

Praxis-Tipps für KI im E-Mail-Marketing

Von der Betreffzeile bis zur Nurturing-Journey

Gutes E-Mail-Marketing scheitert
oft an gutem Content.

Was uns heute erwartet

1. Hands-On Beispiele, mit denen ihr noch heute starten könnt
2. Software-unabhängig und mit Standard KI-Tool-Stack
3. Einschätzungen zu Chancen & Risiken

PLUS: Ausblick auf automatisiertes Setup

Einsatzfelder für KI im E-Mail-Marketing

Ideenfindung &
Planung

Texterstellung
und -optimierung

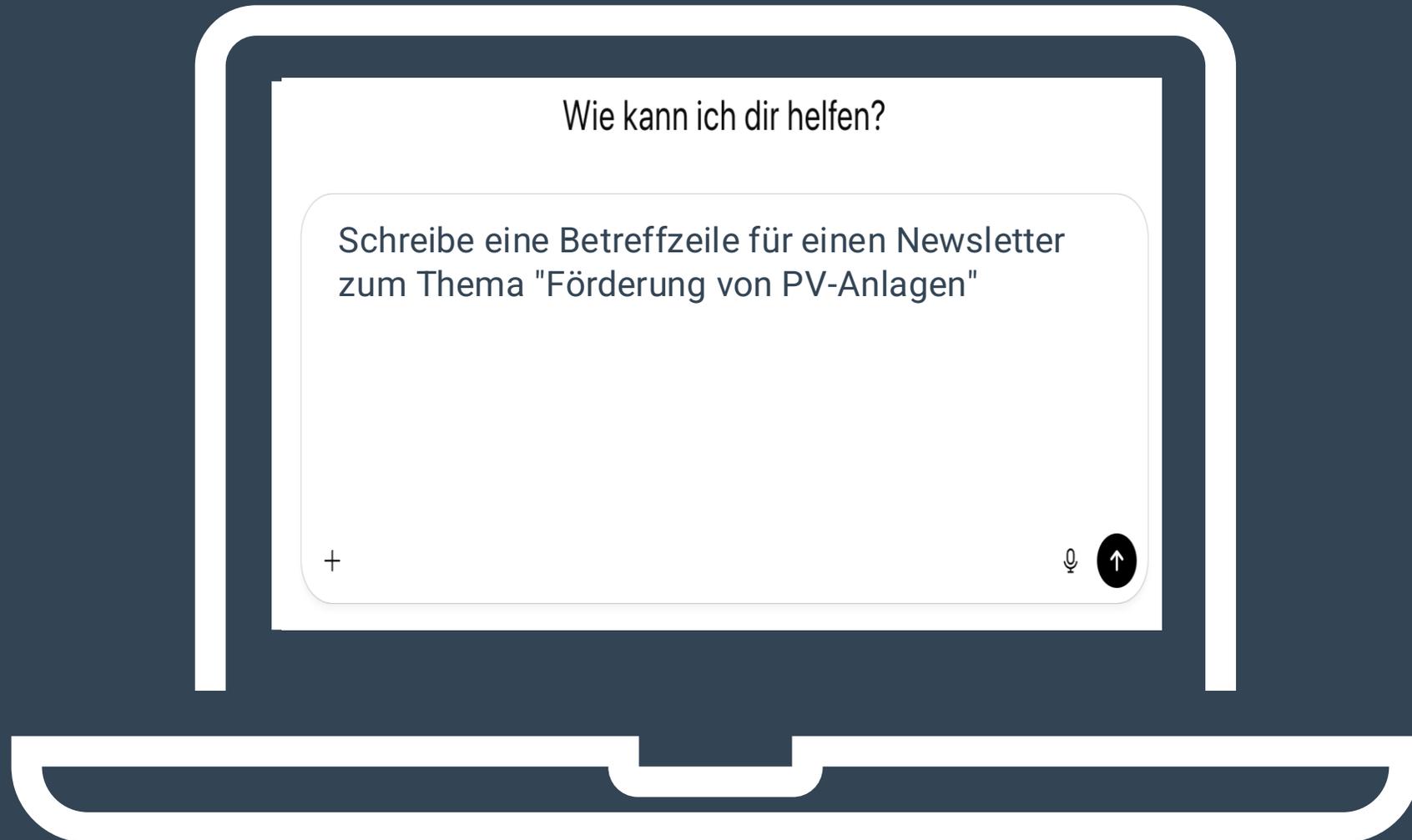
Personalisierung

A/B-Testing

Analyse

Automatisierung

Prompting im E-Mail-Marketing



Prompting im E-Mail-Marketing

3 Teile eines guten Prompts:

- **Rolle definieren:** „Du bist Texter/Stratege im E-Mail-Marketing für...“
- **Kontext geben:** Zielgruppe, Branche, Ziel, Tonalität
- **Format klar machen:** Länge, Stil, Struktur

Prompting im E-Mail-Marketing

Wie kann ich dir helfen?

Rolle: Du bist Texter im E-Mail-Marketing für die Sonnendach GmbH.

