



# E-Mail-Automation leicht gemacht

7 praxisnahe Beispiele für verschiedene Branchen



Guide

# E-Mail-Automation

## rapidfacts:



### Was ist E-Mail-Automation?

E-Mail-Automation bedeutet, dass E-Mails automatisch durch Auslöser oder zu bestimmten Zeitpunkten versendet werden. Ist der Workflow einmal eingerichtet, läuft alles ohne manuelles Zutun. Ob zur Begrüßung, als Erinnerung oder für saisonale Aktionen: Ihre Nachricht erreicht die Empfänger:innen genau zur richtigen Zeit – mit minimalem Aufwand.



### Für wen kommt E-Mail-Automation in Frage?

E-Mail-Automation ist längst nicht mehr nur etwas für große Unternehmen. Mit den Workflows von rapidmail kann jede:r – vom kleinen Onlineshop bis zum B2B-Anbieter – automatisierte Mails versenden, ganz ohne Vorkenntnisse.



### Warum lohnt sich E-Mail-Automation?

- **Spart Zeit** – einmal eingerichtet, laufen Workflows automatisch im Hintergrund
- **Mehr Conversions** – Mails werden gezielt und zum perfekten Zeitpunkt versendet
- **Stärkere Kundenbindung** – relevante, personalisierte Inhalte schaffen Vertrauen
- **Weniger manueller Aufwand** – Prozesse automatisieren und Ressourcen sparen

## Inhalt

1. Der perfekte Einstieg: Willkommensmailings clever nutzen.....	4
2. Willkommen an Bord: So klappt's mit dem Onboarding-Flow.....	10
3. Happy Birthday! Automatisierte Geburtstagsgrüße versenden .....	15
4. Lange nichts gehört? Reaktivierung inaktiver Kontakte .....	21
5. Dranbleiben: Automatisierte Erinnerungen versenden .....	26
6. Immer up to date: Automatisierter Versand des letzten Newsletters .....	34
7. Ihr Ziel, Ihre Strecke: Eigene Automationen erstellen .....	38
Jetzt sind Sie dran: Bereit, mit Automationen durchzustarten!.....	45

Kapitel 1

**Der perfekte Einstieg:  
Willkommensmailings clever  
nutzen**

## Der perfekte Einstieg: Willkommensmailings clever nutzen

Willkommensmailings sind der ideale Weg, um neue Abonnent:innen nicht einfach nur in der Liste zu parken, sondern sie direkt mit einem warmen Hallo abzuholen und ihnen das gute Gefühl zu geben: Hier bin ich richtig. 🎯

### Automatisierte Willkommensmailings sind perfekt geeignet, um ...

- 🌟 ... das eigene Unternehmen sympathisch vorzustellen.
- 🤝 ... sofort Vertrauen aufzubauen.
- 📦 ... einen Rabatt als Anreiz für den ersten Kauf zu nutzen.

Unser Beispiel: Der Onlineshop Shirtshop möchte sein Newsletter-Marketing aufs nächste Level heben. Bisher wurden nur gelegentlich Mailings verschickt, allerdings ohne feste Struktur. Jetzt soll sich das ändern. Ziel ist es, neue Kund:innen direkt mit einer automatisierten Willkommensmail in der Shirtshop-Welt willkommen zu heißen. Das Ganze natürlich mit einem persönlichen Touch und einem Rabatt als Dankeschön für die Anmeldung. Damit der Einstieg in die Automation möglichst unkompliziert bleibt, setzt das Team auf einen einfachen, aber wirkungsvollen Workflow: Eine Willkommensmail, mehr braucht's am Anfang nicht.



### rapidtipp

E-Mail-Automation ist neu für Sie? Dann starten Sie am besten mit einer einfachen Willkommensmail – ideal, um erste Erfahrungen zu sammeln, ohne gleich in komplexe Strukturen einzutauchen. Ist dieser Workflow optimiert, lassen sich weitere Automationen Schritt für Schritt ausbauen.

Zurück zu unserem Beispiel: Den Grundstein für den neue E-Mail-Automation legt Shirtshop mit einer praktischen Workflow-Vorlage von rapidmail. Hier genügen ein paar Klicks und schon steht das automatische Willkommensmailing bereit, um Shirtshop Arbeit abzunehmen und neue Kund:innen zu begeistern.

Mit dieser Automation versende ich

 <b>Geburtstagsgrüße</b> Eine sich jährlich wiederholende E-Mail an einem bestimmten Tag. <span>●○○ Aufwand</span>	 <b>Willkommensgrüße an neue Empfänger</b> Eine Serie von E-Mails an Empfänger, die sich neu angemeldet haben. <span>●○○ Aufwand</span>	 <b>Eine Terminerinnerung</b> Eine Erinnerung an ein bestimmtes Ereignis. <span>●○○ Aufwand</span>
 <b>Den letzten Newsletter an neue Empfänger</b> Das zuletzt versendete Mailing an neu angemeldete Empfänger. <span>●○○ Aufwand</span>	 <b>Reaktivierungsmails an inaktive Empfänger</b> Eine oder mehrere E-Mails an inaktiv gewordene Empfänger. <span>●○○ Aufwand</span>	 <b>Einen E-Mail Kurs</b> Mehrere E-Mails hintereinander an neue Empfänger. <span>●●○ Aufwand</span>

ODER

 <b>Etwas Eigenes</b> Von null anfangen und etwas Eigenes auf die Beine stellen. <span>●●○ Aufwand</span>
--

Im nächsten Schritt legt das Shirtshop-Team fest, wer die Mail erhalten soll. Da sich neue Kontakte über ein in rapidmail angelegtes Anmeldeformular auf der Website registrieren, wählt Shirtshop genau diese Empfängerliste für die Automation aus. So ist sichergestellt, dass alle frisch Angemeldeten automatisch eine persönliche Begrüßung erhalten. Bei Bedarf lassen sich später auch externe Quellen, Importe oder Schnittstellen anbinden, aber für den Start reicht eine klare Empfängerliste völlig aus.

