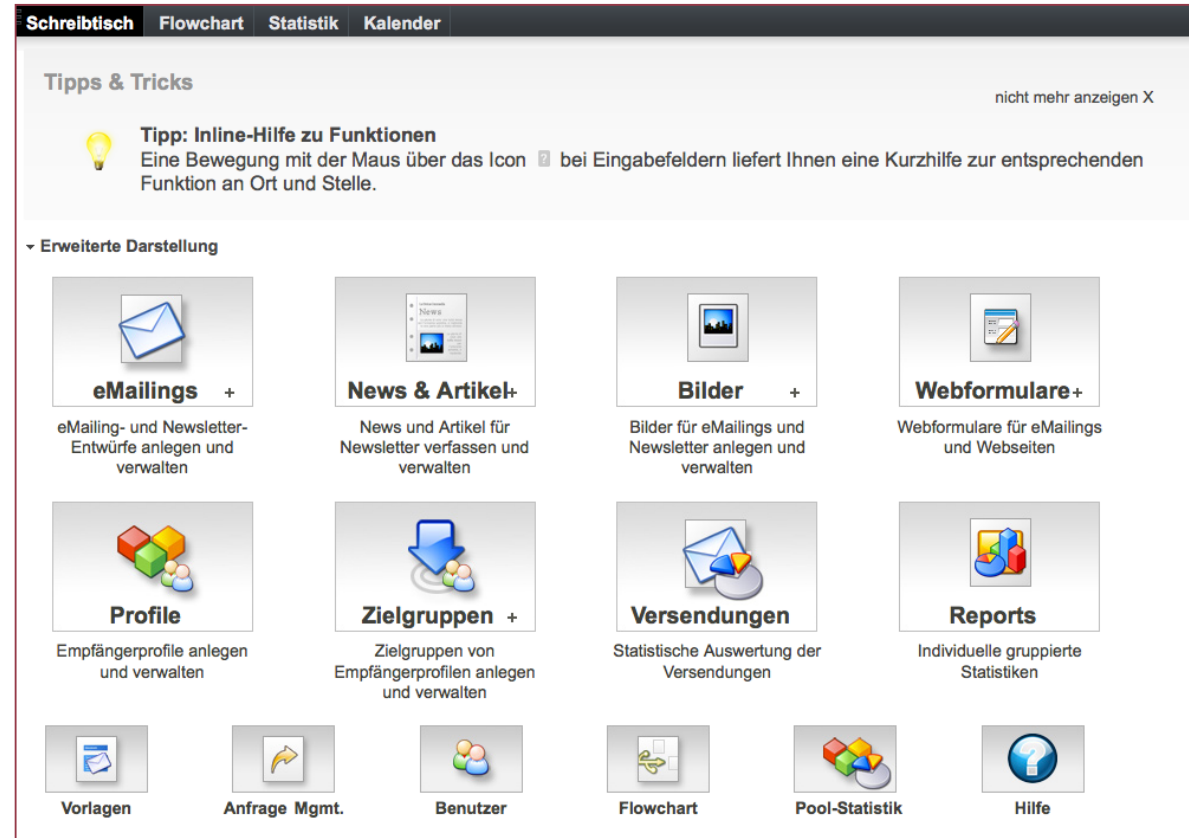
2. OBERFLÄCHE – LOGOLEISTE



2. ORDNERNAVIGATION



2. SCHREIBTISCH



Schreibtisch mit dem iconbasierten Schnellzugriff. Die Ansicht kann auf die konfigurierbare erweiterte Darstellung umgeschaltet werden.

2.3 EINFACHE DARSTELLUNG MIT TABNAVIGATION „START“-TAB



2.3 EINFACHE DARSTELLUNG

Mit dem sogenannten „**iconbasierten Schnellzugriff**“ lässt sich das System intuitiv bedienen. Daher können auch noch nicht so versierte Anwender problemlos einen Newsletter erstellen und versenden. Die einfache Darstellung untergliedert sich in die drei Bereiche Informationsgestaltung, Adressverwaltung, Segmentierung, Erfolgskontrolle sowie Systemkonfiguration. Durch Klicken auf den jeweiligen Button gelangen Sie zu den entsprechenden Kategorien. Durch Klick auf das „+“ wird ein neues Objekt dieser Kategorie – sofern möglich – erstellt.

INFORMATIONSGESTALTUNG

Klick auf „+“ erzeugt ein neues Objekt.



eMailings +

eMailing- und Newsletter-Entwürfe anlegen und



News & Artikel-

News und Artikel für Newsletter verfassen und



Bilder +


Bilder für eMailings und Newsletter anlegen und



Webformulare+


Webformulare für eMailings und Webseiten

ADRESSVERWALTUNG, SEGMENTIERUNG, ERFOLGSKONTROLLE




Profile

Empfängerprofile anlegen und verwalten



Zielgruppen +

Zielgruppen von Empfängerprofilen anlegen



Versendungen

Statistische Auswertung der Versendungen



Reports

Individuelle gruppierte Statistiken

SYSTEMKONFIGURATION



Vorlagen



Anfrage Mgmt.



Benutzer



Flowchart



Pool-Statistik



Hilfe

Quick Info

QUICK START VIDEO

Ihre Startseite
 Sie können auf der Startseite zwischen 2 Ansichten wählen – Dashboard und einfache Darstellung.

Um die Darstellung zu ändern, klicken Sie auf die Schaltfläche einfache/erweiterte Darstellung.

• [Online-Hilfe](#)
 • [Video-Einstieg](#)

Mit Klick auf das „?“ erscheint eine kurze Information zum jeweiligen Objekt.

2.4 LISTENANSICHT

Wenn Sie in der linken Ordernavigation auf einen Ordner oder beim „**iconbasierten Schnellzugriff**“ auf eines der Icons klicken, gelangen Sie zur Übersicht aller in dieser Kategorie enthaltenen Objekte – die sogenannte **Listenansicht**.


eMailings 5

Artikel 5

Bilder 9


Webformulare 3

Profile




eMailings +

eMailing- und Newsletter-Entwürfe anlegen und



News & Artikel-

News und Artikel für Newsletter verfassen und



Bilder +

Bilder für eMailings und Newsletter anlegen und

2.4 LISTENANSICHT

	Name	Id	Änderung	CSV
Einträge: 5				
<input type="checkbox"/>	 Beispiel Newsletter 3 (CROSSMEDIA)	16092535	22.07.2016 12:38	
<input type="checkbox"/>	 Beispiel Newsletter 2 (CMS)	16092534	22.07.2016 12:38	
<input type="checkbox"/>	 Beispiel Newsletter 1 (STANDARD)	16092531	22.07.2016 12:38	
<input type="checkbox"/>	 Infomailing (CMS)	16092532	22.07.2016 12:38	
<input type="checkbox"/>	 Eintragungsbestätigung	16092533	22.07.2016 12:38	

2.5 OBJEKTE KOPIEREN / VERSCHIEBEN

Objekte können beliebig kopiert oder verschoben werden. In der Listenansicht finden Sie dazu im unteren Bereich die entsprechenden Buttons.

Um ein Objekt zu kopieren oder zu verschieben, markieren Sie es, indem Sie den Haken in der Checkbox links neben dem Objekt setzen. Klicken Sie anschließend auf „**Kopieren**“ oder „**Ausschneiden**“. Öffnen Sie den Ordner, in den das Objekt kopiert oder verschoben werden soll und klicken anschließend auf „**Einfügen**“. Das Objekt wird danach in der Listenansicht des Zielordners angezeigt.

2.5 OBJEKTE KOPIEREN / VERSCHIEBEN

✓	Name	Id	Änderung
<input type="checkbox"/>	Beispiel Newsletter 3 (CROSSMEDIA)	16092535	22.07.2016 12:38
<input type="checkbox"/>	Beispiel Newsletter 2 (CMS)	16092534	22.07.2016 12:38
<input type="checkbox"/>	Beispiel Newsletter 1 (STANDARD)	16092531	22.07.2016 12:38
<input type="checkbox"/>	Infomailing (CMS)	16092532	22.07.2016 12:38
<input checked="" type="checkbox"/>	Eintragungsbestätigung	16092533	22.07.2016 12:38

Buttons: Löschen, Kopieren, Ausschneiden, Einfügen

Objekt auswählen, Objekt kopieren, Objekt ausschneiden

<input type="checkbox"/>	Infomailing (CMS)	16092532	22.07.2016 12:38
<input checked="" type="checkbox"/>	Eintragungsbestätigung	16092533	22.07.2016 12:38

Buttons: Löschen, Kopieren, Ausschneiden, 1 Element(e) kopieren, Einfügen

Angepasste Statusmeldung, Einfügen

2.6 OBJEKTE LÖSCHEN

Um ein Objekt zu löschen, wählen Sie dieses aus und klicken auf „**Löschen**“. Es wird überprüft, ob dieses Objekt mit anderen Objekten verknüpft ist. Gefundene Verknüpfungen werden Ihnen anschließend angezeigt. Es gibt kritische und unkritische Verknüpfungen. Kritische Verknüpfungen müssen im Vorfeld aufgehoben werden, um das Objekt löschen zu können. Objekte mit unkritischen Verknüpfungen können ohne Aufhebung dieser Verknüpfungen gelöscht werden. Verknüpfungen sind z. B. Bilder in Artikeln oder Artikel in eMailings.

2.6 OBJEKTE LÖSCHEN

<input type="checkbox"/>	Infomailing (CMS)	16092532	22.07.2016 12:38
<input checked="" type="checkbox"/>	Eintragungsbestätigung	16092533	22.07.2016 12:38

Buttons: Löschen, Kopieren, Ausschneiden, Einfügen

Objekt löschen

Start | **LÖSCHEN**

Wichtiger Hinweis
Objekte mit kritischen Abhängigkeiten werden nicht gelöscht.

Details

Eintragungsbestätigung Kopie eMailing 25.07.2016

Buttons: Aktualisieren, Löschen, Abbrechen

Objekt löschen

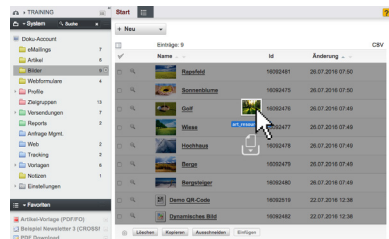
3.1 BILDER HOCHLADEN

3. BILDER

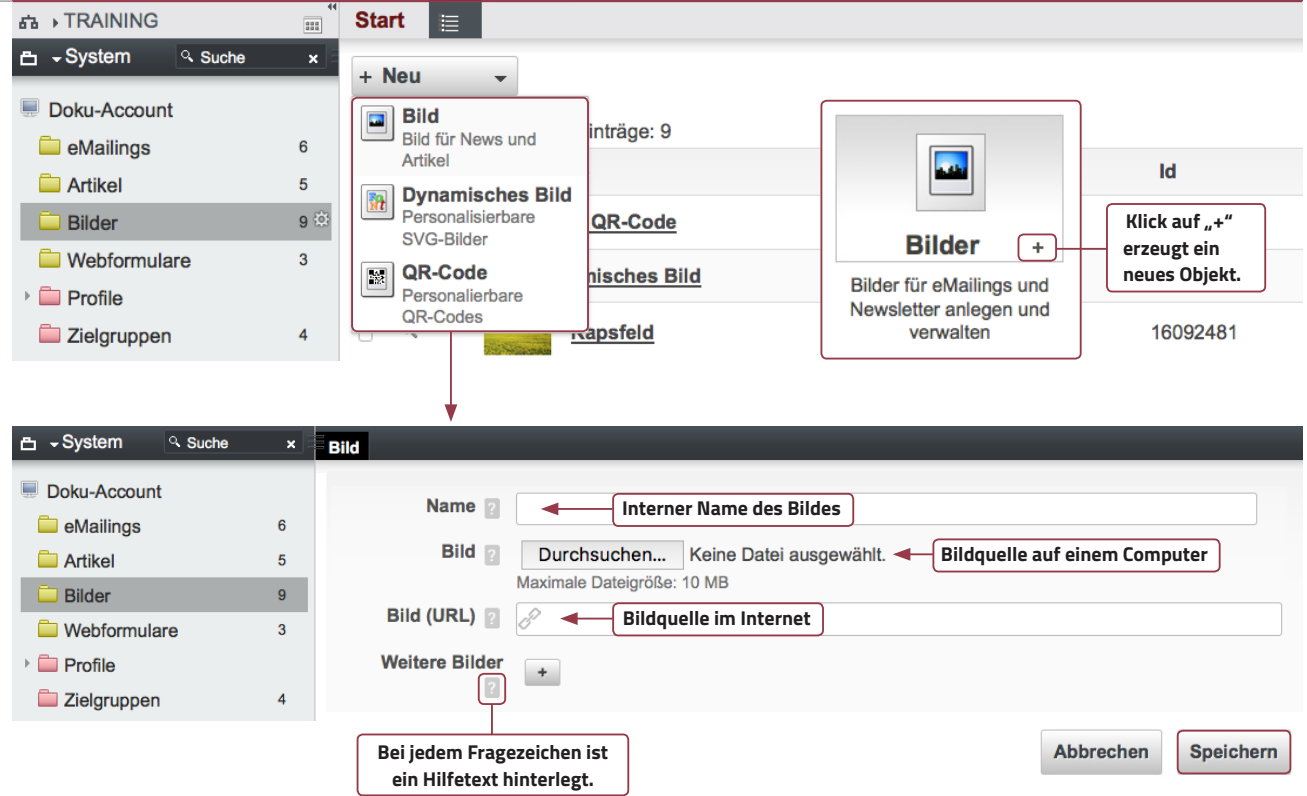
3.1 BILDER HOCHLADEN

Um Bilder in das System zu laden, gibt es zwei Möglichkeiten: Entweder klicken Sie in der Ordernavigation auf den Ordner Bilder und in der erscheinenden Listenansicht auf den Button „+ Neu“ oder im Rahmen des „icon-basierten Schnellzugriffs“ auf das „+“ des Buttons Bilder. Es öffnet sich eine Maske. Tragen Sie dort einen internen Namen ein und wählen Sie die Bildquelle (lokal/Web) aus.

Mit Klick auf **Speichern** wird das Bild im System hinterlegt und Sie gelangen zu einer Vorschau des Bildes. Klicken Sie auf **Abbrechen** gelangen Sie wieder zur Listenansicht.



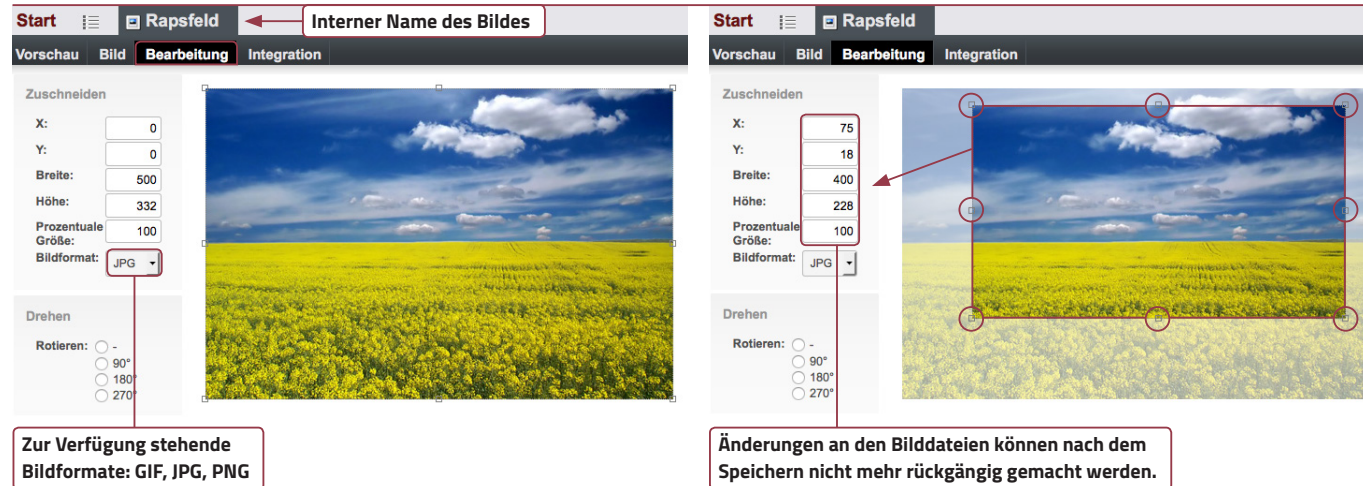
Bilder können auch einfach per Drag&Drop hochgeladen werden.



3.2 BILDBEARBEITUNG

Um ein Bild zu bearbeiten, klicken Sie in der Tab-navigation auf den Tab „**Bearbeitung**“. Links finden Sie die Änderungsmöglichkeiten mittels Eingabe der Wert z. B. Größe ändern oder Bild zuschneiden. Rechts können Sie die Änderungen mittels der acht kleinen Quadrate vornehmen. Drücken Sie mit der linken Maustaste auf eines der Quadrate und halten die Taste gedrückt. Ziehen Sie es nun an die gewünschte Stelle und lassen los. Der Bereich des Bildes mit weißlichem Schatten wird mit dem Speichern „abgeschnitten“. Zusätzlich können Sie die Größe des Bildes prozentual ändern, es drehen sowie den Dateityp ändern. Änderungen an den Bilddateien können nach dem Speichern nicht mehr rückgängig gemacht werden.

