

Wird diese Nachricht nicht richtig dargestellt, klicken Sie bitte [hier](#).



Dear Melanie Riedel,

endlich ist es soweit! Stolz präsentiere ich meinen neuen Webauftritt www.mr-consulting.net, der mich die letzten Wochen vom Newsletter-Schreiben abgehalten hat. Was halten Sie davon? Freue mich auf Feedback!

Passend dazu ein Artikel von Klaus Eck zum Thema [Information Overload](#) und wie wir heutzutage mit dem Thema Lesen umgehen. Auch mein neues Webdesign geht in diese Richtung.

Außerdem können Sie an einer [Umfrage des DDV](#) zu aktuellen Themen des E-Mail Marketings teilnehmen. Und ein [eBook](#) mit Praxistipps zum Thema Data Driven Marketing downloaden.

Persönlich können Sie mich am 24. März auf der [Internet World Messe](#) in meiner alten Heimat München treffen. Wie wär's mit einem gemeinsamen Kaffee? Oder aber wir sehen uns auf dem OMBash oder OMclub?

Ich freue mich auf Sie!

1. Machen Sie mit: Umfrage des DDV zu aktuellen Aspekten des E-Mail Marketings

Das Council Digitaler Dialog hat eine kurze Umfrage zu aktuellen Themen des E-Mail Marketings gestartet. Die Fragen drehen sich um den Einsatz von Newslettern und E-Mailings an Kunden und Interessenten, die Nutzung von angemieteten Adressen, den Einsatz von Selektionsmöglichkeiten sowie Einschätzungen zu Vorteilen und Problemen.

Die Umfrage läuft voraussichtlich bis 15. April 2015. Die Ergebnisse werden Ende April vorgestellt. Teilnehmer erhalten die Ergebnisse auf Wunsch zugesandt.

[Hier geht es zur Umfrage!](#)

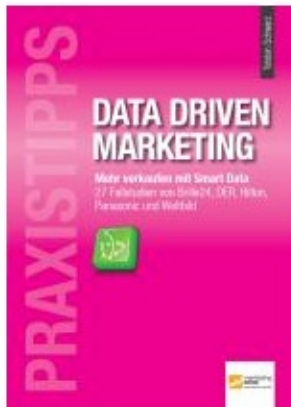


2. eBook Praxistipps Data Driven Marketing

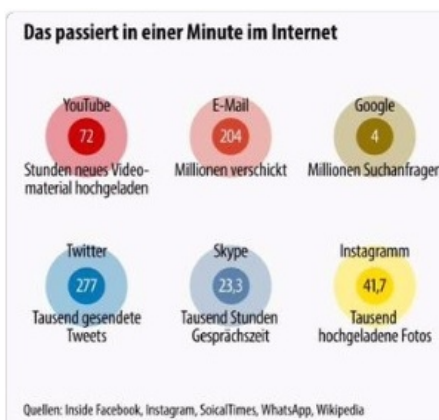
Wer aus seinen Daten die richtigen Schlüsse zieht, ist der Konkurrenz eine Nasenlänge voraus. Täglich zeigen Kunden über Smartphone und PC, was sie interessiert. Unternehmen können aus diesen Informationen maßgeschneiderte Angebote machen.

In diesem Heft verraten 27 Unternehmen, wie datengetriebenes Marketing in der Praxis umgesetzt wird. Wie funktionieren Treueprogramme? Wie können Kaufabbrucher umgestimmt werden? Wie werden inaktive Kunden reaktiviert? Wie kann Predictive Intelligence die Kosten pro Neukunde drücken? Wie kann die Wirkung teurer TV-Spots gemessen werden? Was ist ein Next-best-offer? Daten helfen, den richtigen Kunden im richtigen Moment das richtige Angebot zu machen.

[Hier geht's zum Download!](#)



**Suchen Sie personalisierte B2B E-Mail Adressen mit Opt-In? Ich kann Ihnen helfen!
Egal ob Zielgruppenauswahl oder Werbemittel Gestaltung, sprechen Sie mich jetzt an.**



3. Zeit limitiert unsere Informationsaufnahme

Wir achten auf Bilder, gefettete Texte, Videos und grafische Hervorhebungen. Meist scannen wir unsere Lektüre nur noch. Genaues Lesen kostet viel zu viel Zeit.

Die Flüchtigkeit des Lesens steht im Einklang mit dem Information Overload und dem Bewusstsein, immer nur einen Bruchteil der vorhandenen Informationen aufnehmen zu können. Es gibt von allem immer mehr, sodass wir vor lauter fragmentierter Medienlandschaft und Blogosphäre nur noch auf die Zwischenüberschriften starren.

Sehen Sie, wie heute moderne Websites gestaltet sind (auch [meine neue Version](#), ja): Plakative Überschriften, Stichworte, Bilder, Bilder, Bilder.

[Lesen Sie hier mehr bei Content Revolution!](#)

Visit me on:



Wenn Sie diese E-Mail (an: info@mr-consulting.net) nicht mehr empfangen möchten, können Sie diese [hier](#) abbestellen.

© 2015 - mr consulting - Lorichsstr. 42 - 22307 Hamburg - 0176-22325873 - e-mail: info@mr-consulting.net