Mit dieser Automation versende ich  Willkommensgrüße an neue Empfänger

---

an Empfänger der Empfängerliste **Basisliste** ▼

---

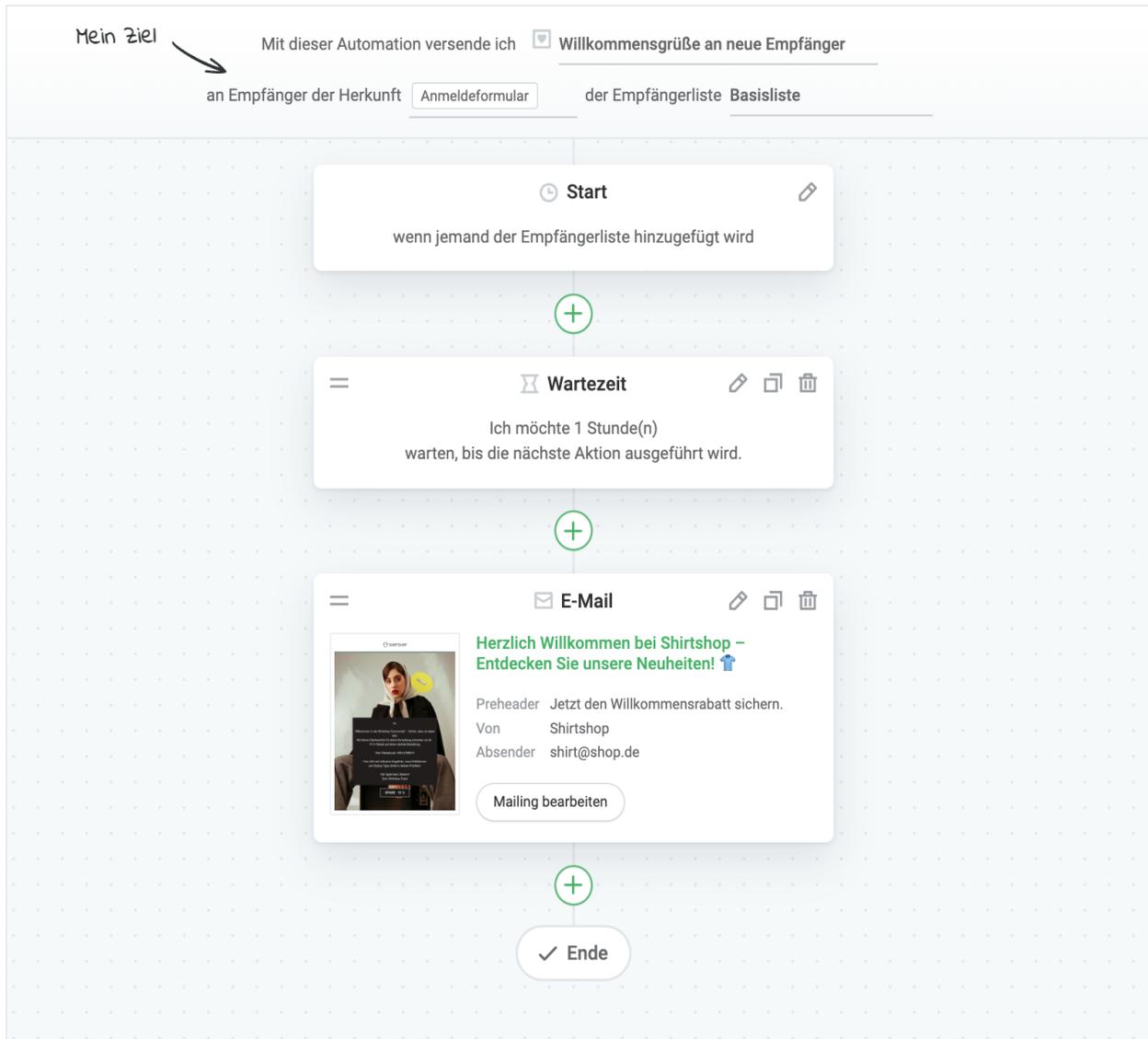
Diese Automation betrifft **die gesamte Empfängerliste** ▼

---

Es werden nur Empfänger dieser Herkunft berücksichtigt:  x ▼

In der Workflow-Vorlage ist für den Versand der Willkommensmail standardmäßig eine Wartezeit von fünf Minuten hinterlegt. Da Shirtshop jedoch das Double-Opt-in-Verfahren nutzt, bei dem direkt nach der Anmeldung automatisch eine Bestätigungsmail versendet wird – passt das Team diesen Zeitabstand an. Um zu vermeiden, dass neue Abonnent:innen nahezu zeitgleich zwei E-Mails erhalten, entscheidet sich Shirtshop dafür, die Willkommensmail mit einer Verzögerung von einer Stunde zu verschicken. **So fühlt sich der Ablauf für neue Kontakte stimmig an und die Willkommensmail mit dem enthaltenen Rabattcode geht nicht zwischen Anmeldebestätigung und erstem Eindruck unter.**

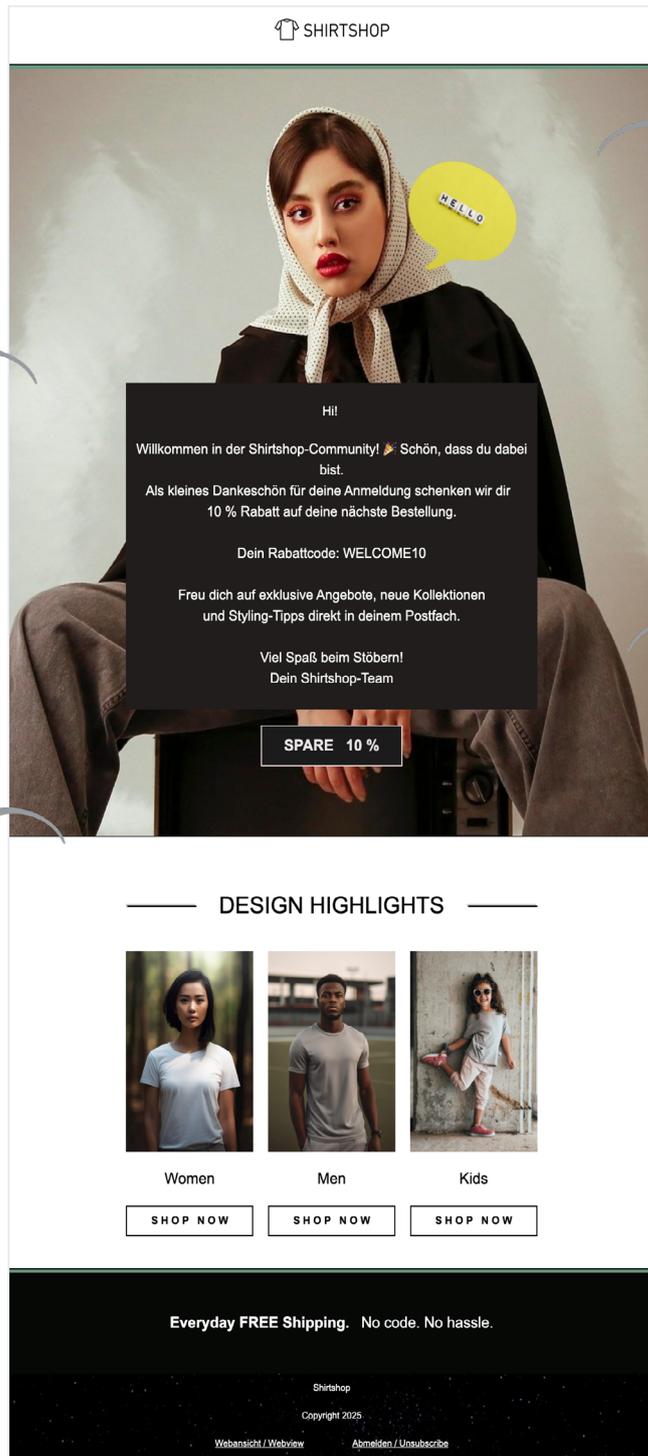
Anschließend wird's kreativ: Shirtshop gestaltet die Begrüßungsmail direkt in der Automationsstrecke. Sie greifen auf eine bestehende rapidmail Vorlage zurück, die optisch perfekt zur Marke passt, und fügen ihren persönlichen Touch hinzu: Ein freundliches „Willkommen!“, ein kurzer Überblick über die Vorteile des Newsletters und natürlich der versprochene Rabattcode für die erste Bestellung. Ein gelungener Start für alle neuen Kontakte und für Shirtshop der perfekte erste Schritt in die Welt der E-Mail-Automation. Warum also warten? Jetzt ist der richtige Moment, um Ihre eigene Willkommensautomation zu starten. 🚀