3.2 BILDBEARBEITUNG




4. ARTIKEL

Das Programm behandelt Inhalt (Texte, Bilder etc.) wie ein Content-Management-System. D.h. Inhalte und die grafische Darstellung werden separat von einander definiert bzw. angelegt. So können Sie einmal angelegte Artikel beliebig oft verwenden oder die Darstellung auf alle Artikel anwenden.

Jeder Artikel beinhaltet in der Regel fünf Elemente.

- ① Bild
- ② Überschrift
- ③ Kurztext
- ④ Langtext
- ⑤ weiterführender Link

① 

② **Energiegewinnung der Zukunft**

③ Ich bin ein Blindtext. Von Geburt an. Es hat lange gedauert, bis ich begriffen habe, was es bedeutet, ein blinder Text zu sein: Man macht keinen Sinn.

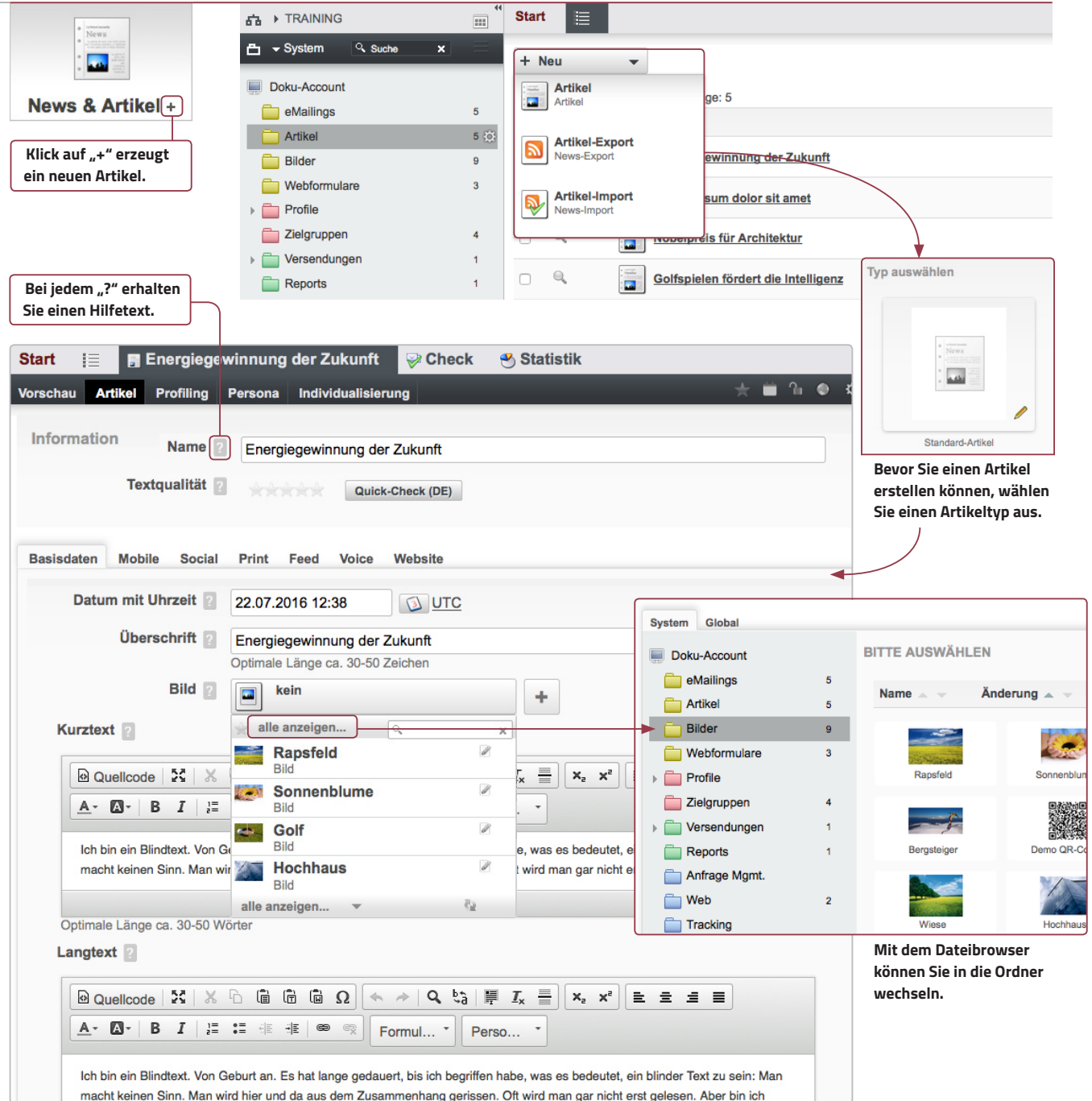
④ Ich bin ein Blindtext. Von Geburt an. Es hat lange gedauert, bis ich begriffen habe, was es bedeutet, ein blinder Text zu sein: Man macht keinen Sinn. Man wird hier und da aus dem Zusammenhang gerissen. Oft wird man gar nicht erst gelesen. Aber bin ich deshalb ein schlechter Text?

⑤ [Weiterführender Link](#)

4.1 NEUEN ARTIKEL ERSTELLEN

Um einen neuen Artikel zu erstellen, klicken Sie entweder in der Ordernavigation auf den Ordner Artikel und in der erscheinenden Listenansicht auf den Button „+ Neu“. Wählen Sie anschließend „Artikel“ aus. Oder Sie klicken beim iconbasierten Schnellzugriff auf das „+“ des Buttons News & Artikel. In der sich öffnenden Eingabemaske tragen Sie einen internen Namen sowie eine ansprechende Überschrift („Headline“) ein und wählen ein für den Artikel passendes Bild. Um ein Bild auszuwählen, klicken Sie auf den „Objekt-Picker“. Es öffnet sich eine Liste mit den zuletzt importierten Bildern. Sollte Ihr Bild dort nicht auftauchen, klicken Sie bitte auf „alle anzeigen“. Es öffnet sich ein Dateibrowser, mit dem Sie auf die Ordner der linken Ordernavigation zugreifen können.

Unterhalb des internen Namens finden Sie verschiedene Tabs. Dort können Sie bei Bedarf für jedes crossmediale Medium unterschiedliche Inhalte einfügen. Im Regelfall ist dies aber nicht nötig, da die Basisdaten für alle Medien verwendet werden.



News & Artikel +

Klick auf „+“ erzeugt einen neuen Artikel.

Bei jedem „?“ erhalten Sie einen Hilfetext.

Typ auswählen

Bevor Sie einen Artikel erstellen können, wählen Sie einen Artikeltyp aus.

MIT DEM DATEIBROWSER KÖNNEN SIE IN DIE ORDNER WECHSELN.

4.2 ARTIKELEINGABEMASKE

Die Felder „Kurztext“ und „Langtext“ sind sogenannte WYSIWYG-Editoren (what you see is what you get). Änderungen, die Sie vornehmen, werden sofort angezeigt. Zur Textgestaltung verwenden Sie die oberhalb der Textfelder angebrachten Buttons. Versierte Benutzer können den Text in der Quellcodeansicht mittels HTML und CSS editieren.

- 1 Quellcodeansicht
- 2 Vollbild
- 3 einfügen
- 4 rückgängig / wiederholen
- 5 suchen & ersetzen
- 6 alles markieren / Formatierung löschen / Linie einfügen
- 7 tiefgestellt / hochgestellt
- 8 Textausrichtung
- 9 Schriftfarbe / Hintergrundfarbe ändern
- 10 fett / kursiv
- 11 Liste erstellen / Einzüge ändern
- 12 Weblink einfügen / löschen
- 13 Link auf Formular einfügen
- 14 Personalisierungsvariablen einfügen

Die meisten Textverarbeitungsprogramme verwenden eine eigene, teilweise nicht sichtbare Formatierung des Textes. Wenn Sie diese mittels „STRG+C“ und „STRG+V“ in das Textfeld einfügen, übernehmen Sie die Formatierungen. Diese sind oftmals nicht kompatibel, sodass der Text falsch dargestellt wird. Benutzen Sie daher bitte IMMER die markierten Buttons 3 zum Einfügen eines Textes. Um weitere Links einzufügen, klicken Sie bei **Link-Liste** auf den Button mit dem +. Es erscheinen zwei Eingabefelder – für die Linkbezeichnung und für den dazugehörigen Link. Sie können beliebig viele Links einfügen. Klicken Sie einfach auf den +-Button und es erscheinen zwei weitere Felder. Sie können den Link mittels des -Buttons wieder löschen. Statt des „Langtextes“ können Sie auch einen sogenannten „Landingpage-Link“ eintragen. Dadurch wird der Leser bei Klick auf „weiter“ z. B. auf Ihre Website weitergeleitet. Wenn Sie mit allen Eingaben fertig sind, klicken Sie rechts unten auf „Speichern“. Der Artikel wird angelegt und Sie gelangen zur Vorschau der Inhalte.

Information

Name ? Energiegewinnung der Zukunft

Textqualität ? ★★★★★ Quick-Check (DE)

Basisdaten Mobile Social Print Feed Voice Website

Datum mit Uhrzeit ? 22.07.2016 12:38 UTC

Überschrift ? Energiegewinnung der Zukunft
Optimale Länge ca. 30-50 Zeichen

Bild ? +

Kurztext ?

1 2 3 4 5 6 7 8

9 10 11 12 13 14

Ich bin ein Blindtext. Von Geburt an. Es hat lange gedauert, bis ich begriffen habe, was es bedeutet, ein blinder Text zu sein: Man macht keinen Sinn. Man wird hier und da aus dem Zusammenhang gerissen. Oft wird man gar nicht erst gelesen.

Optimale Länge ca. 30-50 Wörter

Langtext ?

Ich bin ein Blindtext. Von Geburt an. Es hat lange gedauert, bis ich begriffen habe, was es bedeutet, ein blinder Text zu sein: Man macht keinen Sinn. Man wird hier und da aus dem Zusammenhang gerissen. Oft wird man gar nicht erst gelesen. Aber bin ich deshalb ein schlechter Text? Ich weiss, dass ich nie die Chance haben werde, im Stern zu erscheinen. Aber bin ich darum weniger wichtig? Ich bin blind! Aber ich bin gerne Text. Und sollten Sie mich jetzt tatsächlich zu Ende lesen, dann habe ich etwas geschafft, was den meisten "normalen" Texten nicht gelingt.

Link-Liste ?

Bezeichnung	URL	
Weiterführender Link	http://sc-networks.com	-
+ Weiterer Link		

Allgemeine Einstellungen

Landingpage-Link ?

Impression Checkpoint ? +

Einfügen

Aufgrund von Sicherheitsbeschränkungen Ihres Browsers kann der Editor nicht direkt auf die Zwischenablage zugreifen. Bitte fügen Sie den Inhalt erneut in diesem Fenster ein.

Bitte fügen Sie den Text in der folgenden Box über die Tastatur (mit **Strg+V**) ein und bestätigen Sie mit **OK**.

Abbrechen OK

Zum Einfügen von Texten verwenden Sie die Einfügen-Buttons. Dabei werden alle enthaltenen Formatierungen vom System automatisch entfernt.

Bei Bedarf kann der Editor in der Funktionalität angepasst werden.

5. IMPORT

Zum manuellen Import von Profilen wählen Sie in der linken Ordernavigation „**Profile**“ und dort den entsprechenden Pool – in diesem Fall „**Pool**“. Klicken Sie jetzt in der Tabnavigation auf den Tab „**Import**“. Hier können Sie zwischen verschiedenen Dateitypen wählen, mit denen Sie die Profile importieren wollen. Wir empfehlen die Verwendung von CSV-Dateien.

Wählen Sie den gewünschten Dateityp der Import-Datei – in diesem Fall „**CSV-Datei**“. Rechts neben der Liste erscheint eine Eingabemaske, in der Sie dem Import einen Namen geben sowie die entsprechende Datei auf Ihrem Computer suchen können. Klicken Sie anschließend auf „**Weiter**“. Sie werden zu einer Kontrollansicht geleitet, mit der Sie überprüfen können, ob die zu importierenden Profile – und da insbesondere Sonderzeichen wie „ä“, „ö“, „ü“ – korrekt dargestellt werden. Werden sie nicht korrekt dargestellt, ändern Sie die Codierung und klicken auf „**Aktualisieren**“. Ist alles in Ordnung, klicken Sie auf „**Weiter**“. Sie werden zu einer Seite geleitet, wo die Spalten der Importdatei mit denen im Pool gegenübergestellt werden. Hier können Sie noch zusätzliche Einstellungen für den Import vornehmen – vor allem was passieren soll, wenn bereits Profile im Pool enthalten sind. Alle Profile, die über einen Import in das System eingespielt werden, haben die Permission „Opt-Out“.

Bitte beachten Sie

Format: CSV-Datei
Texttrenner: Semikolon
Leerzeilen: keine
Formeln: keine
Sonderzeichen: keine

Wir empfehlen Importe zu je 10.000 – 25.000 Profile pro Import aufzuteilen. Importieren Sie nur gültige E-Mail-Adressen und nur die notwendigsten Daten.

5. IMPORT

The screenshot shows the 'Import' tab selected in the top navigation bar. On the left, a sidebar shows a tree view with 'Profile' expanded and 'Pool' selected. The main area displays 'Profile im Pool "Pool" (ID: 16092495)' with a table of profiles. A red box highlights the 'Pool' folder in the sidebar, with an arrow pointing to a text box.

Einen Import nehmen Sie im Ordner Profile im Pool vor.

IMPORTDATEI AUSWÄHLEN

The screenshot shows the 'Import' dialog box. It has tabs for 'Import' and 'Import-Historie'. Under 'Import', there are three options: 'Excel (XLS)', 'Excel (XLSX)', and 'CSV Datei'. The 'CSV Datei' option is selected. A 'Name' field is empty. Below, 'Quellenauswahl' is set to 'Durchsuchen...' and 'Importliste.csv' is shown. A 'Weiter' button is on the right. A red box highlights the 'CSV Datei' option, with an arrow pointing to a text box.

Für einen Import verwenden Sie am besten eine CSV-Datei.

IMPORTDATEI KONFIGURIEREN

The screenshot shows the 'Kontrollansicht' for import configuration. It includes a warning icon and text: 'Wichtiger Hinweis: Bitte überprüfen Sie hier Ihre zu importierende Datei. Achten Sie im besonderen darauf, ob Sonderzeichen korrekt dargestellt werden. Ist dies nicht der Fall, muss wahrscheinlich eine andere Dateikodierung eingestellt werden.' Below are configuration fields: 'Dateiname' (Importdatei.csv), 'Zeilenanzahl' (15), 'Dateikodierung' (UTF-8), 'Trennzeichen' (Semikolon), 'Texttrenner' (empty), and 'Vorschau' (20 Zeilen). At the bottom, there is a table with columns: Anrede, Vorname, Name, eMail, Firma, Status. A red box highlights the 'Dateikodierung' dropdown, with an arrow pointing to a text box.

Um alle Zeichen und Sonderzeichen korrekt darzustellen, muss die Datei UTF-8 kodiert sein.

5.1 FELDER MAPPEN

Das System versucht die Spalten der Importdatei den Feldern im Pool korrekt zuzuordnen. Findet es eine Übereinstimmung, so sehen Sie einen grünen Haken, ansonsten ein rotes Kreuz. In diesem Fall wählen Sie im rechten Dropdown-Menü das korrekte Poolfeld. Aus dem roten X wird danach ein grüner Haken. Wenn alle Haken grün sind, klicken Sie rechts unten auf „Importieren“ und der Import wird gestartet. Nach dem erfolgreichen Import erhalten Sie eine Bestätigung per E-Mail.

Löschmodus

Im Löschmodus können über den Importer Profile gelöscht werden. Dabei wird zwischen drei Modi unterschieden.

- **Deaktiviert:** Löschmodus ist deaktiviert.
- **Profile der Importliste entfernen:** In diesem Modus werden alle Profile gelöscht, die in der Liste sowie im Pool enthalten sind. Wird dieser Modus verwendet, muss ein Primärschlüssel angegeben sein (eindeutige Zuordnung per Eindeutigkeitskriterium).
- **Liste importieren und alle anderen Profile des Pools entfernen:** In diesem Modus werden alle Profile gelöscht, die nicht in der Liste enthalten sind.

5.1 FELDER MAPPEN

Start Pool Statistik Import Backup Aktion

Import Import-Historie

Wichtiger Hinweis
Um doppelte Einträge in den Pool zu vermeiden, benutzen Sie bitte die eindeutige Zuordnung anhand eines von Ihnen selektierten Feldes wie eMail.

Konfiguration

eindeutige Zuordnung per ? eMail (EMAIL)

Dubletten-Check anhand ? eMail (EMAIL)

Hinzufügen und Aktualisieren ?

Nur Hinzufügen ?

Nur Aktualisieren ?

Pool Default Werte verwenden ?

Löschmodus Deaktiviert

Löschen ? Spalte (Quelle) ? Feld (Pool) ?

✓	<input type="checkbox"/>	Anrede	➤	Anrede (SALUTATION)	Erweiterte Einstellungen
✗	<input type="checkbox"/>	Rufname	➤	Vorname (FIRSTNAME)	Erweiterte Einstellungen
✓	<input type="checkbox"/>	Name	➤	Name (NAME)	Erweiterte Einstellungen
✓	<input type="checkbox"/>	eMail	➤	eMail (EMAIL)	Erweiterte Einstellungen

Nur gültige eMail Adressen

Erweiterte Einstellungen: Hier können Sie bei einem Import auch einen neuen Wert für z. B. einen Firmenname hinterlegen.

