

Warum E-Mail dein höchster-ROI-Kanal ist

Lernziel: Sie verstehen, warum E-Mail der einzige Kanal ist, den Sie wirklich besitzen, wie Umsatz-pro-Empfänger-Denken Ihre Listenrentabilität verändert und wie Welcome-, Nurture- und Win-back-Flows zusammen den ROI Ihres Shops heben.

Key Takeaways

- E-Mail ist der einzige Kanal, den Sie wirklich besitzen.
- Der richtige Maßstab ist Umsatz pro aktivem Empfänger — nicht Listengröße.
- Jede E-Mail erfüllt einen von drei Jobs: Welcome, Nurture oder Win-back.

Framework-Schritte

1. **Owned vs. bezahlt verstehen**
2. **Umsatz pro Empfänger denken**
3. **Die drei E-Mail-Jobs anwenden**
4. **Aktive Empfänger zählen**
5. **E-Mail-Umsatz messen**
6. **Pro Empfänger berechnen**
7. **Qualität steigern**

Kernpunkte im Überblick

RELEVANCE

Was das für Ihren Shop bedeutet

Jede E-Mail-Adresse ist ein direkter Zugang zu einem Menschen, der sich bewusst für Ihre Marke interessiert hat.

CONCEPT

Owned Audience vs. bezahlter Traffic

Bezahlter Traffic ist Miete: Sie zahlen für jeden Besucher, und der Preis steigt langfristig.

CONCEPT

Umsatz pro Empfänger statt Listengröße

Eine Liste mit zehntausend inaktiven Adressen ist wirtschaftlich wertlos.

CONCEPT

Die 3 Jobs von E-Mail

Welcome: Einen neuen Kontakt willkommen heißen, Vertrauen aufbauen und die erste Conversion vorantreiben

oder eine Strategieentscheidung anpacken. Die Takeaways und die Entscheidungsmatrix helfen Ihnen, schnell den Fokus zu setzen und typische Fehler zu vermeiden.