Und so sieht der fertige Willkommens-Workflow aus!

Jetzt mit Automationen beginnen

## Tipps für eine erfolgreiche Willkommensmail:



### Mehrwert bieten:

Ein Willkommensrabatt oder exklusive Inhalte machen Lust auf mehr.

### Auffälliger Call-to-Action:

Eine klare Beschriftung des CTA-Buttons, z. B. „Jetzt sparen“ weckt die Aufmerksamkeit Ihrer Kontakte.

### Freundlich begrüßen:

Ein lockeres „Hi!“ oder „Willkommen!“ schafft eine persönliche Note.

### Newsletter schmackhaft machen:

Erklären Sie kurz, welche Vorteile das Abonnieren des Newsletters bringt.

Kapitel 2

**Willkommen an Bord: So  
klappt's mit dem **Onboarding-  
Flow****

## Willkommen an Bord: So klappt's mit dem Onboarding-Flow

Eine Willkommensmail ist der erste Schritt – aber gerade bei Angeboten mit mehr Tiefe lohnt es sich, neue Kontakte etwas länger zu begleiten. Mit einem Onboarding-Flow, also einer automatisierten E-Mail-Serie in Form eines kleinen Kurses, geben Sie Ihren Abonent:innen einen klaren roten Faden an die Hand.

Statt alle Informationen auf einmal zu liefern, vermitteln Sie Ihre Inhalte in kleinen, gut verdaulichen Etappen. **So bleibt mehr hängen, es entsteht ein echtes Lern- oder Entdeckungsgefühl und das Vertrauen in Ihr Angebot wächst von Mail zu Mail.** 

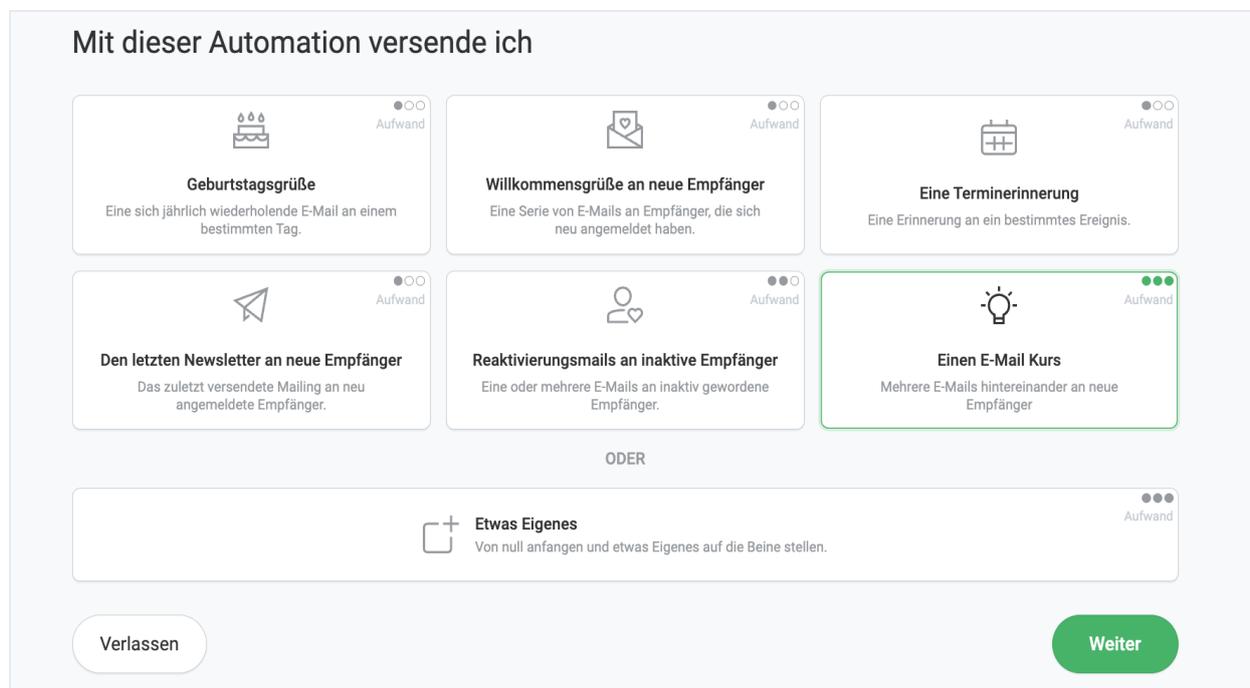
### Ein E-Mail-Kurs eignet sich besonders gut, wenn ...

-  ... Ihr Produkt erklärungsbedürftig ist oder aus mehreren Schritten besteht.
-  ... Sie Wissen oder Inhalte vermitteln möchten, z. B. als Coach, Schule oder Plattform.
-  ... Sie Kund:innen helfen wollen, dranzubleiben und Stück für Stück durchzustarten.

Unser Beispiel: Die Online-Universität Bremen begleitet neue Studierende nach der Anmeldung mit einem automatisierten Onboarding-Kurs per E-Mail. Ziel ist es, ihnen in drei aufeinander aufbauenden Lektionen den Einstieg ins digitale Lernen möglichst leicht zu machen. Das Besondere daran ist, dass der Kurs automatisch losgeht, sobald sich jemand einschreibt. Kein Aufwand für manuelles Versenden oder feste Startzeiten – dafür eine klare Struktur, die Sicherheit gibt und Neugier weckt. Dieses Konzept lässt sich übrigens auch hervorragend auf andere Angebote übertragen – egal ob Online-Coaching, Kundenportal oder Software-Tool.