Überschreiben ? eigener Wert: ? z. B. neuer Firmenname

Löschen Neue Zeile ? Abbrechen Importieren

Die eindeutige Zuordnung per E-Mail wird auch Eindeutigkeitskriterium genannt und wird im Pool vorgenommen.

Der Dublettencheck sollte in den aller meisten Fällen an Hand der E-Mail-Adresse stattfinden. Hier wird die zu importierende Liste geprüft.

Felder können auch manuell gemappt werden, falls die Importdatei eine andere Spaltenbezeichnung hat als im E-Mail-Marketing-System vorgesehen.

5.2 DREI SCHRITTE ZUR IMPORTVORLAGE

Wenn Sie einen Import erfolgreich durchgeführt haben, können Sie diesen Import im Reiter „Import-Historie“ aufrufen und als Vorlage benutzen. Somit entfällt das Mappen der Felder beim nächsten Import, wenn immer wieder die selben Felder importiert werden.

1. IMPORT ALS VORLAGE AUSWÄHLEN

Import Historie

Einträge: 3

Import ID	Name	Pool	Importquelle	Initiator
16108673	Import 25.7.2016	Pool	Importdatei.csv	Ha
16107966	[ohne Name]	Pool	Importdatei.csv	Ha

Import als Konfiguration für eine Vorlage auswählen.

2. IMPORTVORLAGE FESTLEGEN

Übersicht

Import ID 16108673

Name Import 25.7.2016

Import als Vorlage festlegen

Verwendeter Pool Pool

Importquelle Importdatei.csv

Initiator Harald Fuchslöch

Datum 26.07.2016 13:59

Status Fertig

Konfiguration des Imports als Vorlage definieren.

3. IMPORTVORLAGE AUSWÄHLEN

Import

Excel (XLS)

Excel (XLSX)

CSV Datei

VCard Datei

HTML Datei

Quelleauswahl ?

Durchsuchen... Import

Dateien können auch als Zip ko

Konfiguration ?

Keine Konfiguration

Import 25.7.2016

Importvorlage

Jetzt können Sie den Import als Vorlage auswählen.

5.3 LISTENANSICHT EINSTELLEN

Um eine Übersicht über die Einträge in den verschiedenen Feldern zu bekommen, können Sie sich eine individuelle Ansicht konfigurieren und diese Ansicht auch dauerhaft speichern.

5.3 LISTENANSICHT EINSTELLEN

TRAINING

Start Pool Statistik Import Backup Aktion

System Suche x

Profiliste Scoring Konfiguration Integration

Doku-Account

- eMailings 5
- Artikel 6
- Bilder 9
- Webformulare 3
- Profile
- Pool
- Blacklist
- Zielgruppen 4
- Versendungen 1
- Reports 1
- Anfrage Mgmt.
- Web 2
- Tracking
- Vorlagen 6
- Notizen 1
- Einstellungen

Profile im Pool "Pool" (ID: 16092495)

Neuer Eintrag

Erweitert

Suchen

Keine Zielgruppe

Anzeigen

Einträge: 14

Export

Name	eMail
Janeway	miles.janeway@example.com
Troi	beverley.troi@example.com
Crusher	beverley.crusher@example.com
Paris	benjamin.paris@example.com
Troi	william.troi@example.com
Yates	harry.yates@example.com
Bashir	bellana.bashir@example.com
Troi	jonathan.troi@example.com
LaForge	geordi.laforge@example.com
Crusher	william.crusher@example.com
Tain	jean-luc.tain@example.com
Torres	jadzia.torres@example.com
LaForge	julien.laforge@example.com

Speichern

Mit einem Klick auf das Listen-Symbol kann eine individuelle Ansicht der Profile angezeigt und dauerhaft gespeichert werden.

6. ZIELGRUPPEN

Zielgruppen sind als Filter zu verstehen! Es findet keine Zuweisung eines Profils direkt zu einer Zielgruppe statt. Die Profile werden nur anhand Ihrer Charakteristiken von einer Zielgruppe eingeschränkt. Mehrere Zielgruppen können das gleiche Profil beinhalten. Jede Modifikation eines Profils kann die Zugehörigkeit zu einer Zielgruppe sofort beeinflussen.

- Kontakte – auch Profile genannt – befinden sich im Datenpool im Ordner „**Profile**“.
- Zielgruppen sind Teilmengen des Datenpools, können aber auch alle Profile umfassen.
- Bei der Erstellung einer Zielgruppe werden Selektionskriterien für die Auswahl von Kontakten aus dem Datenpool festgelegt.
- Eine Zielgruppe ist dynamisch – neue Kontakte, auf welche die Selektionskriterien zutreffen, werden automatisch der betreffenden Zielgruppe zugewiesen.
- Beim Versand eines Mailings an eine Zielgruppe wird aus den Kontakten selektiert, die sich zum Zeitpunkt des Versands im Datenpool befinden.

6.1 NEUE ZIELGRUPPE ERSTELLEN

Um eine neue Zielgruppe zu erstellen, klicken Sie entweder in der Ordernavigation auf den Ordner Zielgruppen und in der erscheinenden Listenansicht auf den Button „+ Neu“. Wählen Sie anschließend, „Zielgruppe“ aus. Oder Sie klicken beim „iconbasierten Schnellzugriff“ auf das „+“ des Buttons „Zielgruppen“.

Geben Sie der Zielgruppe einen internen Namen, fügen gegebenenfalls noch eine aussagekräftige Beschreibung hinzu und klicken anschließend auf Speichern. Damit wird die Zielgruppe unter dem von Ihnen vergebenen Namen angelegt und Sie gelangen zur Vorschau. Da Sie noch keine Selektionskriterien definiert haben, werden der Zielgruppe auch keine im Datenpool vorhandenen Kontakte zugewiesen.



Klick auf „Plus“ beim iconbasierten Schnellzugriff erzeugt eine neue Zielgruppe.

6.1 ZIELGRUPPEN ERSTELLEN

Geben Sie einer neuen Zielgruppe einen eindeutigen Namen und eine möglichst genaue Beschreibung, damit ggf. ein Kollege die Konfiguration der Zielgruppe besser nachvollziehen kann.

Noch sind in der Zielgruppe keine Profile vorhanden, da die Zielgruppe auch noch nicht konfiguriert ist.



6.2 ZIELGRUPPENKONFIGURATION

Unter dem Tab „**Konfiguration**“ wählen Sie zuerst den Datenpool aus, auf welchen die Zielgruppe zugreifen soll. Danach wählen Sie die Selektionskriterien aus anhand derer die Kontakte aus dem Datenpool ausgewählt werden. Klicken Sie dazu auf den Button „**Bearbeiten**“.
Es erscheint die Standard-Konfiguration „**Alle Einträge des Pools ist Wahr**“. Wählen Sie das entsprechende Selektionskriterium aus – als Beispiel „**Anrede**“. Legen Sie danach fest, welche Eigenschaft das Kriterium haben soll. Verwenden Sie dazu die Dropdown-Menüs. In diesem Beispiel soll die Ansprache „**Herr**“ sein. Anschließend klicken Sie auf den Button „**Speichern**“.

Das Resultat sieht wie folgt aus: alle Profile mit dem ausgewählten Kriterium „**Herr**“. Es gibt im Datenpool vier Kontakte mit diesem Selektionskriterium. Zur Änderung klicken Sie auf „**Bearbeiten**“. Sie können entweder ein anderes Kriterium auswählen oder die Eigenschaft des Kriteriums ändern. Sofern ein Selektionskriterium nicht ausreicht, wählen Sie mit „**+**“ ein weiteres Kriterium aus und klicken auf „**Anhängen**“ – in diesem Fall „**Ort**“. Sie können beliebig viele Kriterien verwenden.

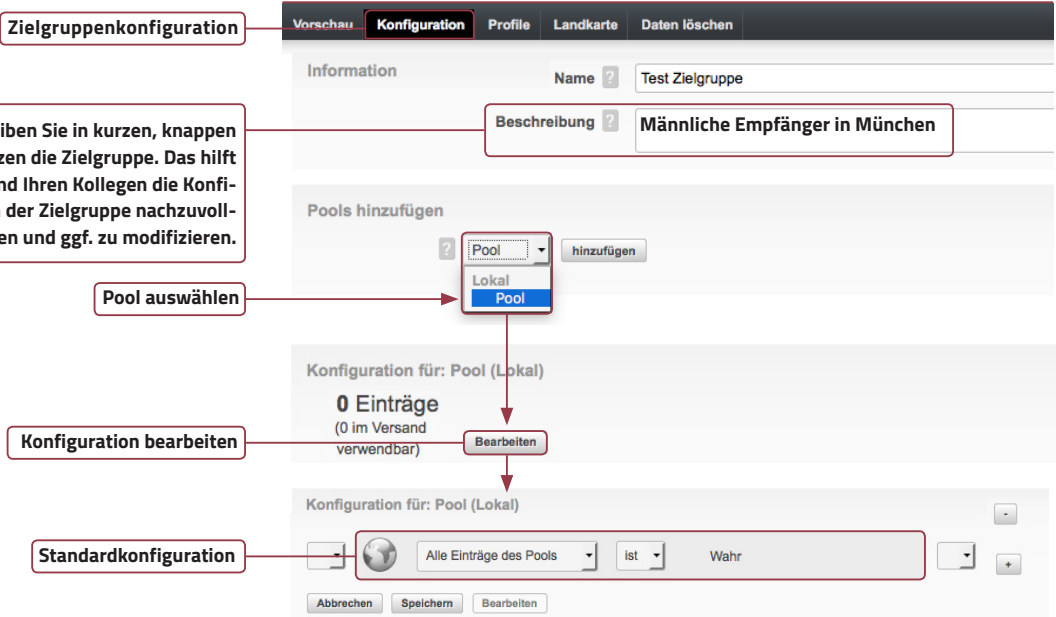
Die Kriterien werden mittels der vier booleschen Verknüpfungsoperatoren „**und**“, „**oder**“, „**und nicht**“ bzw. „**oder nicht**“ verknüpft. Die beiden ersten Operatoren schließen ein, die beiden anderen schließen aus.

Mit Klammern können Sie Kombinationen verschiedener Selektionskriterien bevorzugt behandeln.

Sollte ein Kriterium nicht mehr gebraucht werden, so können Sie es mit dem -Button löschen. Hinzufügen können Sie ein Kriterium mit dem -Button.

Wenn Sie alles eingerichtet haben, klicken Sie auf „**Speichern**“, um die Änderungen zu übernehmen.

6.2 ZIELGRUPPENKONFIGURATION



Zielgruppenkonfiguration

Vorschau **Konfiguration** Profile Landkarte Daten löschen

Information Name ? Test Zielgruppe

Beschreibung ? **Männliche Empfänger in München**

Pools hinzufügen ? Pool Lokal Pool hinzufügen

Pool auswählen

Konfiguration für: Pool (Lokal)

0 Einträge
(0 im Versand verwendbar)

Konfiguration bearbeiten

Standardkonfiguration

Alle Einträge des Pools ist Wahr

Abbrechen Speichern Bearbeiten

Konfiguration für: Pool (Lokal)

Kriterium Eigenschaft

Anrede (SALUTATION) ist gleich Herr

Klammern

Verknüpfungoperator

und oder und nicht oder nicht

Ort (CITY) beinhaltet München

Kriterium löschen Kriterium hinzufügen

Klammern

Speichern ist an mehreren Stellen möglich.

Abbrechen Speichern

6.3 PROFILE DER ZIELGRUPPE

Im Tab „**Profile**“ finden Sie eine Liste mit allen Kontakten aus dem Datenpool, auf die unter dem Tab „**Konfiguration**“ definierte Kriterien der Zielgruppe zutreffen. In diesem Fall waren es die Anrede und Ort.


Bei einem Klick auf **Details** können Sie die Details des Profils betrachten. Die Grundkonfiguration ist in drei Reiter unterteilt: **Basisdaten**, **Intern** und **ohne Zuordnung**.

Reiter Basisdaten: Hier befinden sich Infos wie Name, Adresse, E-Mail-Adresse und Telefonnummer.

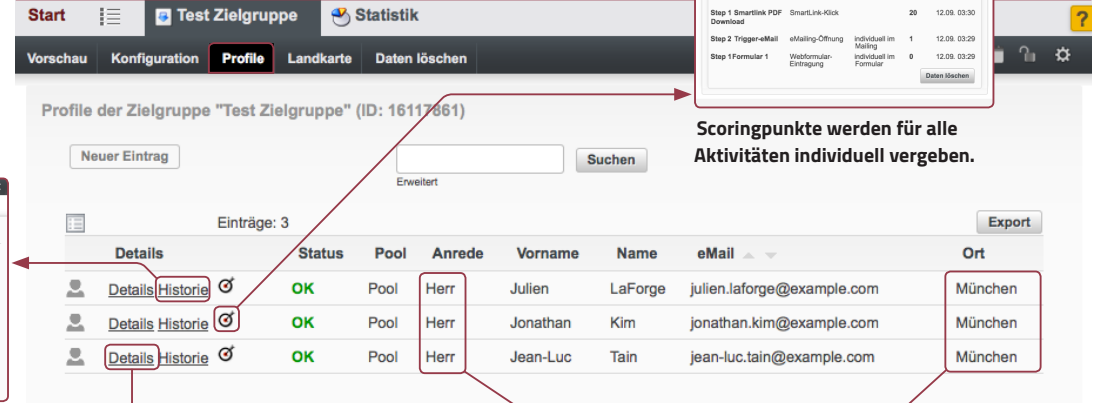
Reiter Intern: Hier stehen Infos zur Beschickbarkeit der einzelnen Profile, Permission, Hardbounces, Eintragungsfeld, ...

Reiter ohne Zuordnung: Hier können abgefragte Informationen abgelegt werden, z. B. Hobbys, Urlaube, Interessen, ...

Unter der **Historie** können Sie sämtliche Aktivitäten des Empfängers ansehen, z. B. empfangene/geöffnete E-Mails, ausgefüllte Formulare, Ein-/Austragungen usw.

Mit einem Klick auf das Scoring-Icon  können Sie die Scoringwerte für jedes einzelne Profil abrufen.

6.3 PROFIL-ÜBERSICHT



Start | Test Zielgruppe | Statistik

Vorschau | Konfiguration | **Profile** | Landkarte | Daten löschen

Profile der Zielgruppe "Test Zielgruppe" (ID: 16117661)

Neuer Eintrag [Suchen]

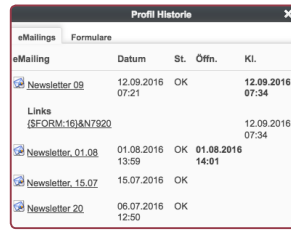
Einträge: 3

Details	Status	Pool	Anrede	Vorname	Name	eMail	Ort
	OK	Pool	Herr	Julien	LaForge	julien.laforge@example.com	München
	OK	Pool	Herr	Jonathan	Kim	jonathan.kim@example.com	München
	OK	Pool	Herr	Jean-Luc	Tain	jean-luc.tain@example.com	München

Export

Scoringpunkte werden für alle Aktivitäten individuell vergeben.

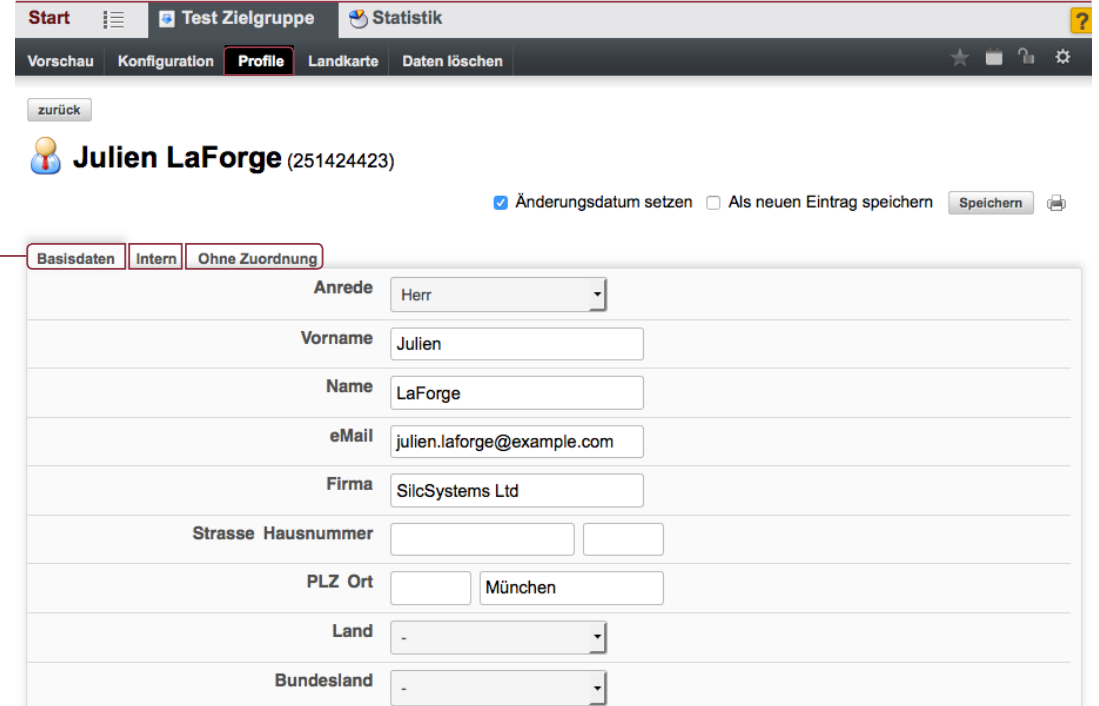
Als Beispiel verwendete Eigenschaften



eMailings	Formulare	Datum	St.	Öfn.	Kl.
		12.09.2016 07:21	OK		12.09.2016 07:34
		12.09.2016 07:34			
		01.08.2016 13:59	OK	01.08.2016 14:01	
		15.07.2016	OK		
		06.07.2016 12:50	OK		

In der Historie werden Öffnungen, Klicks etc. der Empfänger angezeigt.