Aufgabe: Erstelle 5 Betreffzeilen für folgenden E-Mail-Newsletter zum Thema Förderung von PV-Anlagen

Zielgruppe: potenzielle Kunden.

Länge: max. 45 Zeichen

Tonalität: aufmerksamkeits-erregend, aber bleibe professionell.



Use Case 1: Ideenfindung

Das klappt gut:

Kann erste Ideen zu einzelnen Newslettern oder ganzen Nurturing-Flows.

Das klappt nicht so gut:

Wenig Neues/Überraschendes.

Das braucht es:

KI muss mit inhaltlichem Input gefüttert werden, um nicht zu halluzinieren.

Prompt-Beispiel

- Rolle: Du bist Marketingstrategie der der Sonnendach GmbH.
- Aufgabe: Erstelle einen Entwurf für eine Nurturing-E-Mail-Kette, welche aus 5 E-Mails besteht. Diese sollte sich mit den Fördermöglichkeiten von PV-Anlagen befassen. Am Ende sollte jede Email einen Call-to-Action enthalten, welcher zum Kontakt mit einem Berater einlädt.
- Anhängend findest du unser White Paper zu diesem Thema, sowie eine Anleitung aus unserem Knowledge-Center.
- Zielgruppe: potenzielle Kunden, welche bereits Kontakt zu unserem Vertriebsteam hatten und sich jetzt in der Desire-Phase (AIDA-Modell) befinden
- Länge: Jede E-Mail sollte ca. 100-125 Wörter enthalten.
- Tonalität: professionell, nicht zu viele Fachwörter, leicht verständlich.

Use Case 2: Optimierung

Das klappt gut:

E-Mails werden präziser und „knackiger“.

Das klappt nicht so gut:

-

Das braucht es:

Hinweise zur Tonalität & Ziel.

Prompt-Beispiel 2

„Du bist ein erfahrener Copywriter für E-Mail-Marketing.

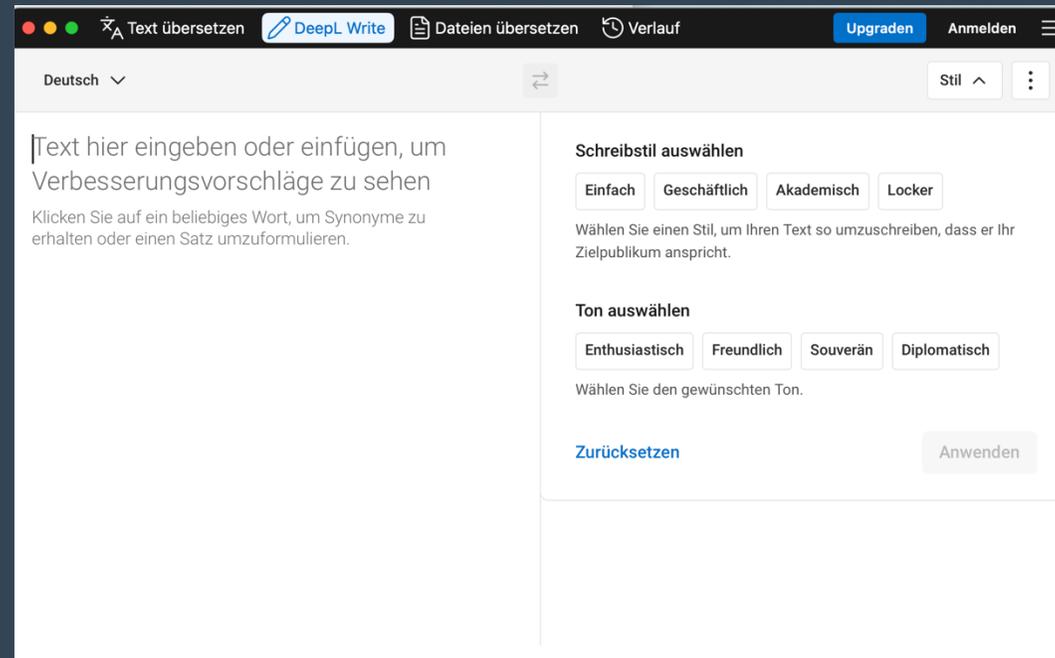
Analysiere den folgenden Newsletter-Entwurf für Leads der Sonnendach GmbH in Bezug auf Verständlichkeit, Tonalität, Länge und Conversion-Potenzial.

Schlage mir bitte 3 konkrete Verbesserungen vor und erkläre kurz, warum.

Danach schreibe eine optimierte Version des Textes, die max. 125 Wörter lang ist und eine klare Handlungsaufforderung enthält.

Text: [Entwurf einfügen]“

Prompting im E-Mail-Marketing



Use Case 3: Personalisierung

Das klappt gut:

Verschiedene Versionen für definierte Personas können schnell erstellt werden.

Das klappt nicht so gut:

Hyperpersonalisierung noch nicht möglich.

Das braucht es:

Klare Definition der unterschiedlichen Personas.

Prompt-Beispiel 3

„Du bist ein erfahrener Copywriter für E-Mail-Marketing bei der Sonnendach GmbH.