Grundlage für den Kurs ist die passende **E-Mail Kurs Workflow-Vorlage** von rapidmail, die auch die Uni als Basis nutzt und individuell anpasst. So steht der Ablauf in wenigen Minuten. Der Kurs startet automatisch nach der Anmeldung. Neue Kontakte landen direkt in der Empfängerliste, die mit dem Anmeldeformular der Universität verknüpft ist. So ist sichergestellt, dass wirklich alle frisch eingeschriebenen Studierenden direkt in den E-Mail-Kurs aufgenommen werden – ganz automatisch zum Aha-Moment.

Mit dieser Automation versende ich



The screenshot shows a sequence of email automation tasks in a grid layout. Each task card includes an icon, a title, a description, and a progress indicator (two circles). The tasks are:

- Geburtstagsgrüße**: Eine sich jährlich wiederholende E-Mail an einem bestimmten Tag. (Progress: 0/2)
- Willkommensgrüße an neue Empfänger**: Eine Serie von E-Mails an Empfänger, die sich neu angemeldet haben. (Progress: 0/2)
- Eine Terminerinnerung**: Eine Erinnerung an ein bestimmtes Ereignis. (Progress: 0/2)
- Den letzten Newsletter an neue Empfänger**: Das zuletzt versendete Mailing an neu angemeldete Empfänger. (Progress: 0/2)
- Reaktivierungsmails an inaktive Empfänger**: Eine oder mehrere E-Mails an inaktiv gewordene Empfänger. (Progress: 0/2)
- Einen E-Mail Kurs**: Mehrere E-Mails hintereinander an neue Empfänger. (Progress: 3/3, highlighted with a green border)

Below the grid is a section labeled "ODER" with a task:

- Etwas Eigenes**: Von null anfangen und etwas Eigenes auf die Beine stellen. (Progress: 0/3)

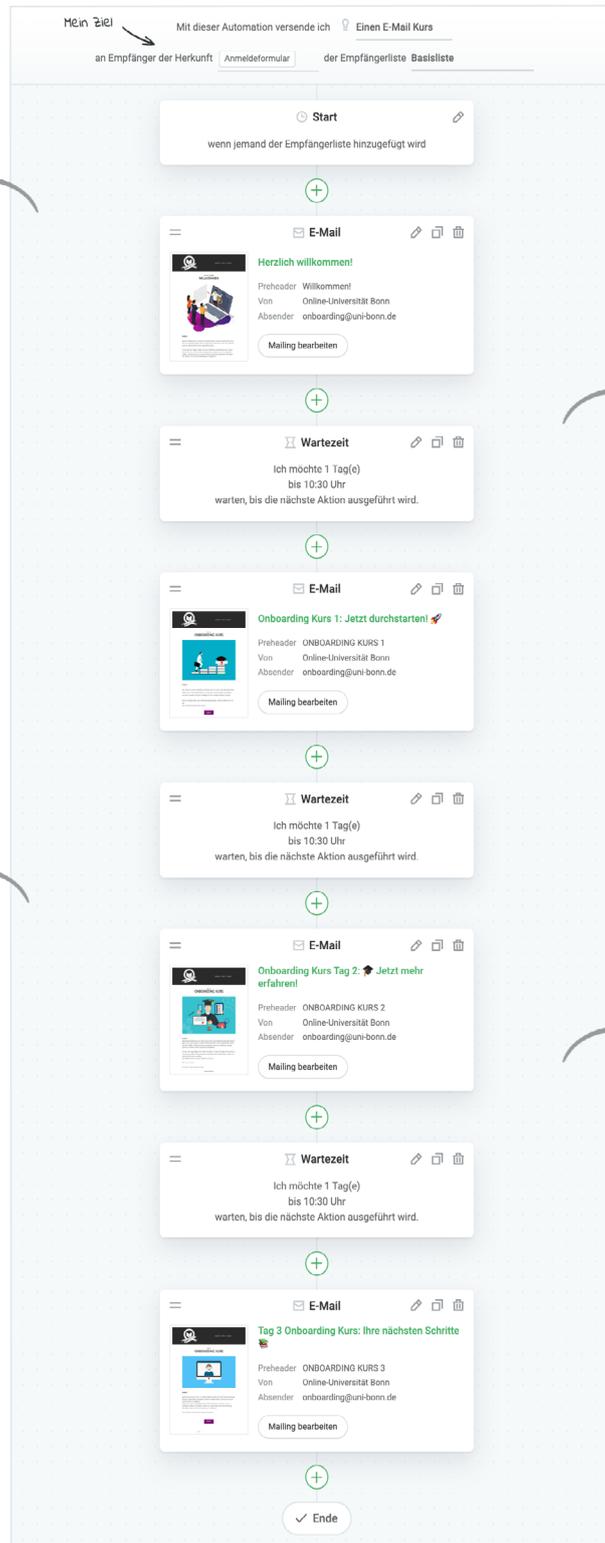
At the bottom are two buttons: "Verlassen" (white) and "Weiter" (green).

Der Kurs besteht aus 4 E-Mails, die im Abstand von jeweils einem Tag versendet werden: Den Auftakt macht eine freundliche Willkommensmail, gefolgt von drei aufeinander aufbauenden Lektionen. Statt alle Informationen auf einmal zu verschicken, setzt die Universität bewusst auf kurze, gut portionierte Inhalte. So bleibt mehr hängen – und der Einstieg ins digitale Lernen wirkt nicht überfordernd. Bei Bedarf können Sie den zeitlichen Abstand zwischen den Mails natürlich jederzeit anpassen, wenn Ihre Lektionen z. B. umfangreicher sind und nicht an einem Tag erledigt sind. Auch für Ihre Kund:innen kann ein klar strukturierter E-Mail-Kurs genau das Richtige sein, um von Anfang an Vertrauen und Orientierung zu bieten.

## So sieht eine E-Mail-Kurs-Automationsstrecke in der Praxis aus:

In der **Willkommensmail** werden die neuen Studierenden herzlich begrüßt und erfahren, was sie in den kommenden Lektionen erwartet.

In der **zweiten Mail** geht es einen Schritt weiter – das Team zeigt, wie man an Live-Seminaren teilnimmt, Fragen stellt oder sich mit anderen austauscht.