6.3 PROFIL-DETAILS



Start | Test Zielgruppe | Statistik

Vorschau | Konfiguration | **Profile** | Landkarte | Daten löschen

zurück

Julien LaForge (251424423)

Änderungsdatum setzen Als neuen Eintrag speichern

Basisdaten | Intern | Ohne Zuordnung

Anrede: Herr

Vorname: Julien

Name: LaForge

eMail: julien.laforge@example.com

Firma: SilcSystems Ltd

Strasse Hausnummer: [] []

PLZ Ort: [] München

Land: -

Bundesland: -

Die Informationen der Profile werden unter verschiedenen Reitern gespeichert. Einzelne Reiter können individuell zusammengestellt werden.

Bitte beachten Sie

Trägt sich ein Empfänger aus dem E-Mailverteiler aus, wird dieser auch nicht mehr beschickt. Wird dieses Profil dann aus dem Pool gelöscht, wird auch die Historie des Profils gelöscht. Trägt sich der Empfänger nun wieder für den Newsletter ein, ist die ursprüngliche Historie leider verloren.

7. EMAILING ERSTELLEN

7.1 NEUES EMAILING ERSTELLEN

Jedes eMailing basiert auf einer Vorlage – dem sogenannten E-Mail-Template. Beim Anlegen eines neuen eMailings wird die entsprechende Vorlage kopiert und anschließend durch Sie mit Inhalt gefüllt. Die Vorlage an sich ist schon vorkonfiguriert:

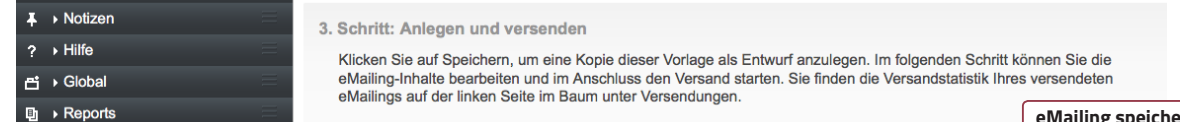
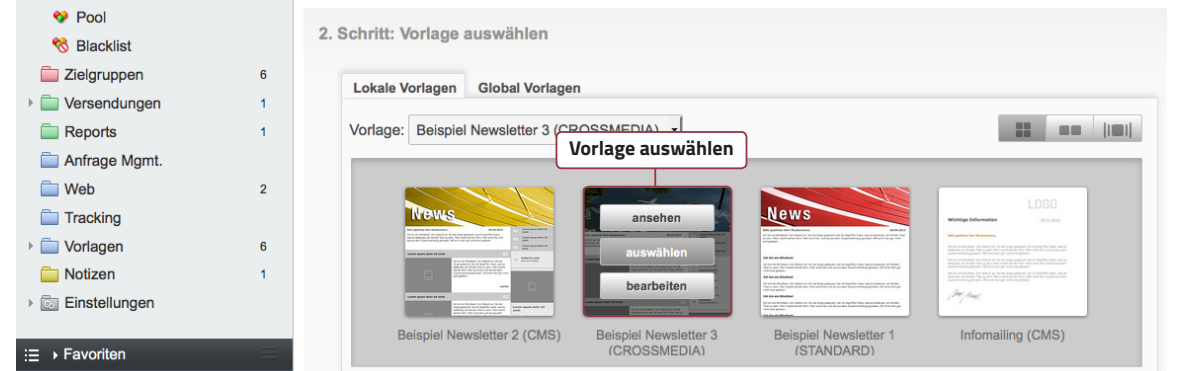
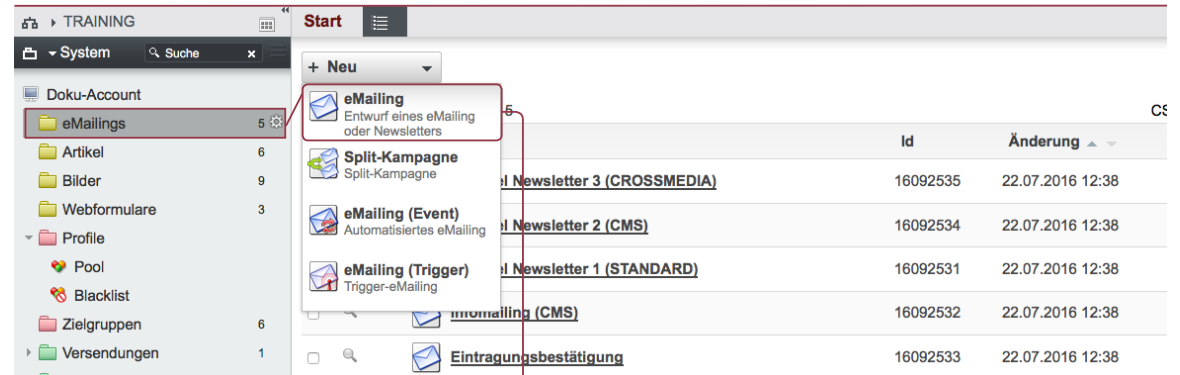
- enthält Platzhalter für die Artikel
- passt Artikel automatisch an Corporate-Design-Standards an
- enthält rechtlich vorgeschriebene Elemente wie Impressum oder Abmeldelink
- das eMailing kann gegebenenfalls vorgelesen, ausgedruckt oder als RSS-Feed abonniert werden
- leitet automatisch zur Landingpage mit Langtext – sofern vorhanden – weiter

Zum Erstellen eines neues eMailings klicken Sie entweder in der Ordernavigation auf den Ordner eMailings und dort auf den Button „+ Neu“ oder beim „iconbasierten Schnellzugriff“ auf das „+“ des Buttons eMailings. Sie können aus drei Mailing-Objekten wählen: Das „**eMailing**“ wird manuell durch Sie verschickt. Das „**eMailing (Event)**“ wird automatisch durch das System ausgelöst – z. B. Glückwünsche zum Geburtstag.

Klicken Sie auf „**eMailing**“. Sie gelangen zu einer Eingabemaske, in die Sie den internen Namen sowie einen potentiellen Betreff eintragen. Wählen Sie anschließend eine der vorhandenen Vorlagen aus. Scrollen Sie nach unten und klicken Sie auf den Button „**Speichern**“.



7.1 NEUES EMAILING ERSTELLEN



7.2 VORSCHAU

Das neue eMailing wird auf Grundlage der ausgewählten Vorlage angelegt und Sie gelangen zur Vorschau. Diese beinhaltet Dummy-Inhalte, an denen Sie sich orientieren können, da Sie zum jetzigen Zeitpunkt noch keine Inhalte einpflegen konnten. Mit dem Doppelpfeil rechts oben kommen Sie zur Websicht des Mailings.

7.3 INHALTE

In diesem Tab sehen Sie den aktuellen Status Ihres eMailings. Hier fügen Sie die im Vorfeld erstellten Artikel ein. Außerdem können Sie zusätzliche Texte einfügen – sofern dafür in der Vorlage der so genannte Platzhalter vorhanden sind.

7.3.1 EDITOR – VISUELL

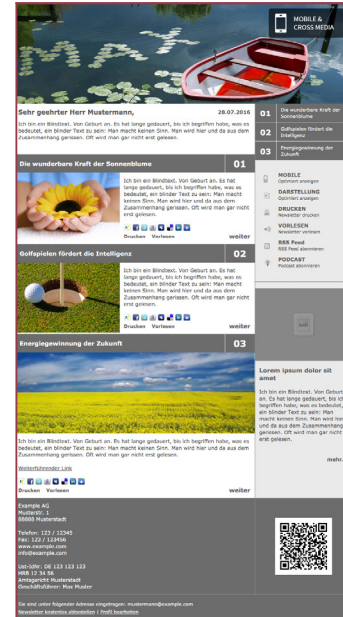
Im visuellen Editor sehen Sie alle bearbeitbaren Objekte und Platzhalter, in denen Sie Inhalte einfügen und bearbeiten können – hier das Headerbild, das Editorial, die Artikel sowie das Impressum.

Um einen neuen Artikel einzufügen, klicken Sie bitte beim entsprechenden SLOT – hier **„Content“** – rechts auf den Button mit dem **+** Zeichen. Es öffnet sich eine kleine Eingabemaske. Dort können Sie den gewünschten Artikel auswählen. Klicken Sie dazu auf den Bereich **„Bitte auswählen“**. Es öffnet sich eine Liste der aktuellsten Artikel. Sollte sich der Artikel nicht in der Liste befinden, klicken Sie auf **„alle anzeigen“**. Es öffnet sich der bereits bekannte Dateibrowser.

7.3.2 ARTIKEL AUSWÄHLEN



Nachdem Sie einen Artikel ausgewählt haben, erscheint er in der Eingabemaske. Klicken Sie anschließend auf **„Einfügen“** und der Artikel wird in den SLOT – hier **„Content“** – eingefügt. Klick auf **↕** löscht den Artikel aus dem Slot **▲▼** ändert die Reihenfolge der Artikel im Slot.

7.2 VORSCHAU

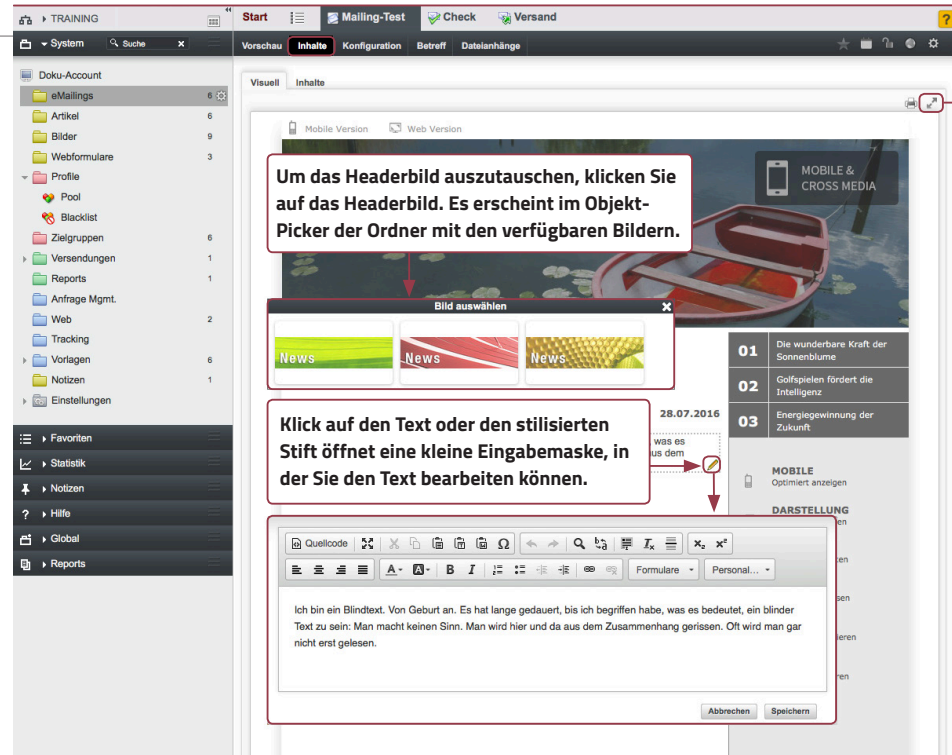


Die Vorschau vermittelt einen ersten Eindruck des Mailings.

Hinweis

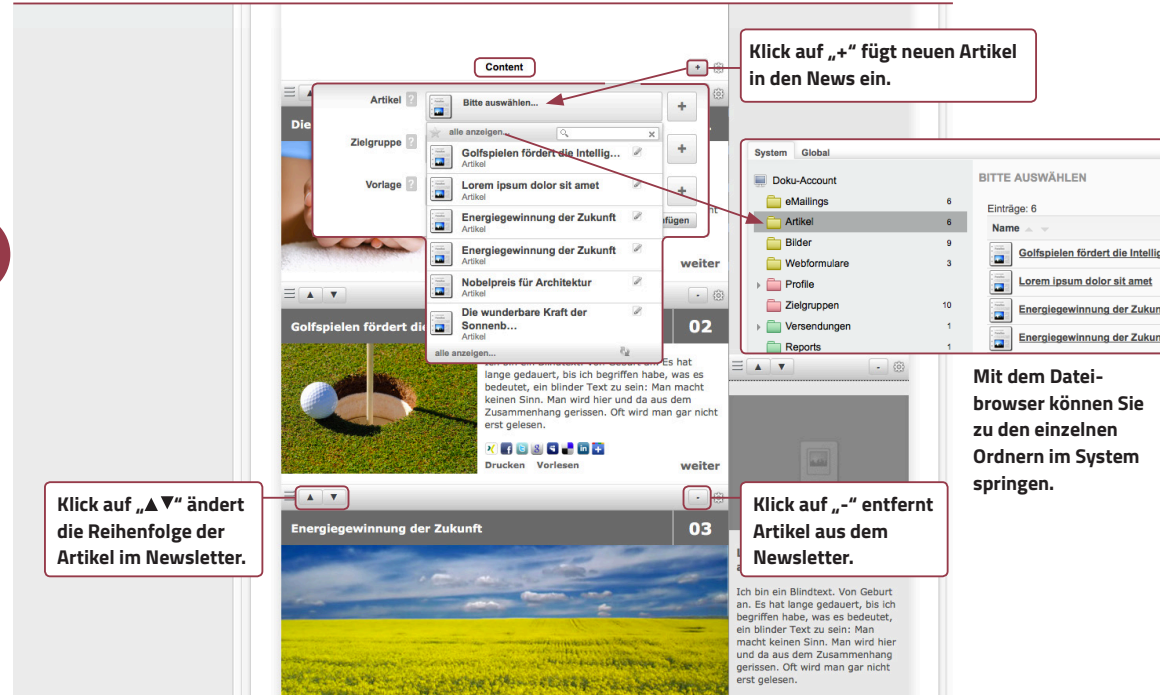
Hinweis: Sobald Sie bei einem Feld dieses Icon  sehen, ist das Feld individuell editierbar. Mit einem Klick auf  können Sie einen Artikel bearbeiten oder ein neues Bild in einen Artikel laden.

7.3.1 EDITOR VISUELL



Doppel Pfeil: Damit gelangen Sie zur Websicht des Newsletters.

7.3.2 ARTIKEL AUSWÄHLEN



Klick auf „+“ fügt neuen Artikel in den News ein.

Klick auf „▲▼“ ändert die Reihenfolge der Artikel im Newsletter.

Klick auf „-“ entfernt Artikel aus dem Newsletter.

Mit dem Dateibrowser können Sie zu den einzelnen Ordnern im System springen.

7.4 KONFIGURATION

7.4 KONFIGURATION

Hier müssen Sie in aller Regel nichts mehr ändern, da die enthaltenen Daten aufgrund des eMailing-Templates bereits korrekt vorausgefüllt sind. Dies geschieht bei der Erstellung automatisch. Sie brauchen die Daten nur auf inhaltliche Fehler oder Rechtschreibfehler hin überprüfen.

Unter dem Punkt **Vorlage** sehen Sie auf welcher **Template-Vorlage** das Mailing basiert.

7.5 BETREFF

Die Betreffzeile ist eines der entscheidenden Kriterien, ob ein eMailing geöffnet oder gleich gelöscht wird. Nehmen Sie sich daher Zeit einen möglichst relevanten und interessanten Betreff zu finden. Im eMail-Marketing-System können Sie Personalisierungsvariablen wählen, anhand derer beim Versand die Betreffzeile an den jeweiligen Empfänger individuell angepasst wird – z. B. Anrede und Nachname des Empfängers.

7.6 DATEIANHÄNGE

Hier können Sie Dateien an das eMailing anhängen. Dies wird jedoch nicht empfohlen, da

- Dateianhänge unter Umständen zu einer höheren SPAM-Bewertung führen,
- die Wahrscheinlichkeit von Newsletter-Abmeldungen erhöht wird,
- es nicht den Empfehlungen der CSA (Certified Senders Alliance – eine Positivliste von Unternehmen, deren eMailings nicht durch automatische SPAM-Filter aussortiert werden) entspricht.

Wählen Sie für den **Betreff** Ihres Mailings ein oder mehrere **Personalisierungsvariablen**.

7.5 BETREFF

8. EMAILING ÜBERPRÜFEN (CHECK)

Nachdem Sie das eMailing angelegt und die Inhalte eingepflegt haben, sollten Sie es vor dem Versand gründlich überprüfen. Es passiert schnell, dass sich Flüchtigkeitsfehler einschleichen oder das eMailing nicht so aussieht, wie Sie es sich vorgestellt haben. Klicken Sie dazu in der Tabnavigation auf den Tab „**Check**“. Sie sehen zahlreiche Unterpunkte zur Überprüfung verschiedener Kriterien.

