

dmmv veröffentlicht Praxishandbuch „E-Mail Marketing

29.04.2004, 11:35 | Vereine & Verbände

Pressemitteilung von: *Deutscher Multimedia Verband (dmmv)*

E-Mail-Marketing-Kampagnen erfolgreich gestalten

Düsseldorf, 14. Februar 2003 - Der Deutsche Multimedia Verband (dmmv) e.V. begleitet die Entwicklungen im Bereich E-Mail Marketing schon seit Jahren - Wissen und Erfahrungen hat der Verband nun in Buchform vorgelegt. Besonderen Wert hat Autor Torsten Schwarz dabei vor allem auf die Nutzerorientierung gelegt, so dass die Leser umfangreiche Praxistipps für den Erfolg von E-Mail Marketing-Kampagnen erhalten. Bereits im vergangenen Jahr hat der dmmv zwei E-Marketing-Leitfäden zu den Themen Marketingkooperationen und Sponsoring im Internet veröffentlicht. Die aktuelle Publikation ergänzt die dmmv-Schriftenreihe um ein weiteres Marketing-Standardwerk.

Unmittelbare Erfolgskontrolle, Personalisierbarkeit, Interaktivität, Zeit- und Kosteneffizienz - E-Mail-Marketing hat nach Auffassung von Marketingexperten eine Fülle von Vorteilen. Dennoch wird die E-Mail im Marketingmix vieler Unternehmen kaum und zum Teil falsch eingesetzt. Insbesondere die Bedürfnisse der Nutzer spielen oftmals noch eine untergeordnete Rolle und das obwohl gerade die E-Mail hervorragende Voraussetzungen für den Kundendialog besitzt. Wie E-Mail-Kampagnen erfolgreich vorbereitet und umgesetzt werden können erläutert das Praxishandbuch mit Hilfe von insgesamt „177 Tipps für Mails, die ankommen“.

Mit Dr. Torsten Schwarz wurde ein Praktiker gewonnen, der seine Erfahrung in zahlreichen Seminaren und Workshops vermittelt. So ist das Praxishandbuch nicht nur eine Zusammenfassung aller aktuellen Aspekte, die für die Umsetzung erfolgreicher E-Mail-Marketing-Aktionen ausschlaggebend sind, sondern es beantwortet auch umfassend die Fragen, die in der praktischen Arbeit immer wieder auftauchen. Damit füllt das Standardwerk eine Lücke, denn die meisten Publikationen arbeiten nur Einzelaspekte ab

Das Praxishandbuch geht im Grundlagenteil sowohl auf die verschiedenen Formen des E-Mail-Marketing, den Aufbau des eigenen Verteilers als auch auf rechtliche Fragen ein. Schwarz liefert Tipps für die inhaltliche und formelle Gestaltung ansprechender E-Mails und Newsletter sowie umfangreiche Informationen zu Erfolgsmessung und Kundenservice. Eine Fülle von Expertenratschlägen zu den Themen Kundenorientierung und Integration von E-Mails in den Marketingmix runden das umfassende Handbuch ab.

Das dmmv-Praxishandbuch „E-Mail-Marketing“ kann ab sofort über den Hightext Verlag München bestellt werden. Das rund 200 Seiten starke Werk kostet 58 Euro (38 Euro für dmmv-Mitglieder).

Weitere Informationen zur Publikation erhalten Sie

unter:http://www.dmmv.de/de/7_pub/homepagedmmvservices/publikationen.cfm?fuseaction=showdetail&pID=21

Zum Thema „Direktmarketing mit Kundendialog – Trends, Entwicklungen und Hemmnisse im E-Mail Marketing“ veranstaltet der dmmv am 18. Februar 2003 (Beginn: 10 Uhr) eine Pressekonferenz auf der CallCenterWorld in Berlin.

Weitere Informationen zur Pressekonferenz in Berlin sowie die Anmeldung finden Sie unter:

http://www.dmmv.de/de/7_pub/homepagedmmv/presse.cfm

Kontakt:

Deutscher Multimedia Verband (dmmv) e.V. Christoph Huneke, Pressesprecher Tel. 0211 600 456 -26, Fax: -33mailto:huneke@dmmv.de

Die Pressemitteilung mit Umlauten finden Sie unter:

http://www.dmmv.de/de/7_pub/homepagedmmv/presse/pressemitteilungen.cfm

Wir über uns:

Der Deutsche Multimedia Verband (dmmv) e.V. ist Europas mitgliederstärkste Interessen- und Berufsvertretung der Digitalen Wirtschaft. Hierzu gehören alle Marktteilnehmer, deren wesentlicher Geschäftszweck die Schaffung, Entwicklung, Verarbeitung, Veredelung, Speicherung oder Distribution interaktiver digitaler Inhalte, Produkte und Services ist, unabhängig von der technischen Plattform (z.B. Internet, Mobile, etc.).

Die mehr als 1.300 Mitglieder des dmmv sind in den Sektoren Internet- & Multimedia-Dienstleister, Softwareentwickler, Systemhäuser, Zugangsplattformen, Online-Dienste, Internet Angebote (E-Content, E-Commerce, E-Services) tätig. Er vertritt bundesweit insgesamt mehr als 1.700 Unternehmen* der Digitalen Wirtschaft in allen medien- u. ordnungspolitischen Belangen.

Als der maßgebliche Berufsverband der Internet- und Multimedia-Industrie entwickelt der dmmv Aus- u. Weiterbildungsmodelle (mit Zertifizierung zur Qualitätssicherung), Kalkulationsgrundlagen, Musterverträge und Handlungsempfehlungen für die neuen Tätigkeitsfelder. Seine Kernfunktion liegt neben der politischen Arbeit in seiner Leistung als Know-how-Pool, Austauschplattform und Anbieter von Serviceleistungen für seine Mitglieder.

Portrait

Als Ansprechpartner für Behörden, Presse und andere Branchenvertretungen ist es dem dmmv gelungen, eine starke Interessenvertretung zu schaffen, um dem Bereich der Interaktiven Medien ein für alle Marktteilnehmer ertragreiches Tätigkeitsfeld zu gewährleisten.

News-ID: 10273 • Views: 2104 (Stand: 10.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/10273/dmmv-veroeffentlicht-Praxishandbuch-E-Mail-Marketing.html>