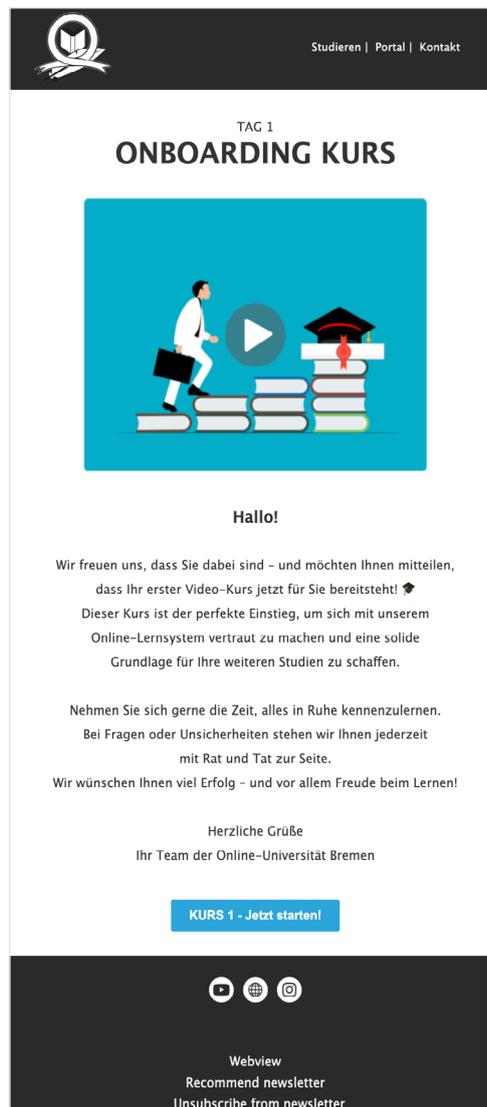


In der **ersten Lektion** erhalten die Studierenden eine Einführung ins Lernsystem: Wie funktioniert der Login? Was finde ich im Dashboard? Wo gibt es Lernmaterialien?

Die **dritte Lektion** schließlich gibt einen Überblick über die nächsten Schritte: Kurswahl, Prüfungsanmeldung und wichtige Tools, die beim Studienstart helfen.

Auch bei der Gestaltung bleibt die Universität ihrem Stil treu: Schlicht, übersichtlich und mit einem klaren Fokus auf Mehrwert. Die Mails orientieren sich optisch am Look der Uni-Plattform – und mit Hilfe des 1-Klick-Designs von rapidmail lässt sich das Corporate Design ganz einfach für den Newsletter übernehmen. Die Lektionen selbst bestehen jeweils aus einem kurzen Video, das auf YouTube gehostet wird. In der E-Mail befindet sich ein Vorschaubild, das zum Video verlinkt – per Klick gelangen die Studierenden direkt zum passenden Video. So bleibt die Mail kompakt, während die Inhalte modern und anschaulich vermittelt werden.

Einmal eingerichtet, läuft der Kurs automatisch für alle neuen Studierenden und sorgt dafür, dass der Einstieg in das digitale Studium reibungslos gelingt.



## Kapitel 3

# Happy Birthday! Automatisierte Geburtstags- grüße versenden

## Happy Birthday! Automatisierte Geburtstagsgrüße versenden

Geburtstage sind die perfekte Gelegenheit, um Kund:innen eine kleine Freude zu machen und ganz nebenbei an das eigene Unternehmen zu erinnern. Eine charmante Geburtstagsmail bringt nicht nur ein Lächeln ins Postfach, sondern stärkt auch die Kundenbindung, ohne aufdringlich zu wirken. 🎉

Ein automatisierter Geburtstagsgruß lohnt sich für jedes Unternehmen – egal ob groß oder klein. Denn: Er muss nur einmal eingerichtet werden und sorgt dann ganz von allein jedes Jahr aufs Neue für persönliche Wow-Momente. **Kleine Ges-ten wie diese zeigen Wertschätzung, schaffen Nähe und machen es ganz leicht, positiv in Erinnerung zu bleiben.**

### Automatisierte Geburtstagsmails sind eine gute Idee, denn...



... ein persönlicher Gruß zeigt: Hier zählt der Mensch, nicht nur der Kunde oder die Kundin.



... besondere Anlässe bieten den perfekten Moment für Rabattcodes oder andere Aktionen.



... auch außerhalb aktiver Kaufphasen bleibt Ihr Unternehmen positiv im Gedächtnis.



... so entsteht Nähe – und oft auch ein konkreter Anlass für den nächsten Besuch.

Unser Beispiel: Das Team des Hotel Primavera möchte Gästen auch lange nach dem Aufenthalt positiv im Gedächtnis bleiben und nutzt dafür automatisierte Geburtstagsgrüße. Der Plan: Jedes Jahr soll eine persönliche Mail inklusive eines kleinen Geburtstagsgeschenks versendet werden – etwa ein Gutschein für den

nächsten Aufenthalt oder ein exklusiver Vorteil. Die Grundlage dafür liefert die passende Workflow-Vorlage von rapidmail, die das Team individuell anpasst.

Mit dieser Automation versende ich

 <b>Geburtstagsgrüße</b> Eine sich jährlich wiederholende E-Mail an einem bestimmten Tag.	 <b>Willkommensgrüße an neue Empfänger</b> Eine Serie von E-Mails an Empfänger, die sich neu angemeldet haben.	 <b>Eine Terminerinnerung</b> Eine Erinnerung an ein bestimmtes Ereignis.
 <b>Den letzten Newsletter an neue Empfänger</b> Das zuletzt versendete Mailing an neu angemeldete Empfänger.	 <b>Reaktivierungsmails an inaktive Empfänger</b> Eine oder mehrere E-Mails an inaktiv gewordene Empfänger.	 <b>Einen E-Mail Kurs</b> Mehrere E-Mails hintereinander an neue Empfänger.

ODER

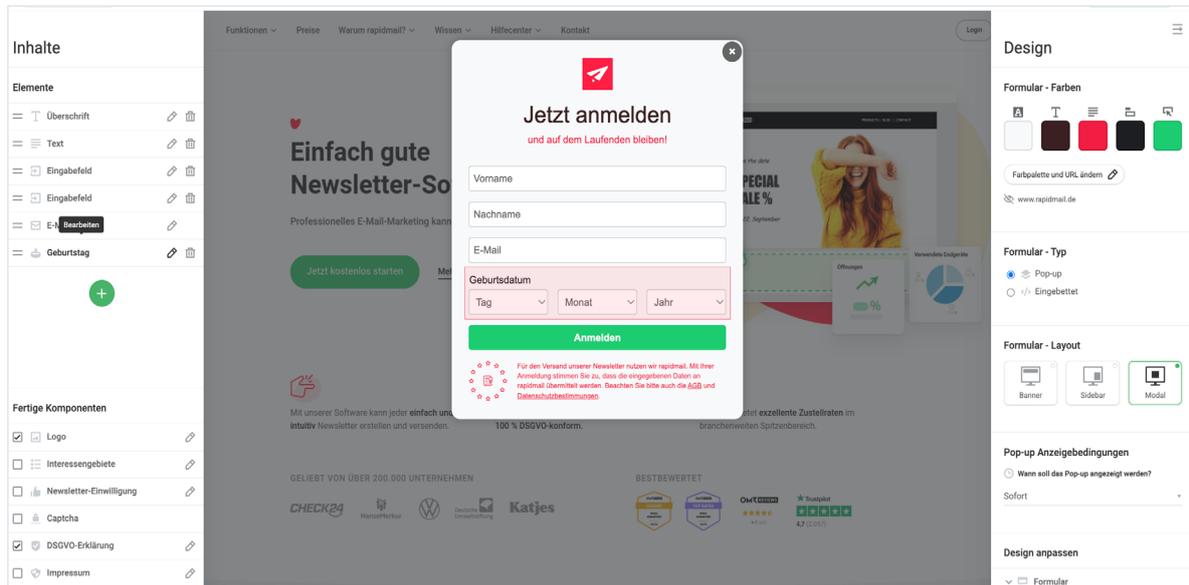
 <b>Etwas Eigenes</b> Von null anfangen und etwas Eigenes auf die Beine stellen.
---