8.1 DARSTELLUNG & SPAM (QUICK)

Darstellung (Quick): Hier können Sie manuell einstellen, wie das eMailing beim Empfänger aussehen würde, wenn dessen eMail Client spezifische Funktionen nicht unterstützt. Das beinhaltet das nicht Anzeigen von Bildern oder die fehlende Unterstützung von Gestaltungsmerkmalen oder Skriptsprachen.

Spam (Quick): Unter diesem Punkt können Sie einen Schnelltest zur SPAM-Wahrscheinlichkeit machen. SpamAssassin ist eine unabhängige Software, die die gängigsten Regeln und Merkmale zur Erkennung von SPAM enthält und anhand dieser eine Berechnung der Wahrscheinlichkeit durchführt. Ein Wert von 5 und mehr wird rot angezeigt und bedeutet, dass das eMailing aller Voraussicht nach als SPAM beim Empfänger gekennzeichnet wird oder im SPAM-Ordner landet bzw. gelöscht wird.

8.2 LINKS

Im Tab „**Links**“ werden alle im eMailing integrierten Links angezeigt und auf Funktion überprüft. Ist alles in Ordnung, sehen Sie ein grünes „OK“. Ist der Link fehlerhaft, erscheint in rot „Fehler“.

8. EMAILING CHECK

The screenshot shows the 'Check' tab with sub-tabs: Darstellung & Spam, Darstellung & Spam (Quick), **Betreff**, Eyetracking, Textanalyse, Links, Individualisierung, and Testversand. Below are six preview windows:

- Fullscreen mit Bilder:** Preview in various clients. **Kostenpflichtig!**
- Darstellung & Spam:** Preview without images, CSS, HTML-Header, etc.
- Betreff Check - Microsoft Outlook 2003:** Preview of the subject line in various mail clients.
- Simulation des Betrachtungsverlaufs:** Heatmap simulation of the viewing process. **Kostenpflichtig!**
- Analysiert die Textqualität im Mailing:** Analysis of text quality with a star rating and two criteria: 1. Textverständlichkeit, 2. Web-Tauglichkeit.
- Testet die Links im Mailing auf Funktionalität:** Testing of links for functionality, showing 'OK' for successful links and 'OK => Weiterleitung' for redirects.

8.1 DARSTELLUNG (QUICK)

The screenshot shows the 'Darstellung & Spam (Quick)' sub-tab with the following options:

- Bilder (ohne Hintergrund) → **Keine Bilder anzeigen**
- CSS → **Gestaltungsmerkmale ausblenden**
- CSS-Links
- HTML-Header
- Java Script → **Keine Skripte ausführen**

8.1 SPAM (QUICK)

The screenshot shows the 'Spam-Check' sub-tab with the following details:

- SpamAssassin dropdown menu and 'Prüfung durchführen' button.
- Table of test results:

Bezeichnung	Score
ADMINISTRATOR NOTICE: The query to URIBL was blocked. See http://wiki.apache.org/spamassassin/DnsBlocklists#dnsbl-block for more information. [URIs: scnem.com]	0,00
From and EnvelopeFrom 2nd level mail domains are different	0,00
BODY: Nachricht enthält HTML	0,00
Erwähnt ein Medikament gegen Erektionsstörungen	2,20
Spam	2,20 (max 5,00)

SPAM-Wahrscheinlichkeit

8.3 INDIVIDUALISIERUNG

Überprüfen Sie, ob die Individualisierung und Personalisierung funktioniert. Dazu müssen Sie zuerst eine Zielgruppe auswählen. Klicken Sie dazu auf den Objekt-Picker. Sie sehen eine Liste der zuletzt angelegten Zielgruppen. Suchen Sie die entsprechende Zielgruppe aus und klicken rechts unten auf Speichern. Sie gelangen zur Vorschau des eMailings. Gehen Sie wieder in den Tab Check und dort auf Individualisierung. Sie sehen jetzt eine Liste von bis zu 15 Profilen aus der gewählten Zielgruppe. Wenn Sie jetzt bei einem der Profile auf den Button „Vorschau“ klicken, wird das eMailing an das Profil angepasst. In diesem Fall werden Betreff und Anrede personalisiert sowie die zugehörige E-Mail-Adresse eingefügt.

8.4 TESTVERSAND

Es gibt zwei Möglichkeiten einen Testversand durchzuführen. Zum Einen finden Sie unter der Profilliste im Tab Individualisierung einen Button „Testversand“. Wählen Sie die gewünschten Profile aus, indem Sie den Haken setzen. Klicken Sie anschließend auf „Testversand“. Für die zweite Möglichkeit gehen Sie in den Tab „Testversand“. Dort wählen Sie – wie schon bei der Individualisierung – eine Zielgruppe aus. Setzen Sie auch hier den Haken bei den entsprechenden Profilen und klicken anschließend auf „Testversand“. Für beide Fälle gilt: Überprüfen Sie Ihre Mailbox, ob das eMailing angekommen ist. Kontrollieren Sie anschließend das Erscheinungsbild, den Inhalt und, ob alle Links funktionieren.

8.5 KORREKTUREN

Wenn Sie – und auch andere Empfänger des Testmailings – festgestellt haben, dass noch Korrekturen notwendig sind, gehen Sie wie folgt vor:

- Öffnen Sie das entsprechende eMailing.
- Gehen Sie durch jeden Tab und beheben die Fehler.
- Speichern Sie das eMailing.
- Überprüfen Sie das eMailing nochmals (Check).
- Verschicken Sie ein weiteres Testmailing.

Wiederholen Sie diesen Prozess, bis alle Fehler – sowohl visuell als auch inhaltlich – behoben wurden.

8.3 INDIVIDUALISIERUNG

Kontrollieren Sie den Newsletter, ob die Individualisierung im Mailing auch greift.

8.4 TESTVERSAND

Hier können Sie eine E-Mail-Adresse für einen Testversand eintragen, eine Personalisierung findet hier allerdings nicht statt.

9. VERSAND

Wenn Sie ein eMailing erstellt und auf Fehler hin überprüft haben, können Sie es jetzt verschicken. Klicken Sie dazu auf den Tab „**Versand**“.

9.1 ZIELGRUPPE

An erster Stelle finden Sie den Ihnen bekannten Objekt-Picker. Wählen Sie dort die für das eMailing entsprechende Zielgruppe aus, die Sie unter Punkt 6 bereits erstellt haben.

9.2 VERSANDZEITPUNKT

Für den Versandzeitpunkt haben Sie zwei Optionen: „**jetzt**“ und „**Zeitpunkt auswählen**“. Bei der ersten Option wird das eMailing nach den abschließenden Überprüfungen sofort verschickt. Bei der zweiten Option legen Sie einen genauen Zeitpunkt fest, zu dem das eMailing verschickt wird.

Wenn Sie alle Einstellungen vorgenommen haben, klicken Sie rechts unten auf den Button „**Versand Vorschau**“. Damit werden diese Einstellungen übernommen, zwischengespeichert und Sie zur letztmaligen Überprüfung des eMailings vor dem Versand weitergeleitet. Dort können Sie noch einmal – wie schon unter „**Check**“ – die wichtigsten Elemente des eMailings überprüfen. Wenn die Überprüfung abgeschlossen ist, klicken Sie rechts oben auf den Tab „**Versand Start**“.

9. VERSAND

Start
Mailing-Test
Check
Versand
?

Versand

9.1 ZIELGRUPPE

Zielgruppe ? Test-Zielgruppe
Zielgruppe +

9.2 VERSANDZEITPUNKT

Versandstart ? Jetzt Zeitpunkt auswählen

Ihre Zeitzone: Europe / Berlin

Versandzeitpunkt: 18.08.2016 10:29

Mails pro Stunde ? Keine Beschränkung

Limitierung ? Deaktiviert

Versandzeitoptimierung ? Keine

Bitte beachten Sie

Der Versandzeitpunkt wird nur hier in GMT angegeben im Gegensatz zu allen anderen Zeitangaben, die in UTC angegeben werden.

Versandsbestätigung

Empfänger (Statistik) ?
Es können mehrere eMail Adressen, durch Kommas getrennt, angegeben werden.

Zeitpunkt (Statistik) ? 1 Stunde später

Empfänger (Bestätigung) ?
Es können mehrere eMail Adressen, durch Kommas getrennt, angegeben werden.

Mailgröße

Mailgröße ? 60 KB

Bitte beachten Sie

Mails mit einer Größe über 100 KB verursachen Zusatzkosten in Höhe von 0,0001 Euro pro KB und Mail.

Versand Vorschau

9.3 VERSAND STARTEN

Es folgt eine Übersicht der wichtigsten technischen Details des eMailings betreffend. Das sind unter anderem:

- Zielgruppe und die darin enthaltenen tatsächlich verwendbaren Profile
- Absender- und Antwortadresse
- Versandzeitpunkt

Hier sollten keine Fehler mehr zu finden sein. Klicken Sie daher rechts unten auf „**Versand starten**“. Nach dem Klicken auf den Button öffnet sich eine kleine Maske mit dem Hinweis, dass das eMailing an – in diesem Beispiel – ein Profil verschickt wird. Diese Zahl sollte mit den verwendbaren Profilen übereinstimmen, dies dient als weiterer Schutz vor einem versehentlichen Versand. Wenn Sie jetzt auf „**Versand starten**“ klicken, wird das eMailing endgültig verschickt.



9.4 AUTOMATISMEN NACH DEM VERSAND

Nachdem Sie den Versand gestartet haben, gibt es zwei Möglichkeiten abhängig vom Versandzeitpunkt. Sofern Sie „**jetzt**“ ausgewählt haben, werden folgende Prozesse automatisch in Gang gesetzt:

- Das eMailing wird in den Ordner Versendungen verschoben. Dort können Sie den Versand live verfolgen und zahlreiche Statistiken abrufen.
- Überprüfung der Kontakte auf Fehler oder Abmeldungen von der Newsletter-Liste. Diese Kontakte werden ignoriert.
- Abgleich der aktualisierten (verwendbaren) Kontakte mit der Robinsonliste und der Blacklist. Sofern es Übereinstimmungen gibt, werden diese Kontakte ignoriert.
- Überprüfung dieser abermals aktualisierten Kontakte auf Duplikate (doppelte E-Mail-Adressen). Sofern Duplikate vorhanden sind, wird immer nur der zuerst gefundene Kontakt mit dieser Adresse beschickt.
- Erstellung individueller Kopien des eMailings für jeden verwendbaren Kontakt in der Zielgruppe und Versand an diesen.

Haben Sie einen festen Versandzeitpunkt gewählt, so wird das eMailing vorerst nur in den Ordner Versendungen verschoben. Solange die anderen Prozesse noch nicht gestartet sind, können Sie durch Löschen des eMailings aus dem Ordner den Versand stoppen.

9.3 VERSAND STARTEN

Zielgruppe
Zielgruppe ? Test-Zielgruppe
Empfänger ? 1 Tatsächlich verwendbare Profile

Absender
Absender Muster Firma <info@example.com>
Antwort an Muster Firma <info@example.com> Absender- und Antwortadresse

Domain
Versand-Domain ? scnem.com Versand-Domain

Empfänger-Filter für den Versand
Verwendete Filter ? Blacklist, Robinson-Liste, Dubletten-Check

Versandzeit
Versand am/um ? 18.08.2016 08:20 UTC Versandzeitpunkt in UTC

Versandsbestätigung
Empfänger (Statistik) ?
Zeitpunkt (Statistik) ? 18.08.2016 09:20 UTC
Empfänger (Bestätigung) ?

Performance
Versandgeschwindigkeit ? Keine Einschränkung

Limitierung der Versand-Menge
Limitierung ?

Statistik
An Report angehängt ? -

Hinweis !

Sie sollten sich ganz sicher sein – vor allem, wenn als Zeitpunkt „**sofort**“ eingestellt wurde. Denn nach Start kann der Versand des eMailings nicht mehr gestoppt werden.

Abbrechen Versand starten

10. VERSANDSTATISTIK-LISTENANSICHT

The screenshot shows a list of email campaigns. The 'Beispiel Newsletter 3 (CROSSMEDIA)' campaign is highlighted. Performance metrics are shown as progress bars and percentages: Öffnungsrate (53,3%), Abmeldungsrate (0,0%), and Klickrate (40,0%).

Name	Id	Versandstart	Empfänger	Öffnungsrate	Abmeldungsrate	Klickrate	Erstellt	Änderung	Status
Mailing-Test	16247433	18.08.2016 11:30	1	- (0)	- (0)	- (0)	18.08.2016 11:30	18.08.2016 11:30	In Bearbeitung
Beispiel Newsletter 3 (CROSSMEDIA)	16092536	21.07.2016 08:36	15	53,3% (8)	0,0% (0)	40,0% (6)	22.07.2016 12:38	22.07.2016 12:38	Abgeschlossen

Wartet noch auf den Versand. (Icon: envelope with clock)

Wird gerade verschickt oder wurde bereits verschickt. (Icon: envelope with checkmark)

Wie viele Empfänger haben das Mailing geöffnet. (Öffnungsrate)

Wie viele Empfänger haben sich wegen des Mailings abgemeldet. (Abmeldungsrate)

Wie viele Empfänger haben im Mailing einen Link angeklickt. (Klickrate)

Diese Kenngrößen zeigen, wie erfolgreich das verschickte eMailing war. Faustregel: Je höher die Prozentzahl bei der Öffnungs- und Klickrate und je kleiner bei der Abmelde-rate, umso erfolgreicher war das eMailing.

10. VERSANDSTATISTIK

Nach Versandstart wird das eMailing in den Ordner „Versendungen“ verschoben. Dort finden Sie eine Liste mit allen eMailings – sortiert nach Versandzeitpunkt – die bereits verschickt wurden bzw. noch auf den endgültigen Versand warten. Erkennbar ist das an verschiedenen Icons.

10.1 REPORTÜBERSICHT

Außerdem finden Sie hier für jedes eMailing eine umfangreiche Statistik der gängigsten Kenngrößen – wie z. B. Öffnungsrate oder Klickrate. Einige werden Ihnen bereits in der Listenansicht angezeigt.

10.1 REPORTÜBERSICHT – LIVE VIEW

Live View Summary:

- Öffnungen: **2.577**
- Klicks: **1.537**
- Abmeld.: **269**

Verlauf (5 Sekunden / 30 Sekunden):

Branchenvergleich:

- Öffnungsrate: 37%
- Klickrate: 30%
- Abmelde-rate: 2%

Versand: 15 eMails bereits versandt (50%)

Map: Geographic distribution of recipients across Europe, with major cities like Hamburg, Berlin, and London highlighted.

10.2 DETAILAUSWERTUNGEN

Neben dieser Ansicht gibt es eine wesentlich ausführlichere Aufstellung der Kenngrößen. Klicken Sie dazu in der Listenansicht auf den Namen des zu betrachtenden eMailings. In der Navigation oben werden Ihnen zahlreiche Tabs angezeigt, in denen Sie eine – meist grafische – Aufschlüsselung der Kenngrößen finden.

10.2.1 VERSAND


Hier finden Sie zahlreiche interessante und wichtige Kenngrößen. Außerdem können Sie quasi live mitverfolgen, wie das eMailing verschickt wird und wie die Empfänger darauf reagieren.

- ① **Zielgruppe:** alle Profile, an die das eMailing verschickt wurde
- ② **Betreff:** Standard-Betreffzeile
- ③ **Start / Ende:** Zeitraum (UTC), in dem das eMailing verschickt wurde
- ④ **Fortschritt:** Anzahl versendeter eMailings zu einem Zeitpunkt X der Betrachtung (sofern der Versand noch nicht abgeschlossen wurde)
- ⑤ **Empfänger:** Anzahl der Kontakte, die das eMailing – schon – tatsächlich erhalten haben
- ⑥ **Abmeldungen:** Anzahl der Kontakte, die auf „Abmelden“ im eMailing geklickt haben
- ⑦ **Öffnungsrate:** Anzahl Empfänger, die das eMailing mindestens ein Mal geöffnet haben
- ⑧ **Öffnungsrate (POR):** Summe aus Anzahl eindeutiger Empfänger, die das eMailing geöffnet haben und Anzahl uneindeutiger Empfänger, die das eMailing geöffnet haben
- ⑨ **Klickrate:** Anzahl der Kontakte, die mindestens einen Link geklickt haben
- ⑩ **Relative Klickrate:** Anzahl Kontakte, die mindestens einmal das eMailing geöffnet und mindestens einen Link geklickt haben
- ⑪ **Conversion:** durch das Mailing erzielter Umsatz (nur interessant für Webshops)
- ⑫ **Öffnungen:** Summe aller Öffnungen mit Nachladen der Bilder
- ⑬ **Mehrfachöffnungen:** Summe aller Mehrfachöffnungen mit Nachladen der Bilder
- ⑭ **Klicks:** Summe aller Klicks
- ⑮ **Mehrfachklicks:** Klicks pro Mailing, die eindeutig einem Empfänger zugeordnet werden können
- ⑯ **Mehrfachöffnungsrate:** Anteil der Empfänger, die mehr als einmal das eMailing geöffnet haben
- ⑰ **Mehrfachklickrate:** Anteil der Empfänger, die mehr als einmal auf einen beliebigen Link im eMailing geklickt haben
- ⑱ **Relative Mehrfachklickrate:** Anteil der Empfänger, die mehr als einmal das eMailing geöffnet und die mehr als einmal auf einen beliebigen Link im eMailing geklickt haben

10.2.1 REPORTÜBERSICHT – DETAILAUSWERTUNG

Start
Beispiel Newsletter 3 (CROSSMEDIA)
?

