

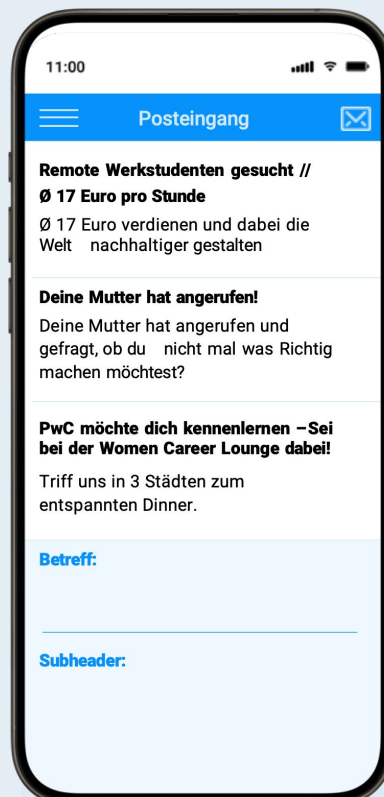
DIRECT MAILING



Wir gestalten Euer Direct Mailing ganz nach Euren Wünschen. Anbei findet Ihr eine Übersicht mit den Informationen, die wir von Euch benötigen. Solltet Ihr bereits eine Mailingvorlage im **HTML-Format** haben, könnt Ihr uns diese einfach zusenden.

BETREFF UND SUBHEADER

- Unterschätzt nicht die **Wichtigkeit der Betreffzeilen**. Sie sind das Erste, das die Studierenden von dem Mailing sehen und ausschlaggebend für die Öffnungsrate.
- Verwendet **keine irreführenden Betreffzeilen**, die keinen Bezug zum Inhalt Eurer Mail haben. Die Empfänger:innen können sich sonst hereingelegt fühlen, was sich auf die Öffnungsrate Eurer zukünftigen Mailings auswirken kann.
- Der Betreff sollte möglichst kurz und auf den Punkt sein (**max. 50 Zeichen inkl. Leerzeichen**). Auf Smartphones wird der Betreff oft schon **ab 30 Zeichen abgeschnitten**, also platziert das Wichtigste zu Beginn.
- Der **Subheader** gibt eine kurze Vorschau und macht neugierig auf das Mailing. Wählt also einen Satz, den die Empfänger:innen zu Ende lesen wollen (**max 100 Zeichen inkl. Leerzeichen**).



Wenn es sich lohnt: **hebt das Gehalt hervor!**



Verwendet **provokante Betreffzeilen**



Sprecht **Eure Zielgruppe** direkt an

HEADERBILD

- 1200px Breite, 144dpi
- Setzt am besten ein Bild ein, das möglichst flach ist, sodass das Mailing nicht vom Bild dominiert wird.
- Idealerweise nutzt Ihr ein **eigenes Bild**. Solltet Ihr kein passendes im Repertoire haben, eignen sich auch
- Stockfotos, die Eure Marke gut repräsentieren.
- Beachtet, dass KI-erstellte Inhalte als solche gekennzeichnet werden müssen.

Mögliche Bildquellen:

- **Pexels** (deutsche Website mit über 3,2 Millionen kostenlosen Stockfotos)
- **Unsplash** (internationale Website für Fotos, die von ihren Urhebern der Community zur kostenlosen Verfügung gestellt werden)

MAILING-TEXT



Idealerweise ist Euer **Text auf einen Blick** zu erfassen, ohne dass die Empfänger:innen scrollen müssen.



Bulletpoints eignen sich sehr gut, um die inhaltlichen Highlights Eures Mailings hervorzuheben.



Vermeidet Textblöcke, die **länger als 5 Zeilen** sind.



Erfüllt Euer Text das AIDA-Prinzip? **Attention** | **Interest** | **Desire** | **Action**



Bei Bedarf unterstützt Euch unser Content Team

CALL TO ACTION MIT LINK

- Der Call to Action sollte **prominent im Mailing platziert** werden. Auch die Einbindung mehrerer CTA ist möglich.
- **Seid kreativ!** Benutzt statt „Hier bewerben“ oder „Mehr Infos“ originelle CTA, die die Gen Z ansprechen

Bewirb dich jetzt in nur 3 Minuten

Leg los!