Verlassen Weiter

Die Empfängerliste ist beim Hotel bereits gut gepflegt – das Geburtsdatum wurde beim Check-in oder über den Buchungsprozess erfasst. So weiß das System ganz genau, wann welcher Gast seinen Ehrentag feiert. Der automatisierte Gruß wird jedes Jahr pünktlich zum Geburtstag verschickt – mit freundlicher Ansprache, persönlichem Bezug und einem passenden Angebot.

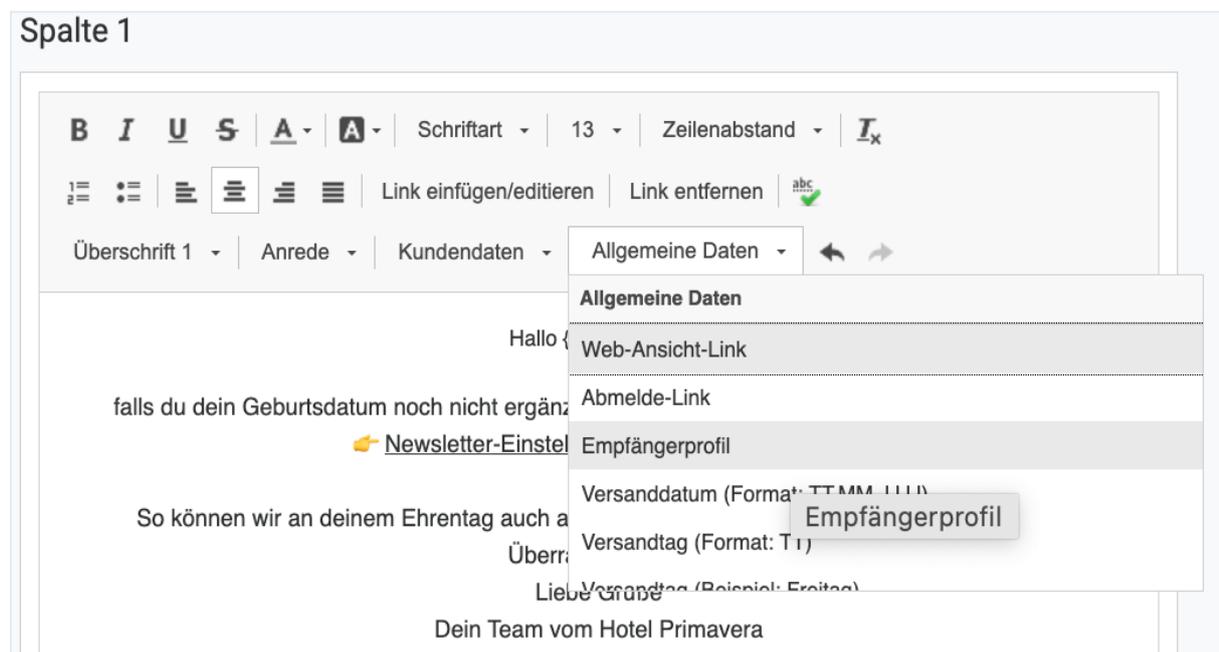
Entscheidend für diese Automation ist, dass Sie das Geburtsdatum Ihrer Kontakte erfasst haben. Dafür gibt es mehrere Möglichkeiten:

- **Anmeldeformular.** Verwenden Sie ein Formular von rapidmail und ergänzen Sie das Feld „Geburtsdatum“ als Pflicht- oder freiwillige Angabe.



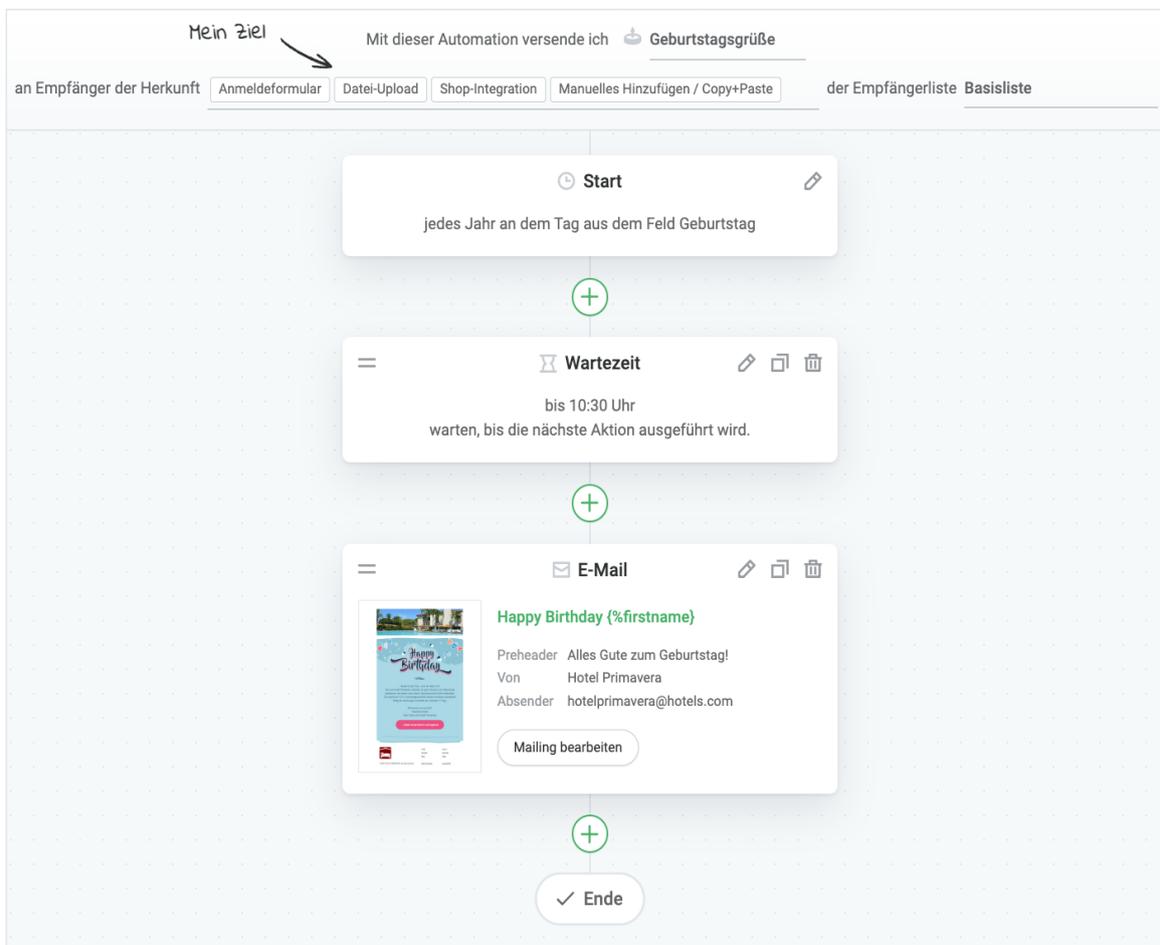
Das rapidmail Anmeldeformular können Sie individuell anpassen.