Live **Versand** Profile Medien Artikel Clickmap Links Social Scoring Client Landkarte Branchen Conversion eMailing Daten löschen
☆ 📄 🔍 ⚙️



① **Zielgruppe** 15

② **Betreff** Das ist ein Beispiel-eMailing

③ **Start / Ende** 21.07.2016 08:36 / 21.07.2016 08:37

④ **Fortschritt** 100,0% (15)

⑤ **Empfänger** 100,0% (15) Export

⑥ **Abmeldungen** 0,0% (0) Export

Excel-Export XLSX-Format XLS-Format Export aller Kenngrößen

⑦ **Öffnungsrate** 53,3% (8)

⑧ **Öffnungsrate (POR)** 66,7% (10)

⑨ **Klickrate** 40,0% (6)

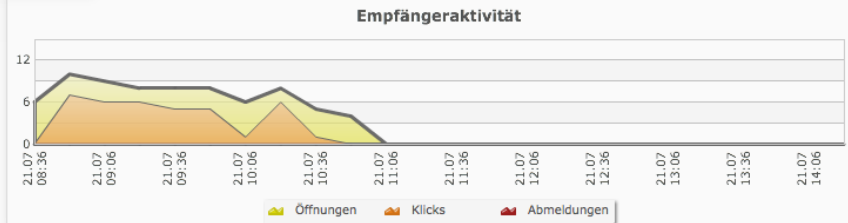
⑩ **Relative Klickrate** 75,0% (6)

Bestätigungen 0,0% (0) Export

⑪ **Conversion** 2749,64 (101)

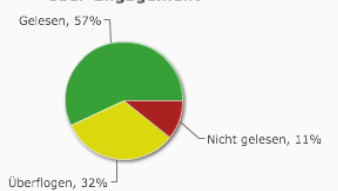
6 Stunden 1 Tag 1 Woche 2 Wochen 4 Wochen 8 Wochen

Empfängeraktivität



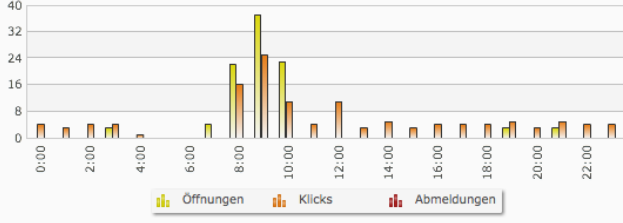
Empfängeraktivität: Hier wird aufgeschlüsselt, wie sich die Empfänger die ersten sechs Stunden nach dem Versand verhalten haben. Sie können sich auch anzeigen lassen, an welchen Tagen – bis zu acht Wochen nach dem Versand – ein eMailing geöffnet oder enthaltene Links angeklickt wurden.

User-Engagement



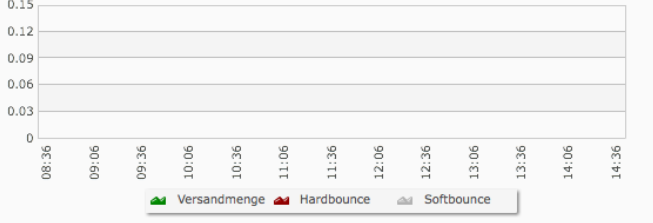
Öffnungszeiten des Mailings:
 Gelesen: > 8 Sekunden
 Überflogen: 5 - 8 Sekunden
 Nicht gelesen: < 3 Sekunden

Tagesverlauf



Tagesverlauf: Zeigt an zu welcher Uhrzeit (UTC) in diesem Zeitraum das eMailing geöffnet oder auf enthaltene Links geklickt wurden.

Versand



⑫ **Öffnungen** 95 (8 eindeutig) Export

⑬ **Mehrfachöffnungen** 11,88 pro Person Export

⑭ **Klicks** 127 (6 eindeutig) Export

⑮ **Mehrfachklicks** 21,17 pro Person Export

⑯ **Mehrfachöffnungsrate** 6,33 Öffnungen pro Person

⑰ **Mehrfachklickrate** 8,47 Klicks pro Person

⑱ **Relative Mehrfachklickrate** 15,88 Klicks pro Person

eMailing-Format Multipart (HTML+Text)

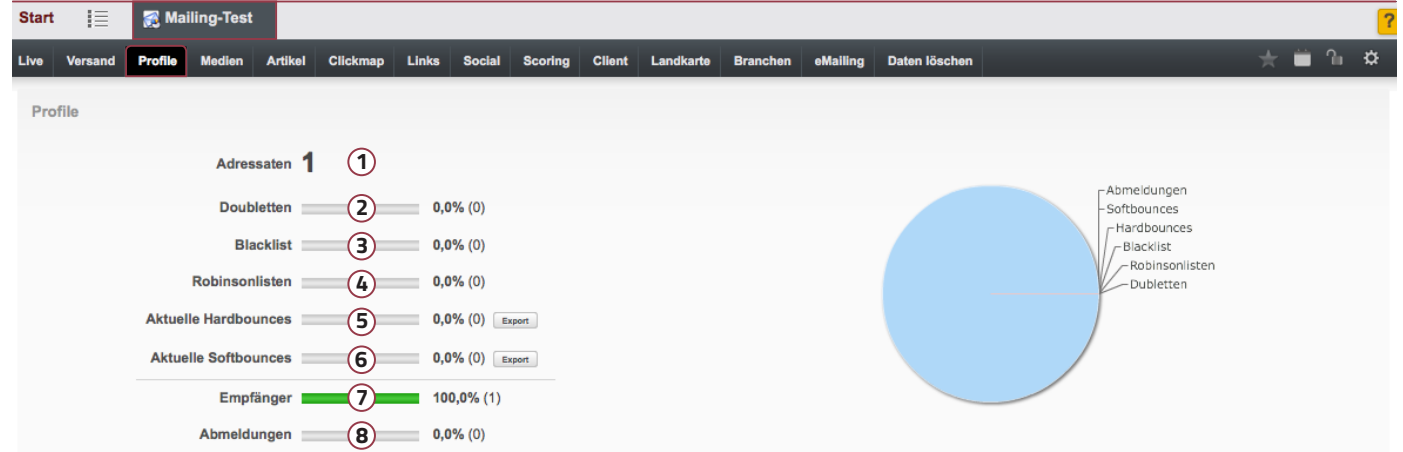
10.2.2 PROFILE

Hier finden Sie hauptsächlich eine Auflistung der Gründe, wieso das Mailing nicht verschickt wurde oder den Empfänger nicht erreicht hat.

- ① **Adressaten:** alle Kontakte in der Zielgruppe
- ② **Dubletten:** Anzahl Profile mit gleicher E-Mail-Adresse
- ③ **Blacklist:** eigene Liste von E-Mail-Adressen, die nicht angeschrieben werden sollen / dürfen
- ④ **Robinsonlisten:** Listen von E-Mail-Adressen, die keine Newsletter bekommen wollen
- ⑤ **Hardbounces:** E-Mail-Adressen, die dauerhaft nicht mehr beschickt werden können, weil es sie z. B. nicht mehr gibt
- ⑥ **Softbounces:** E-Mail-Adressen, die temporär nicht mehr beschickt werden können, da z. B. das Postfach voll ist oder der Server momentan nicht erreichbar ist
- ⑦ **Empfänger:** Anzahl der tatsächlichen Empfänger
- ⑧ **Abmeldungen:** Empfänger, die den Abmelden-Button im eMailing geklickt haben

Außerdem sehen Sie eine Statistik, wie sich einige dieser Gründe auf die jeweiligen Domains verteilen – also z. B. die eMail-Provider, bei denen die Empfänger Ihre E-Mail-Adresse haben.

10.2.2 PROFILE



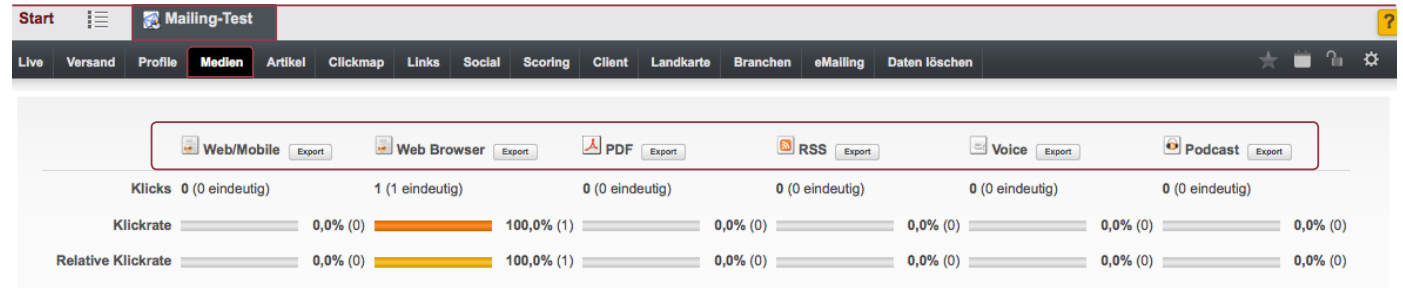
Domain	Anteil an Adressaten	Erfolgreich	Aktuelle Hardbounces	Aktuelle Softbounces
web.de	4,3% (14)	100,0% (14)	0,0% (0)	0,0% (0)
t-online.de	1,6% (5)	100,0% (5)	0,0% (0)	0,0% (0)
gmx.de	1,6% (5)	100,0% (5)	0,0% (0)	0,0% (0)
arcor.de	0,9% (3)	100,0% (3)	0,0% (0)	0,0% (0)
zteservices.eu	0,6% (2)	100,0% (2)	0,0% (0)	0,0% (0)
blutspende.de	0,6% (2)	100,0% (2)	0,0% (0)	0,0% (0)

10.2.3 MEDIEN

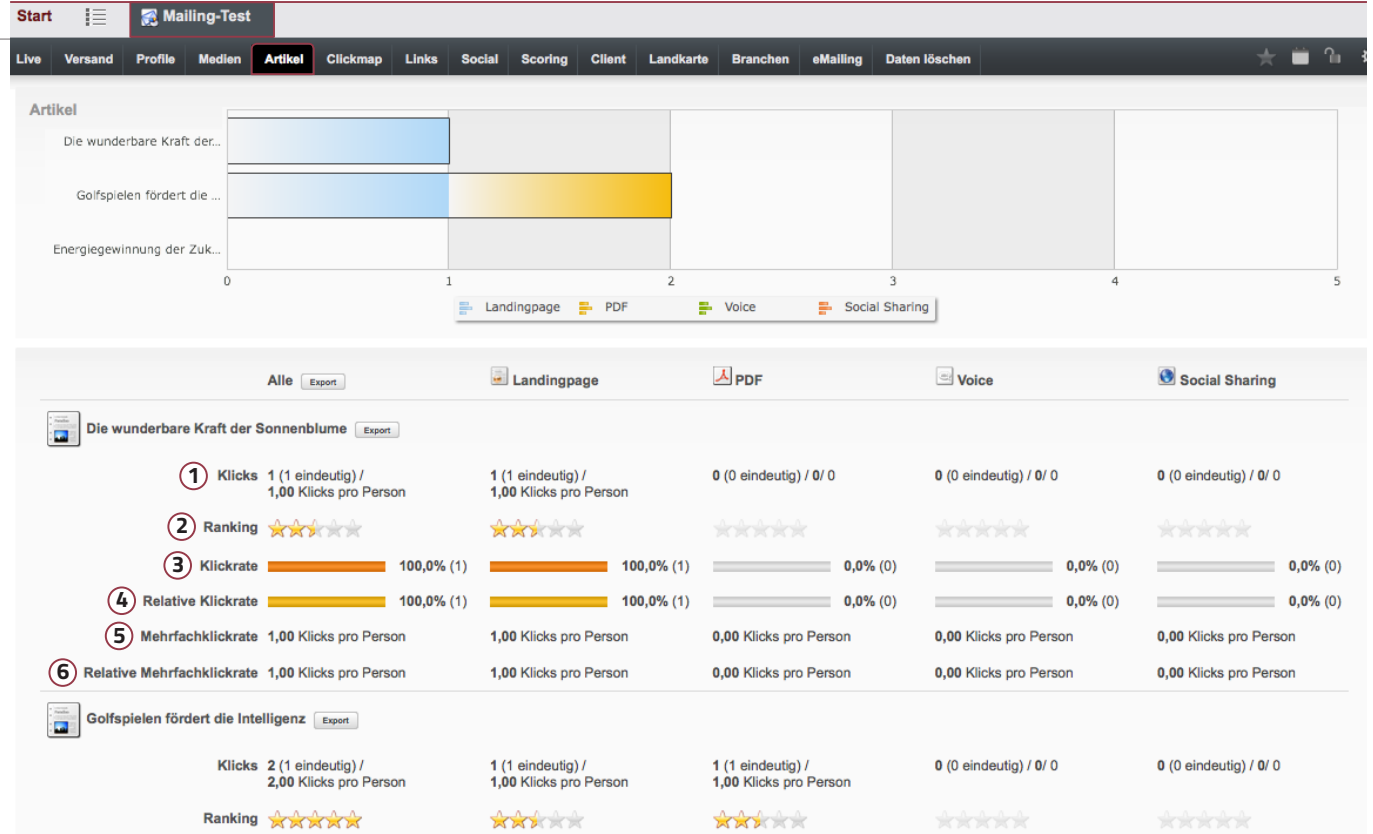
Gewöhnlich verschicken Sie einen sogenannten crossmedialen Newsletter. Dieser enthält verschiedene Darstellungsformen. Unter diesem Tab wird Ihnen angezeigt, wie oft die Empfänger diese Darstellungsformen genutzt haben.

- Web/Mobil:** Empfänger hat das eMailing im Browser angeschaut (optimierte Darstellung)
- PDF:** Empfänger hat die druckpotimierte Darstellung geöffnet
- RSS:** Empfänger hat Artikel als RSS-Feed abonniert
- Voice:** Empfänger hat sich das eMailing vorlesen lassen
- Podcast:** Empfänger hat Artikel als Podcast abonniert

10.2.3 MEDIEN



10.2.4 ARTIKEL



10.2.4 ARTIKEL

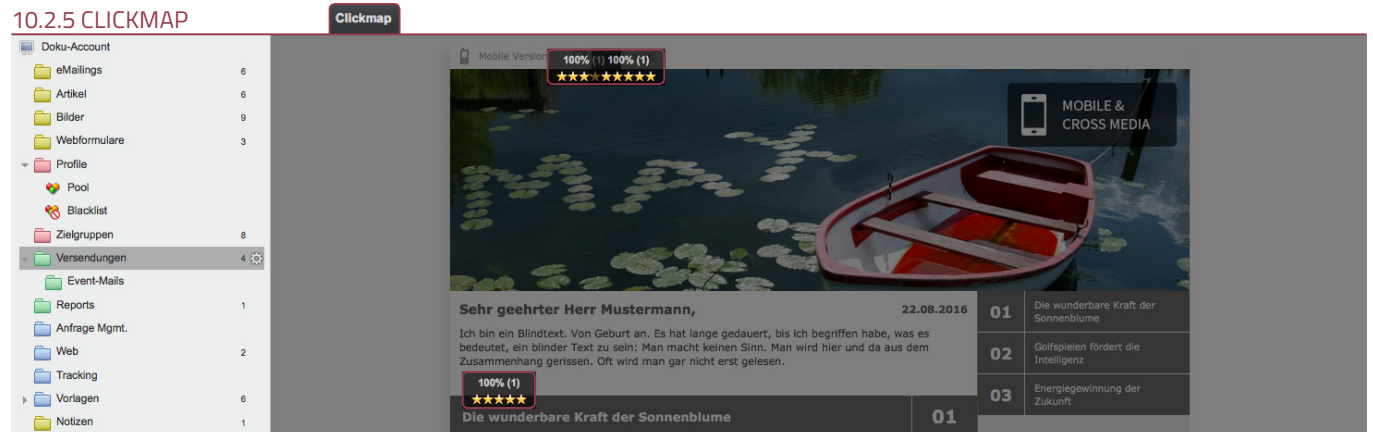
Hier finden Sie eine ausführliche Statistik, wie oft sich die Empfänger welche Artikel in welcher Darstellungsform angesehen haben. In diesem Beispiel wurde bei Artikel „Golf spielen fördert die Intelligenz“ zweimal die Landingpage aufgerufen – der oder die Empfänger wollten den Langtext lesen. Zusätzlich finden Sie einige der aus Punkt 10.2.1 bekannten Kenngrößen. Diese wurden hier bis auf die einzelnen Artikel sowie die verschiedenen Darstellungsformen heruntergerechnet.

- 1 **Klicks:** Anzahl aller Klicks im eMailing
- 2 **Ranking:** welcher Artikel wurde am häufigsten aufgerufen
- 3 **Klickrate:** Empfänger, die mindestens einen Link im eMailing geklickt haben
- 4 **Relative Klickrate:** Empfänger, die das eMailing mindestens einmal geöffnet und mindestens einen Link geklickt haben
- 5 **Mehrfachklickrate:** Empfänger, die mehr als einen Link geklickt haben
- 6 **Relative Mehrfachklickrate:** Empfänger, die das eMailing mehr als einmal geöffnet und jeweils mehr als einen Link geklickt haben

10.2.5 CLICKMAP

Bei der Clickmap wird Ihnen angezeigt, an welchen Stellen des eMailings die Empfänger geklickt haben. Das gibt Ihnen die Möglichkeit, zukünftige eMailings noch optimaler an Ihre Zielgruppe anzupassen.