SONSTIGES



Euer Logo auf einem **transparenten Hintergrund** (.svg, .eps, .ai, .pdf oder .png)



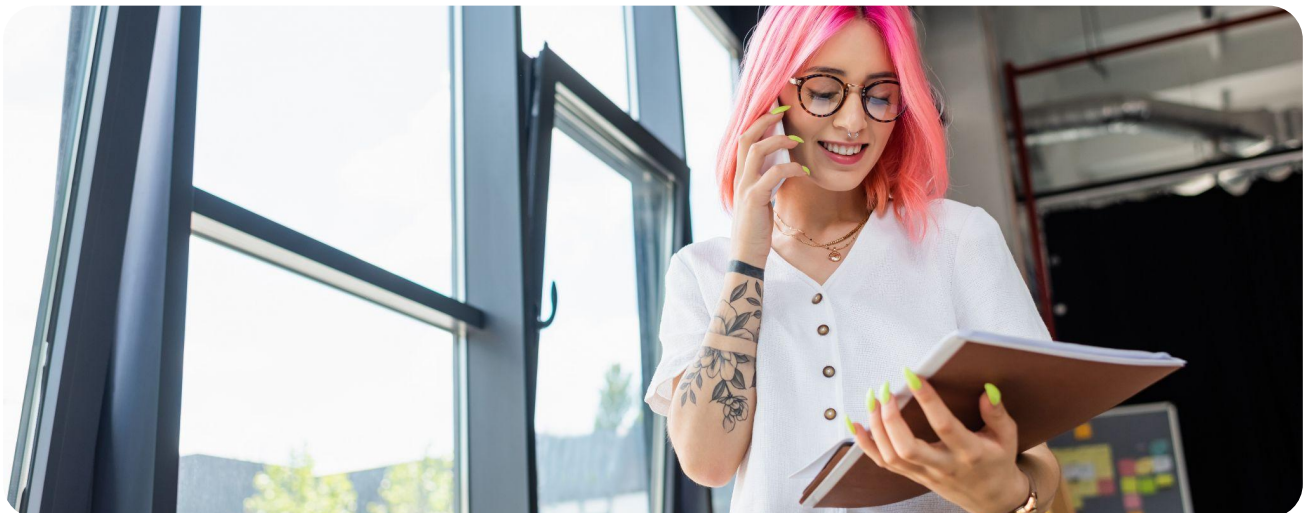
Eure **Farbcodes** (RGB Werte oder HEX Codes)



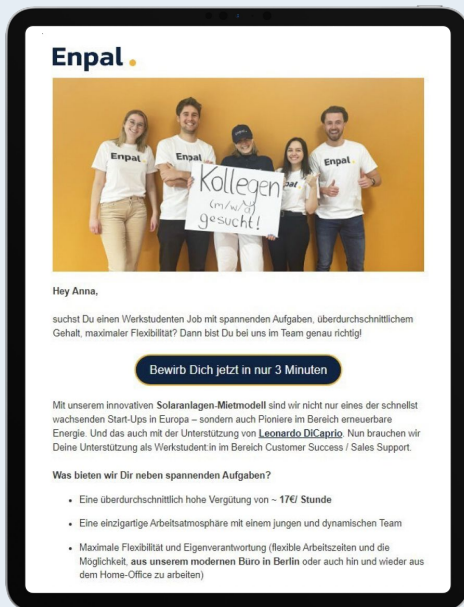
Bitte lasst die Visuals und den Mailingtext falls nötig von den **zuständigen Fachabteilungen freigeben**, bevor Ihr sie an uns schickt. Wir gehen davon aus, dass die Materialien bereits freigegeben wurden, sobald wir die Inhalte erhalten.

DEADLINE

Bitte schickt uns die vollständigen
Materialien **10 Werktage** vor
Veröffentlichung Eurer Kampagne zu.

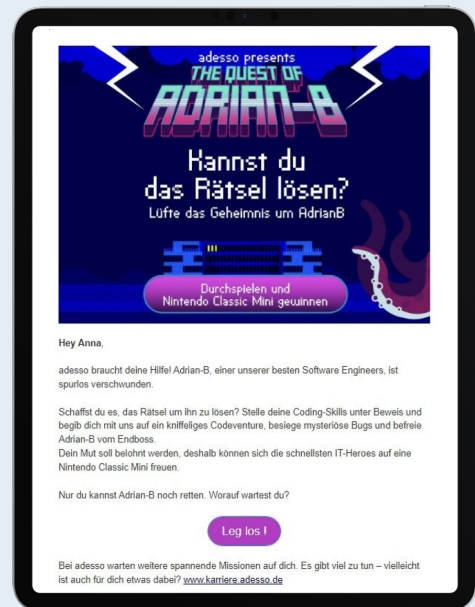


BEST PRACTICES



GUT, WEIL ...

- Gehalt direkt im Betreff
- CTA im oberen Bereich
- Anteusern der Stelle weckt Neugierde



GUT, WEIL ...

- Zielgruppengerechtes Design
- Großes Headerbild sorgt für Gaming-Flair
- Hinter dem Header liegt ein eigenes HTML-Spiel



GUT, WEIL ...

- Provokanter Betreff weckt das Interesse
- Zielgruppengerechtes Wording
- Auffällige Farben



**Wir wünschen
 Euch viel Erfolg mit
 Euren Kampagnen
 auf Studydrive!**