- **Empfängerprofil aktualisieren lassen:** Schreiben Sie Ihren Kontakten eine kurze Mail mit der Bitte, das Profil zu ergänzen – per Link gelangen die Kontakte direkt zur Bearbeitungsseite.



- **Datenimport:** Liegen Ihnen die Geburtsdaten bereits vor (z. B. aus einem anderen System), können Sie diese ganz einfach per CSV-Datei in Ihre rapidmail Empfängerliste importieren. Stellen Sie aber sicher, dass Ihnen hierfür die Erlaubnis der Abonent:innen vorliegt (z. B. durch eine Checkbox im Buchungsprozess).

Egal für welchen Weg Sie sich entscheiden – sobald das Geburtsdatum im System hinterlegt ist, kann die Automation loslegen.



Jetzt heißt es nur noch: die Geburtstagsgrüße in Szene setzen. Dank der vielen Vorlagen bei rapidmail ist das schnell und einfach gemacht.

## Tipps für ein gelungenes Geburtstagsmailing:

### Freundliche Anrede:

„Alles Gute zum Geburtstag, lieber Max!“



### Persönlicher Bezug:

„Wir würden uns freuen, Sie bald wieder bei uns im Hotel Primavera begrüßen zu dürfen.“

### Kleine Überraschung:

z. B. ein Gutschein oder exklusiver Vorteil

Hi Max,  
Heute ist dein Tag – und wir feiern mit!  
Wir vom Hotel Primavera möchten dir ganz herzlich zum Geburtstag gratulieren und haben eine kleine Überraschung für dich vorbereitet:  
Ein exklusiver 10 % Geburtstagsrabatt für deinen nächsten Aufenthalt!  
Gültig für Buchungen innerhalb der nächsten 7 Tage.

Wir freuen uns auf dich!  
Herzliche Grüße  
Dein Team vom Hotel Primavera

[Jetzt reservieren und sparen](#)

### Genauere Gültigkeit:

„Gutschein ist 7 Tage ab Versand gültig“

### Klarer Call-to-Action:

z. B. Button mit „Jetzt reservieren“ oder „Gutschein einlösen“



[Hotel Kontakt Blog](#)

[About Account Help](#)

© 2025 HOTEL PRIMAVERA. All rights reserved.

[view in browser](#)

[unsubscribe](#)

Kapitel 4

**Lange nichts gehört? Reakti-  
vierung inaktiver Kontakte**

## Lange nichts gehört? Reaktivierung inaktiver Kontakte

Nicht alle Kontakte bleiben dauerhaft aktiv und das ist völlig normal. Manche öffnen Ihre Mails nicht mehr, andere haben vielleicht einfach den Anschluss verloren. Doch das bedeutet nicht, dass diese Kontakte für immer verloren sind. Mit einer cleveren Reaktivierungs-Automation holen Sie sie ganz unkompliziert zurück ins Boot. 

Eine gute Reaktivierung zeigt: „Wir haben dich nicht vergessen und es lohnt sich, mal wieder reinschauen.“ Ob mit einem exklusiven Angebot, einem freundlichen Reminder oder einer kurzen Umfrage: Sie machen inaktiven Abonnent:innen die Rückkehr leicht und sympathisch. Vielleicht liegt auch in Ihrer Kontaktliste noch verborgenes Potenzial – ein kleiner Reminder genügt oft, um die Verbindung wieder aufleben zu lassen.

### Eine Reaktivierungs-Automation lohnt sich besonders, ...



... weil nicht jeder inaktive Kontakt verloren ist – manchmal braucht es nur einen kleinen Stupser.



... um Ihre Empfängerlisten aktuell und aktiv zu halten.



... weil Sie durch Feedback wertvolle Einblicke gewinnen können.



... um mit einem passenden Anreiz neues Interesse zu wecken.

Unser Beispiel: Der Friseursalon Haargenau bemerkt, dass einige Stammkund:innen seit Monaten keine Termine mehr gebucht haben und auch auf Newsletter nicht mehr reagieren. Statt abzuwarten, startet das Team eine Reaktivierungs-Automation mit einem klaren Ziel: Aufmerksamkeit zurückgewinnen – aber auf charmante Weise. 

Mit dieser Automation versende ich



**Geburtstagsgrüße**

Eine sich jährlich wiederholende E-Mail an einem bestimmten Tag.



**Willkommensgrüße an neue Empfänger**

Eine Serie von E-Mails an Empfänger, die sich neu angemeldet haben.



**Eine Terminerinnerung**

Eine Erinnerung an ein bestimmtes Ereignis.



**Den letzten Newsletter an neue Empfänger**

Das zuletzt versendete Mailing an neu angemeldete Empfänger.



**Reaktivierungsmails an inaktive Empfänger**

Eine oder mehrere E-Mails an inaktiv gewordene Empfänger.



**Einen E-Mail Kurs**

Mehrere E-Mails hintereinander an neue Empfänger

ODER



**Etwas Eigenes**

Von null anfangen und etwas Eigenes auf die Beine stellen.