10.2.5 CLICKMAP



10.2.6 LINKS

Hier finden Sie eine Auflistung der Links, die Sie in Ihrem eMailing integriert haben. Das können z.B. Links zu weiterführenden Informationen oder dergleichen sein. Für diese Links gibt es ebenfalls einige Kenngrößen, die Aufschluss über die Akzeptanz bei den Empfängern geben.

10.2.6 LINKS

Start | Mailing-Test

System | Suche | Live | Versand | Profile | Medien | Artikel | Clickmap | **Links** | Social | Scoring | Client | Landkarte | Branchen | eMailing | Daten löschen

Link	Klicks (eindeutig)	Klickrate	Relative Klickrate
1 http://www.w3c.org (id_149497270)	2 (1)	100,0% (1)	100,0% (1)
2 http://www.sc-networks.com	1 (1)	100,0% (1)	100,0% (1)

Export aller Kenngrößen

10.2.7 SOCIAL-SHARING

In diesem Tab sehen Sie eine umfangreiche Statistik, in wie weit die Artikel in sozialen Netzwerken veröffentlicht und wie oft sie anschließend von Nutzern dieser Netzwerke aufgerufen wurden. Auch hier finden Sie Kenngrößen wie unter Punkt 10.2.4 – Artikel.

10.2.7 SOCIAL-SHARING

Social

Artikel in sozialen Netzwerken verteilt (Social Sharing)

Facebook | Twitter | Google Plus | Xing

Die wunderbare Kraft der Sonnenblume

Klicks 1 (1 eindeutig) / 1,00 Klicks pro Person

Ranking ★★★★★

Klickrate 100,0% (1)

Relative Klickrate 100,0% (1)

10.2.8 BROWSER UND CLIENTS

Die Browser- und Client-Statistik zeigt die von den Empfängern am häufigsten genutzten Browser und eMail Clients an. Beachten Sie, dass die Statistik nur Empfänger einschließt, die entweder mindestens einen Link geklickt (Statistik Browser) oder das Nachladen der Bilder erlaubt (Statistik eMail Client) haben.

10.2.8 BROWSER UND CLIENTS

Browser

Firefox 47, Safari iPad 44, Opera Mobile 20, Wyzo 3

Endgeräte Anteil an Adressaten

Firefox 47	46,7% (7)
Wyzo 3	6,7% (1)

Client

Mail-Programme

Thunderbird 12, Thunderbird 5, Thunderbird 30

Endgeräte Anteil an Adressaten

Thunderbird 12	6,7% (1)
Thunderbird 5	6,7% (1)

10.2.9 CONVERSION

Dieser Punkt ist für Online-Shops interessant, die Produkte mittels eMailings verkaufen wollen. Hier sehen Sie alle Empfänger eines eMailings, die etwas gekauft haben sowie den Verkaufswert der Produkte.

10.2.9 CONVERSION

Conversion

Conversion Tracking

Anzahl: 101 Wert: 2749,64

Datum	Text	Anzahl	Wert	Person	ID
22.07.2016 13:32	www.example-shop.com	2	195,00	william.crusher@example.com	D-283476
22.07.2016 13:31	www.example-shop.com	4	539,99	jean-luc.tain@example.com	D-283476
22.07.2016 13:29	www.example-shop.com	4	9,95	jadzia.torres@example.com	D-283476
22.07.2016 13:26	www.example-shop.com	8	9,99	julien.laforge@example.com	D-283476



11. SMARTLINKS

Ein Smartlink kann mehrere Links beinhalten. Er stellt für jeden konfigurierten Link eine Integrations-URL bereit, welche in verschiedenen Kontexten verwendet werden kann. Für jeden Link können dann mehrere Weiterleitungs-URLs definiert werden, auf die ein Aufruf der Integrations-URL weiterleitet. Die Weiterleitung kann aufgrund von Zielgruppen-Zugehörigkeit erfolgen. Auf diese Weise können Sie einen Smartlink als Weiche verwenden (siehe Einsatzgebiete).

Gleichzeitig kann ein Smartlink, sobald seine Integrations-URL aufgerufen wird, abhängig von Profil-Eigenschaften ein Profil manipulieren. Das heißt es können bestimmte Flags, Selektionen oder auch Datumswerte gesetzt oder entfernt werden.

Sollen bei einem Besuch eines Zielgruppenlinks Profildaten gesetzt werden, so kann dies für jedes Ziel im Tab „Profil“ eingestellt werden. Das Profil eines jeden identifizierten Besucher wird so mit den konfigurierten Daten angereichert.

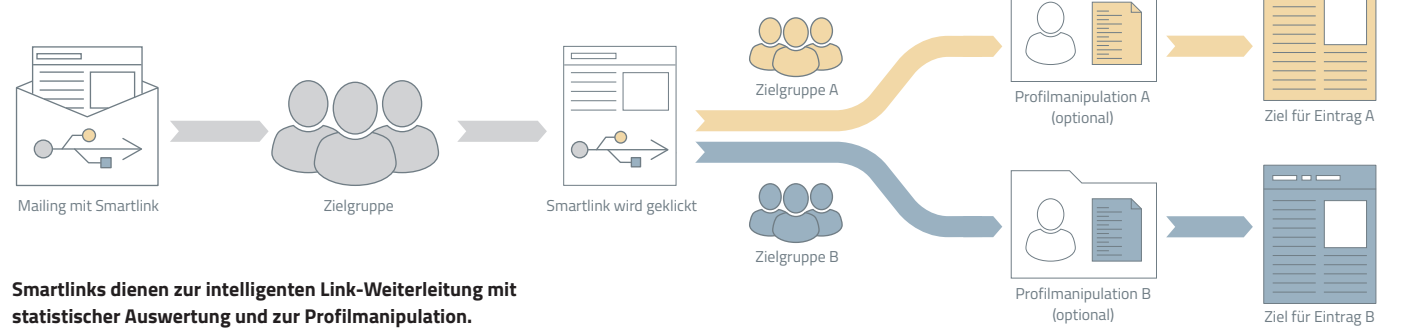
Je nach Bedarf können die einzelnen Funktionen pro Ziele-/aktiviert werden. Dies dient z. B. dazu, das Profilupdate temporär zu deaktivieren ohne die komplette Zielkonfiguration zu löschen.

11.1 EINSATZGEBIETE

Da der Smartlink grundsätzlich wie eine URL-Weiche funktioniert, können hier alle Arten von URLs Verwendung finden. Besonders folgende URLs können hervorgehoben werden:

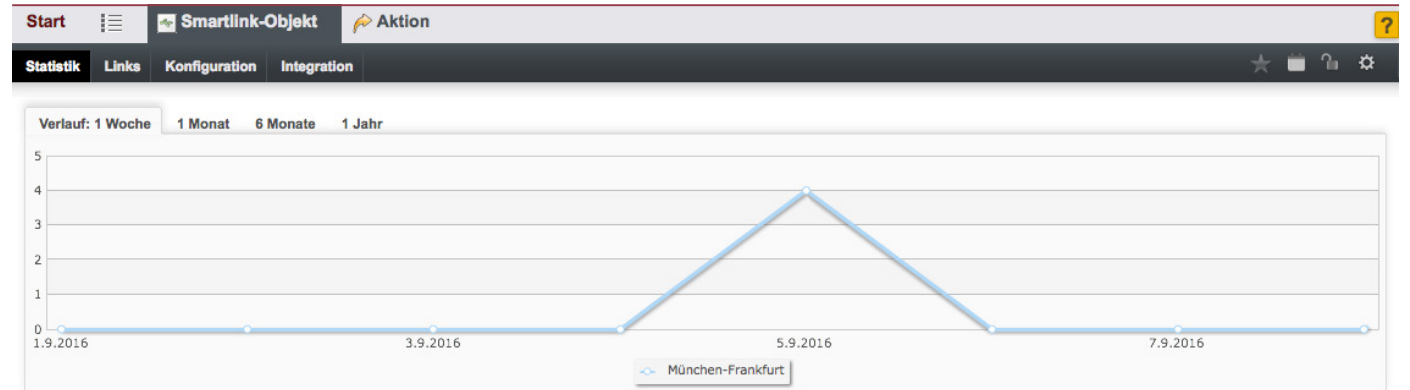
IFrames: Die Integrations-URL eines Smartlinks kann als IFrame-Source-URL eines IFrames verwendet werden. Je nach Zielgruppe wird dann für unterschiedliche Profile ein anderer IFrame-Inhalt angezeigt.

11. SMARTLINK ALS WEICHE UND ZUR PROFILMANIPULATION



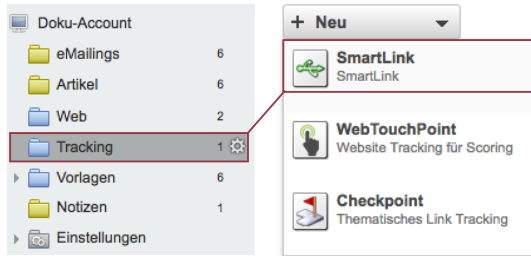
Smartlinks dienen zur intelligenten Link-Weiterleitung mit statistischer Auswertung und zur Profilmanipulation.

11. SMARTLINK-STATISTIK



Auswertung		Zielgruppe	Ziel	Klicks(eindeutig)	Verteilung	Verteilung (Eindeutig)
München-Frankfurt	München	http://muenchen.de	3 (3) ★★★★☆	75,0% (3)	75,0% (3)	👤 ⚙️
	Frankfurt	http://frankfurt.de	1 (1) ★★★☆☆	25,0% (1)	25,0% (1)	👤 ⚙️
	-	http://berlin.de	0 (0) ☆☆☆☆☆	0,0% (0)	0,0% (0)	👤 ⚙️
		gesamt 4 (4)				

In der statistischen Auswertung können Sie sehen, wie viele Newsletter-Empfänger auf die entsprechenden Ziele geleitet wurden.



Ein neues Smartlink-Objekt wird im Ordner Tracking angelegt.

Bilder: Sie können auch eine Integrations-URL als Image-Source-URL ersetzen. Der Smartlink gibt dann je nach Zielgruppe unterschiedliche Bilder aus.

PDFs: Bei PDFs oder anderen Files kann die Integrations-URL auf unterschiedliche Download-URLs weiterleiten. Es können dadurch unterschiedliche Dateien je nach Zielgruppen-Zugehörigkeit ausgegeben werden.

Adds: Auch um individuelle Werbebanner auszugeben kann der Smartlink verwendet werden. Hierbei handelt es sich um das selbe Prinzip wie bei der Verwendung mit Bildern.

11.2 AUFBAU

Um einen Smartlink als Weiche einzusetzen, müssen mindestens ein bis zwei Zielgruppen definiert werden. Im Reiter Links/Ziele/Zielgruppe wird die URL und die Zielgruppe für Ziel A, in diesem Fall „München“ eingestellt.

Danach auf **Ziel hinzufügen** klicken und auf Speichern gehen. Jetzt können Sie eine weitere URL für das Ziel B (Frankfurt) eingeben. Nach dem Speichern kann wieder eine Zielgruppe für Ziel „Frankfurt“ eingegeben werden. Als Fallback sollte noch eine dritte Zielgruppe angegeben werden, für alle User, die weder in der Zielgruppe „München“ noch in der Zielgruppe „Frankfurt“ sind.

11.2 AUFBAU

Im Reiter Links werden die Ziele und die Profilmanipulation bearbeitet.

Unter dem Reiter Ziele geben Sie die Ziel-URLs und die Zielgruppen an.

URL für Zielgruppe „München“

Ein Ziel können Sie mit einem Klick auf „-“ löschen.

Hier die Zielgruppe für Ziel „München“ auswählen.

Eine neue Zielgruppen können Sie auch mit Klick auf „+“ anlegen.

URL für Zielgruppe „Frankfurt“

Hier die Zielgruppe für Ziel „Frankfurt“ auswählen.

Wichtig! Fallback-Link für Profile, die in keiner der beiden Zielgruppen vorhanden sind.

Weitere Ziele können Sie hier anfügen.

Hier können Sie weitere Links anfügen, denn ein Smartlink-Objekt kann mehrere Smartlinks enthalten.

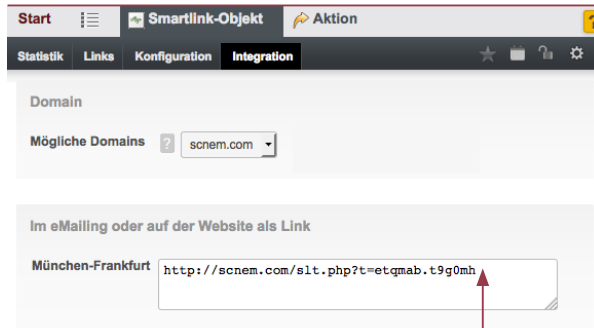
Um die Zielgruppen auswählen zu können, müssen Sie zuerst auf Speichern klicken.

11.3 PROFILMANIPULATION

Die Profilmanipulation findet im Reiter Profile statt. Hier wählen Sie zunächst ein Feld aus dem jeweiligen Pool aus, das manipuliert werden soll und gehen auf „Hinzufügen“. Jetzt können Sie einen Wert für dieses Feld hinterlegen. Die Option „alte und neue Werte zusammenfassen“ bezieht sich nur auf Mehrfachselektionsfelder.

Im Tab Integration steht die Integrations-URL zur Verfügung, die schließlich in die Webseite oder im Mailing eingefügt wird. Achten Sie darauf, dass an die Integrations-URL noch ,u={\$UID} angefügt werden muss, damit der Smartlink erkennt, um welches Profil es sich handelt, das geklickt hat.

INTEGRATIONS LINK



An die Integrations-URL muss noch ,u={\$UID} angefügt werden, damit der Smartlink das Profil erkennt. Wenn keine UID vorhanden ist wird nach Cookies gesucht.

11.3 PROFILMANIPULATION – FELD WÄHLEN

Hier können Sie Poolfelder konfigurieren, deren Werte durch Aufruf des Links beim jeweiligen Profil zuerst gesetzt werden, wenn das Profil noch in keiner der jeweiligen Zielgruppe ist.

Nachdem das Profil im ersten Schritt manipuliert wurde wird geprüft, ob sich das Profil in dieser Zielgruppe befindet. Ist dies der Fall wird das Profil ggf. ein weiteres Mal manipuliert.

Pool auswählen, in dem die Profilmanipulation stattfinden soll.

Felder für die Profilmanipulation auswählen.

Um einen Wert für das Poolfeld anzugeben, müssen Sie zuerst auf Hinzufügen klicken. Danach kann ein Wert für das Feld angegeben werden.

+ Ziel hinzufügen Neues Ziel hinzufügen

11.3 PROFILMANIPULATION – WERT SETZEN

Hier können Sie Poolfelder konfigurieren, deren Werte beim Aufruf des Ziels bei dem jeweiligen Profil gesetzt werden.

Um einen Wert für das Poolfeld anzugeben, müssen Sie zuerst auf Hinzufügen klicken. Danach kann ein Wert für das Feld angegeben werden.

+ Ziel hinzufügen

12. DKIM UND SPF-EINTRAG

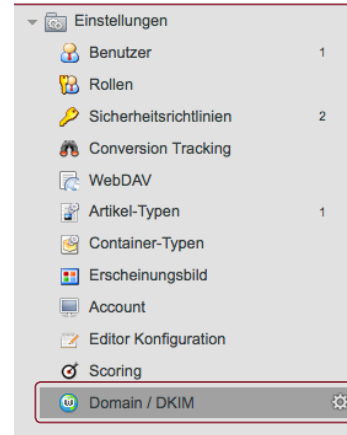
12.1 DKIM

DKIM (DomainKeys Identified Mail) ist eine Technologie zur Bestimmung der Authentizität von E-Mail-Absendern. Mittels eines Private-/Public-Key-Verfahrens werden vom Mailserver verschickte E-Mails mit einer Signatur versehen. Anhand dieser Signatur können die Empfangsserver prüfen, ob sich hinter einer Absenderadresse der zertifizierte Versender verbirgt. Schlägt diese Authentifizierung fehl, kann die E-Mail entsprechend aussortiert werden. Damit wird der Versand von Phishing-Mails sowie von anderen manipulierten Versendungen, z.B. mit gefälschten Absendernamen, bestmöglich unterbunden. Wir sind Mitglied der Certified Senders Alliance (CSA) und dadurch verpflichtet sicherzustellen, dass bei den über uns versendeten eMailings für die Domain der Absenderadresse DKIM eingerichtet wird.

Der DKIM-Eintrag muss für alle Absenderadressen-Domains, die Sie in Ihren eMailings verwenden, gesetzt werden. Wenn Sie also ein eMailing mit der Absenderadresse „beispiel@example.com“ versenden, muss das DKIM für die Domain „example.com“ eingerichtet werden.

Bitte beachten Sie, dass der im System angezeigte „DNS-Txt-Eintrag“ nach Anlage Ihrer Versand-Domain im eMail-Marketing-Systems im DNS Ihrer Domain eingetragen werden muss. Hierfür bestehen leider keine allgemeingültigen Regelungen. Wir empfehlen daher, dies in enger Absprache mit dem zuständigen Administrator oder Domain-Dienstleister vorzunehmen. Eventuell müssen Sie Ihren Provider beauftragen, damit er den DKIM-Eintrag für Sie setzt.