Bitte passe die folgende Nurturing-E-Mail für unsere unterschiedlichen Persona an. Bitte berücksichtige dabei die Anforderungen an Tonalität und Ansprache.

Bitte ändere nicht die Inhalte oder den Call-to-Action.

Die Zielgruppenbeschreibung findest du anbei.

Erwartetes Ergebnis: Für Zielgruppen-optimierte E-Mail-Entwürfe.“

Use Case 4: A/B-Testing

Das klappt gut:

Verschiedene Versionen für A/B-Test können erstellt werden.

Das klappt nicht so gut:

-

Das braucht es:

Optimierten Entwurf;
Testszenarios.

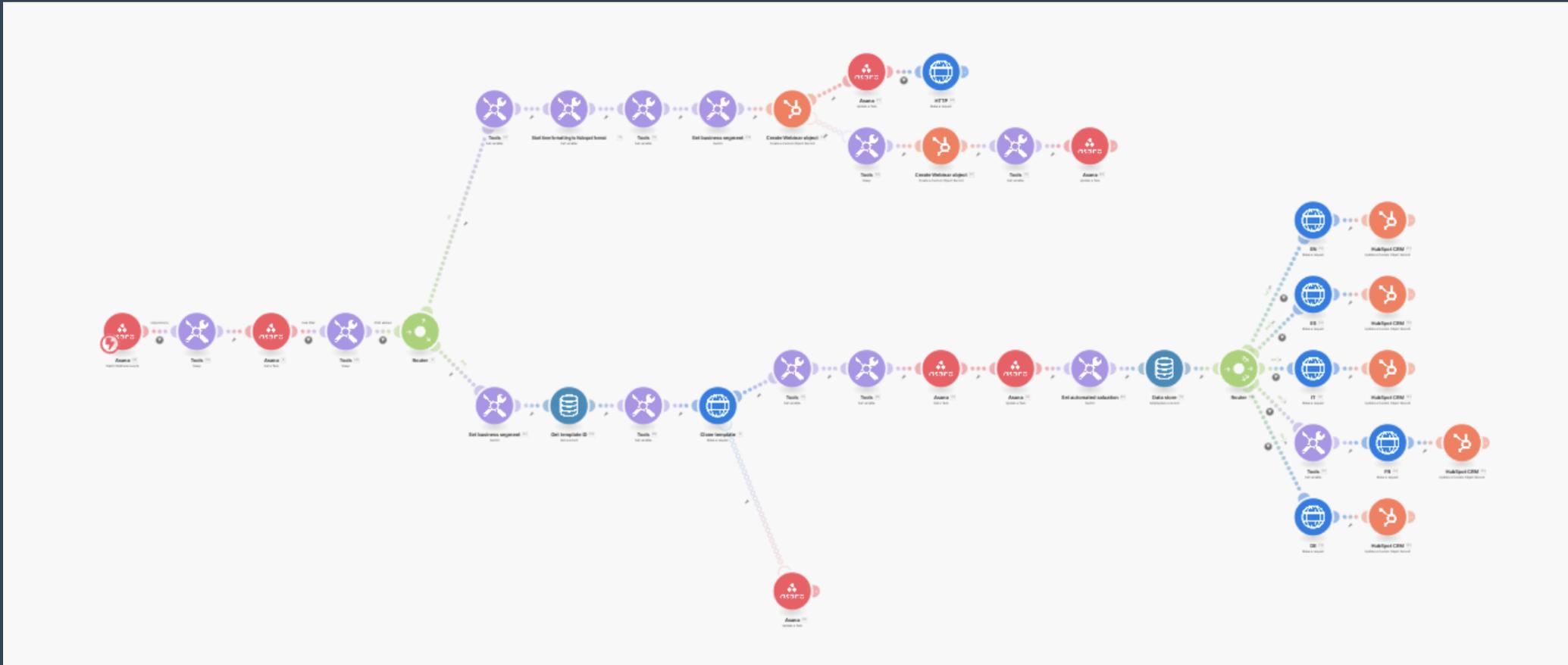
Mehr Automatisierung mit Custom GPT



Exkurs: Was geht in den Tools?

- Anbieter von Marketing-Automation- und CRM-Software betten immer mehr AI-Features in ihren Tools ein
- Praxiserfahrung: Aktuell noch bessere Ergebnisse direkt in den LLMs

Exkurs: Wie automatisiere ich verschiedene Tools?



3 wichtige Hinweise zum Abschluss

- **Datenschutz:** Keine sensiblen Daten in öffentliche KI-Tools eingeben
- **Qualitätssicherung:** Tonalität & Markenstimme brauchen menschliches Feintuning
- **Ethik:** Transparenz gegenüber Empfänger:innen (kein Spam durch KI-Flut)

Mehr erfahren

Slides erhalten:

Sende eine Mail mit „Slides“ an
alex@marketing-machine.de



Auf LinkedIn
connecten:



HubSpot
Academy Marketing &
Sales Hub Certified

KI KI-Berater
(ZFU-zertifiziert)