DKIM-EINTRAG ERSTELLEN.



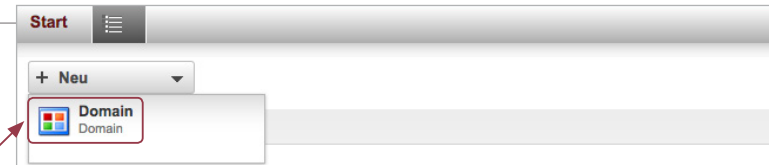
1. Unter **Einstellungen** auf den Eintrag **„Domain/DKIM“** klicken.



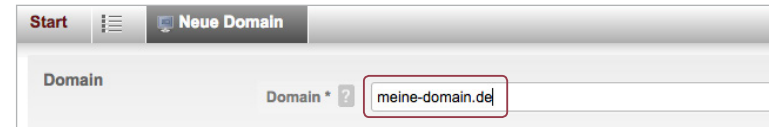
Die Validität des Eintrags können Sie im System direkt einsehen. Dies kann allerdings 1-2 Tage dauern, bis hier **„Valid“** erscheint (wegen DNS-Propagierung), auch wenn der Eintrag korrekt gesetzt wurde.

Wichtig

Der DKIM-Txt-Eintrag muss unbedingt auf dem Domainpfad **ems._domainkey.meine-domain.de** hinterlegt werden.



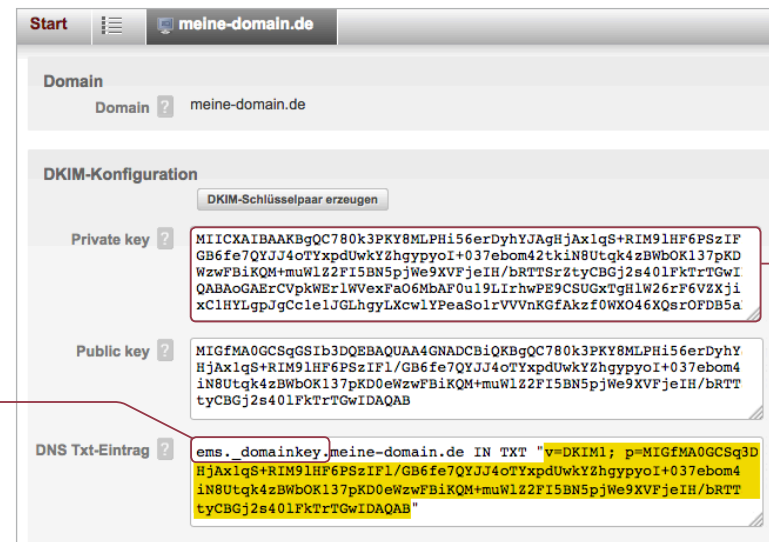
2. Unter **„Neu“** auf den Eintrag **„Domain“** klicken.



3. Domainname der Versand-Domain eingeben und speichern.



4. Mit einem Klick auf **„DKIM-Schlüsselpaar erzeugen“** wird ein neues DKIM-Schlüsselpaar generiert. Falls Sie einen anderen DKIM-Schlüssel, als den vom System erzeugten Schlüssel verwenden möchten tragen Sie diesen bitte in die Felder **„Private Key“** und **„Public Key“** ein.



Den Private Key dürfen Sie niemals weitergeben oder per E-Mail verschicken.

5. Den DNS-Txt-Eintrag (gelb hinterlegt) im DNS der Absenderadress-Domain eintragen.

12.2 SPF-EINTRAG

Das Sender Policy Framework (SPF) ist ein Verfahren um Spam von legalen Nachrichten zu unterscheiden. Das SPF-Verfahren arbeitet mit Reverse-Einträgen, die den empfangenden Mail-Servern mitteilen, dass die E-Mail-Marketing-System-Server Mails an diese Server schicken dürfen (der E-Mail-Server des E-Mail-Marketing-Tools versendet mit der Absender-Domain z.B. „firma.de“ an den Mailserver „firma.de“). Die Einträge sind ausgearbeitete DNS-Txt-Records, die man durch eine Vertrauenswürdigkeitsstufe kennzeichnen kann. Dadurch kann das E-Mail-System des Empfängers die Authentizität der Quelle bewerten. SPF überprüft, ob der Sender und dessen Adresse im Simple Mail Transfer Protocol (SMTP) über den betreffenden Mail-Server Nachrichten verschicken darf.

Der nachfolgend angegebene TXT-Eintrag muss in das Root-Verzeichnis des Domain-Servers eingetragen werden. Bitte verwenden Sie dabei ausschließlich einen Include, damit Sie automatisch immer die richtigen Daten hinterlegt haben.

„v=spf1 mx include:_spf.senders.scnem.com -all“

Sollten Sie die Versand-Domain auch für Versendungen über Ihre eigenen IPs nutzen wollen, ergänzen Sie einfach unseren Include nach Ihren Daten.

Beispiel:

„v=spf1 mx ip4:IHRE_EIGENE_IPs include:_spf.senders.scnem.com -all“

Unter Umständen müssen Sie Ihre IT-Abteilung bitten, damit diese den SPF-Eintrag für Sie vornimmt bzw. den bestehenden erweitert.

Zusätzlich kann auch ein Whitelisting zur Verbesserung der Zustellbarkeit Ihrer Kampagnen beitragen. Hinterlegen Sie, sofern noch nicht geschehen, in Ihren DNS-Einstellungen unsere Versand-IPs in einem Txt-Record für die von Ihnen genutzten Versand-Domains.

Weitere Informationen zum Thema SPF finden Sie auf der Webseite des SPF-Projektes: <http://www.openspf.org/>.

The screenshot shows a configuration page for 'Beispiel Newsletter 3 (CROSSMEDIA)'. The 'Absender' section contains the following fields:

- Absender: Muster Firma
- Absenderadresse: info@example.com
- Antwort an: Muster Firma
- Antwortadresse: info@example.com

A red callout box labeled 'Ihre Absender-Domain' points to the 'example.com' part of both the 'Absenderadresse' and 'Antwortadresse' fields.

Alles hinter dem @-Zeichen ist Ihre Absender-Domain. Hierfür muss der SPF-Eintrag gesetzt werden. Wenn eine Sub-Domain als Absenderadresse-Domain verwendet wird (beispiel.example.com) muss der Txt-Eintrag auf der Sub-Domain gesetzt werden.

```

Last login: Wed Oct 12 16:17:01 on ttys000
[CS1:~ hfuchsloch$ dig txt ihre-domain.de

; <<> DiG 9.8.3-P1 <<> txt ihre-domain.de
;; global options: +cmd
;; Got answer:
;; ->HEADER<<- opcode: QUERY, status: NOERROR, id: 
;; flags: qr rd ra; QUERY: 1, ANSWER: 1, AUTHORITY: 13, ADDITIONAL: 10

;; QUESTION SECTION:
; ihre-domain.de IN TXT

;; ANSWER SECTION:
ihre-domain.de 600 IN TXT "v=spf1 mx include:_spf.senders.scnem.com -all"

```

In der Eingabeaufforderung/Terminal können Sie mit dem Befehl „dig txt ihre-domain.de“ feststellen, ob ein SPF-Eintrag vorhanden ist.

Zur Info

Wenn Sie einen Newsletter aus dem E-Mail-Marketing-System an Ihre eigene Domain verschicken kann es vorkommen, dass dieser Newsletter nicht ankommt. Ihr Server verweigert die Annahme, da er weiß, dass er diesen Newsletter nicht verschickt hat, jedoch der Newsletter Ihren Server als Absender eingetragen hat.

Whitelisting

In manchen Fällen ist es empfehlenswert die IPs unsere Versandserver zu whitelisten. Diese Variable liefert die IP-Range der Versandserver.
„v=spf1 ip4:80.190.118.0/24 ip4:80.190.129.128/25 -all“

Versand-IPs (Stand 2016)

scnem.com	scnem2.com
80.190.129.137	80.190.129.142
80.190.129.136	80.190.129.143
80.190.129.135	80.190.129.144
80.190.129.134	80.190.129.145

13. OBJEKTE UND MEDIEN

Die folgende Übersicht zeigt alle Objekte und Medien, die Sie für Ihre eMailings benötigen und im System verwalten. Abhängig vom gewählten Preis- und Servicemodell sind einzelne Objekte möglicherweise nicht oder nur eingeschränkt für Sie verwendbar.

13.1 KOMMUNIKATION



eMailing – Bereich zur Verwaltung und Bearbeitung von eMailings, die Sie auf Basis einer Vorlage erstellen. Das eMailing beinhaltet alle relevanten Informationen, die für den Versand an eine Zielgruppe notwendig sind.



Versandtes eMailing – Bereich mit statistischen Auswertungen von eMailings nach deren Versand. Hierbei erzeugt das System beim Versand automatisch eine Kopie des Original-eMailings.



Event-eMailing – Ist ein eMailing, das wiederkehrend in einem bestimmten Zeitraum an eine Zielgruppe verschickt wird.



Trigger-eMailing – Ist ein eMailing, das nicht manuell versendet werden kann. Trigger-Mails müssen von anderen Objekten versendet werden.



Split-Kampagne – Gleichzeitiger Versand unterschiedlicher eMailings an einen Teil einer Zielgruppe. Das erfolgreichste eMailing ist Grundlage für den Versand an die restlichen Profile.



Versandte Split-Kampagne – Statistische Auswertung aller eMailings, die Bestandteil einer Split-Kampagne waren. Hier finden Sie auch bei einem Versand mit Ermittlung eines Gewinners die aktuellen Statistiken im Vergleich, die zur Ermittlung des Gewinners führen.



Formular – Bereich zur Verwaltung und Bearbeitung von Webformularen. Sie dienen der Adressgenerierung und dem Profilaufbau z. B. durch Anmelde-, Anfrage-, Bestell- oder Gewinnspielformulare sowie auch Meinungsumfragen.



Formular-Alias – Sind zusätzliche Links auf ein bestehendes Formular. Wenn Sie ein Formular an mehreren Orten gleichzeitig einsetzen, z. B. bei Gewinnspielen, können Sie hiermit weitere Quell-Links definieren, um später Einträge nach Herkunft zuordnen zu können.



LeadPage – Bereich zur Erstellung einer Webseite zur Integration in externe Websites. Damit können Sie eine Liste von Artikeln direkt auf der Website einbinden und individuell darstellen.



Webseite – Objekt zum Speichern einer statischen Webseite (z. B. Landingpage).

13.2 INHALTE



Artikel – Bereich zur Verwaltung und Bearbeitung von Artikeln und News, die auf Basis spezieller Vorlagen, z. B. im Newsletter, oder auf der Landingpage dargestellt werden.



Artikel-Typ – Konfiguration von Artikel-Typen und deren Feldern, die Grundlage für Artikel sind.



Bild – Bereich zum Speichern und Verwalten von Bildmaterial zur Verwendung in Artikeln. Bildgröße und Skalierung sind beim Upload frei wählbar. Zulässige Formate sind jpg, png, tif. Das System übernimmt automatisch alle späteren Transformierungen und Komprimierungen.



Dynamisches Bild – Objekt zur dynamischen Generierung personalisierter Bilder (SVG).



QR-Code – 2D-Barcode (QR-Code) zum Übermitteln von Text und/oder Links auf geeignete Lesegeräte (z. B. Smartphones).



Artikel-Export – Bereich zur Erstellung und Verwaltung von RSS- oder Atom-Feeds für die Integration in eMailings und Webseiten.



Artikel-Import – Bereich zum Importieren von RSS-/Atom-Feeds – mit Direktdarstellung als Artikel im eMailing.



Datei – Objekt zum Speichern von beliebigen Daten (z. B. PDF, CSS etc.).



Notiz – Objekt zum Aufbau von Dokumentationen. Mit diesem Objekt können Sie Notizen für sich und Ihre Kollegen hinterlassen.


13.3 PROFILE





Pool und Profile – Der Pool ist die zentrale Datenbank zur Speicherung von Profilen. Die Datenstruktur können Sie je nach Anforderungen auf Ihre individuellen Bedürfnisse anpassen und erweitern.





Zielgruppe – Durch Definition einer Zielgruppe gruppieren Sie Einträge Ihres Pools über Profilinginformationen (Regionen, männlich/weiblich, Vorlieben etc.). Zielgruppen kommen zum Einsatz beim selektiven Versand von eMailings, zur Individualisierung von Inhalten sowie auch beim Anfrage-Management, bei der Webpersonalisierung und zum Generieren differenzierter Reports.

 **Anfrage-Management** – Mittels dem Anfrage-Management können neu eintreffende Formularanfragen (z. B. Bestellungen, Buchungen, Serviceanfragen) per eMail an die verantwortlichen Personen weitergeleitet werden, die diese Anfragen dann bearbeiten.


 **WebTouchPoint** – Tracken Sie externe Webseiten und taggen Sie davon und von der Lesezeit abhängig Profile, welche diese Seiten besuchen.


 **Profilimport** – Kann unter Pool -> Tab Import durchgeführt werden. Damit können Sie Profile aus einer Datei importieren.


 **Blacklist** – Damit können Sie selbst bestimmen, welche E-Mail-Adressen oder Domains Sie nicht beschicken wollen.


 **Backup-Center** – Das Backup-Center bietet Ihnen die Möglichkeit, gelöschte Profile größtenteils selbstständig wiederherzustellen.


13.4 ANALYSE


 **Reporting** – Bereich, in dem Sie Reportings über unterschiedlichste Medien und Aktionen für einen bestimmten Zeitraum anfertigen, zusammenstellen und auswerten können.


 **Pool-Data-Miner** – Bereich zum Gruppieren von Profilen aus dem Pool mit bestimmten Eigenschaften. Diese können Sie für komplexere statistische Auswertungen verwenden, bei denen Gruppen von Pool-Optionen hierarchisch gruppiert sind.

 **Pool-Statistik** – Zeigt die Entwicklung des Pools in verschiedenen Zeiträumen an: Eintragungen, Austragungen, Bestätigt, ...


 **Flowchart** – Eine Übersicht über das aktuell eingestellte Verhalten der Objekte. Die Konfiguration wird hierbei als ein Flussdiagramm dargestellt.


 **Checkpoint** – Tracking-Objekt – dient zur personenbezogenen Identifizierung von Benutzern für Post-Click-Tracking sowie Link-Tracking.


 **Smartlink** – Tracking-Objekt mittels dem eine personenbezogene Identifizierung und zielgruppenabhängige Weiterleitung möglich ist (z.B. Link-Tracking, Webpersonalisierung, Profilanreicherung).


 **Funnel** – Statistik-Objekt, um verschiedene Zielgruppen in einer Grafik relativ zueinander darzustellen. Dient zur grafischen Darstellung von z. B. Lead-Qualifikations-Fortschritten.


13.5 VORLAGEN


 **eMailing-Vorlage eines eMailings** – Vorlage des eMailings für folgende Medien: HTML, TEXT, WEB, LANDINGPAGE, PDF.

 **LeadPage-Vorlage einer LeadPage** – Vorlage der LeadPage für folgende Medien: HTML, LANDINGPAGE, PDF.


 **Artikel-Vorlage eMail (HTML)** – Innerhalb eines HTML-Mailings – diese Artikel-Vorlagen können über Slots in eMailing-Vorlagen platziert werden.


 **Artikel-Vorlage eMail (Text)** – Innerhalb eines Text-Mailings – diese Artikel-Vorlagen können über Slots in eMailing-Vorlagen platziert werden.


 **Artikel-Vorlage PDF (FO)** – Innerhalb eines PDF-Dokuments – diese Artikel-Vorlagen können über Slots in eMailing-Vorlagen (PDF) platziert werden.

 **Artikel-Vorlage Web (HTML)** – Für Web-Version im Browser – diese Artikel-Vorlagen können über Slots in eMailing-Vorlagen (WEBSITE) platziert werden. Zusätzlich kann dieser Typ der Artikel-Vorlage in der LeadPage verwendet werden.

13.6 EINSTELLUNGEN


 **Benutzer** – Bereich zum Einrichten und Verwalten von Benutzern eines Mandanten. Jedem Benutzer können Sie dabei unterschiedliche Rollen zuweisen. Daraus leitet das System die notwendigen Benutzerrechte ab.


 **Rolle** – Rechtekonfiguration, die Sie den einzelnen Benutzern zuweisen können, z. B. Redakteur, Webdesigner, Geschäftsleitung etc.


 **Domain / DKIM** – (DomainKeys Identified Mail) ist eine Technologie zur Bestimmung der Authentizität von E-Mail-Absendern.


13.7 SYSTEM


 **Globale Ebene** – Daten die auf der globalen Ebene liegen stehen allen Untermantanten zur Verfügung.

 **Lokale Ebene** – Daten und Benutzer können nur innerhalb des Mandanten aufeinander zugreifen.

 **Listenansicht** – Stellt den Inhalt des Ordners als Liste dar, diese kann auch als CSV-Datei exportiert werden.

 **Listenansicht-Konfiguration** – Hier lassen sich einzelne Felder in der Ansicht ein- und ausblenden.

 **Webansicht** – Damit kann man ein Mailing oder eine Webseite in einem neuen Browserfenster öffnen.

 **Optionen** – Damit lassen sich einzelne Objekte individuell bearbeiten.