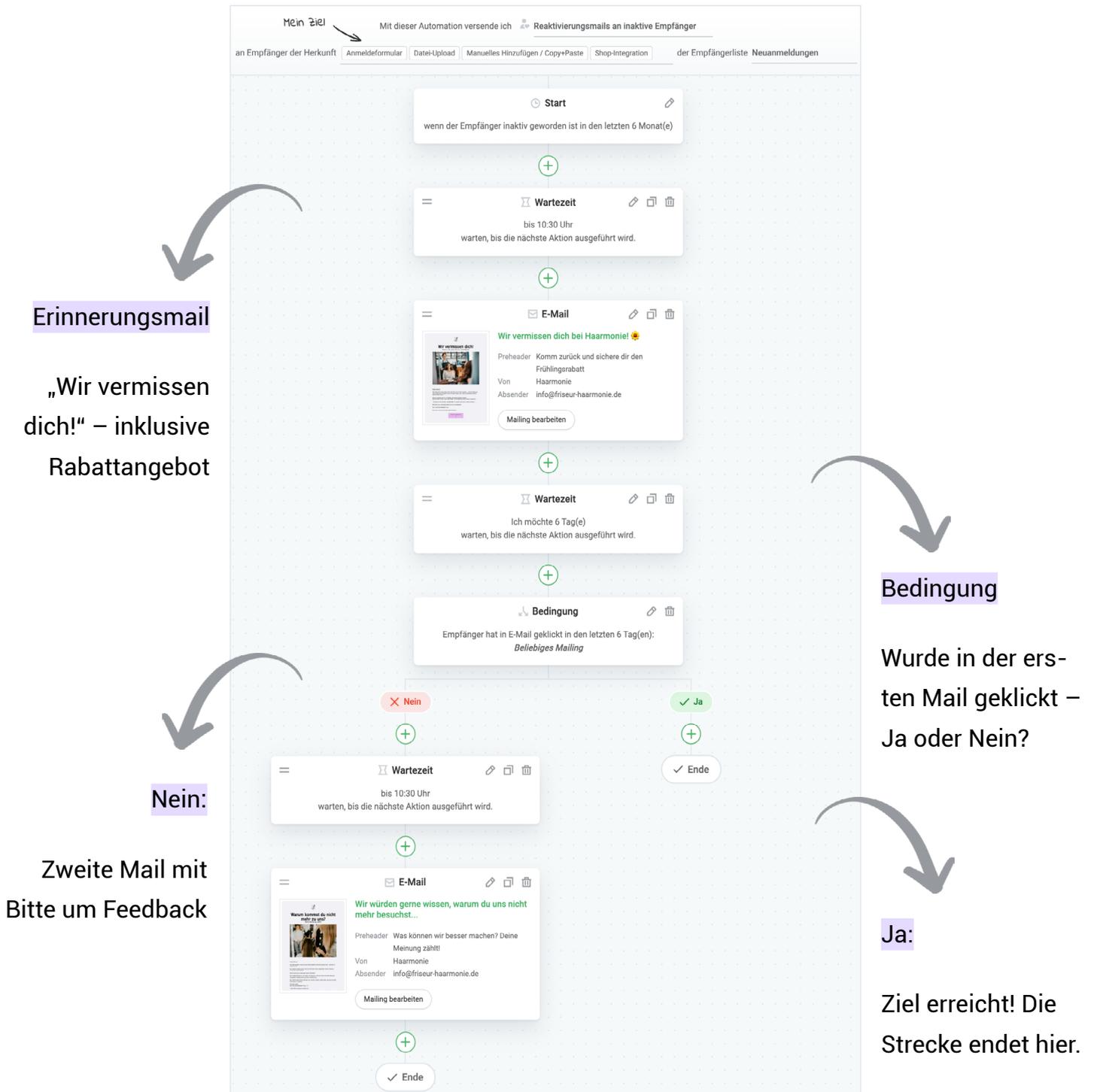
Verlassen
Weiter

Als Basis nutzt Haargenau eine passende Workflow-Vorlage von rapidmail. Die Automation startet automatisch, sobald ein Kontakt länger nicht aktiv war und z. B. sechs Monate lang keine Mails geöffnet hat.

Den Auftakt macht eine freundliche Erinnerung: „Wir vermissen dich!“ – verbunden mit einem exklusiven Angebot für den nächsten Haarschnitt. Klickt die Person in der ersten Mail, ist das Ziel erreicht und sie erhält keine weiteren E-Mails aus dieser Automationsstrecke.

Bleibt die Reaktion aber aus, folgt eine zweite Nachricht: Statt einfach nur nachzuhaken, bittet das Team offen um Feedback. Warum kam es zur Pause? Was würde den Kontakt wieder neugierig machen? Für die Rückmeldung nutzt Haargenau ein externes Umfragetool wie Typeform. In der Mail selbst befindet sich ein klarer Call-to-Action – zum Beispiel: „Jetzt an der kurzen Umfrage teilnehmen“. So landen die Antworten direkt beim Team, sind individuell auswertbar und liefern wertvolle Impulse für künftige Angebote.

## Unsere Reaktivierungsstrecke im Überblick:



Auch bei Ton und Gestaltung bleibt Haargenau persönlich, locker und sympathisch. Die Mails sind so gestaltet, wie man auch im Salon begrüßt wird: offen, freundlich, mit einem Hauch Humor.



## Wir vermissen dich!

Sichere dir jetzt deinen 15% Rabatt



Hallo Maria!

Wir haben dich schon länger nicht mehr bei uns im Salon gesehen – und das finden wir echt schade! Der Frühling ist da, die Sonne kommt raus, und es wird höchste Zeit für einen frischen Look. ✂️

Darum schenken wir dir 15 % Rabatt auf deinen nächsten Termin! Egal ob neuer Schnitt, Farbe oder Pflege – wir bringen dein Haar wieder in Bestform.

👉 Einfach bei der Buchung „HAARMONIE15“ angeben oder diese E-Mail vorzeigen.

Wir freuen uns, dich bald wieder bei uns zu verwöhnen!

Dein SALON HAARMONIE Team

Klick hier und sicher dir deinen Wunschtermin:

[Termin vereinbaren! →](#)

Cut with ♥



Watch this newsletter in your browser  
Recommend newsletter  
Unsubscribe from newsletter



## Warum kommst du nicht mehr zu uns?

Deine Meinung zählt!



Hallo Maria!

Wir haben gesehen, dass du unser tolles Angebot noch nicht genutzt hast – und das ist völlig okay! 😊

Wir möchten einfach wissen: Was hat dich bisher davon abgehalten, deinen nächsten Termin bei uns zu buchen?

Dürfen wir dich um 30 Sekunden deiner Zeit bitten?

Dein Feedback in unserer kurzen Umfrage hilft uns, uns weiter zu verbessern und noch besser auf deine Wünsche einzugehen. Völlig anonym und ohne Verpflichtung.

Wir schätzen deine Zeit und freuen uns, von dir zu hören. Vielen Dank, dass du uns hilfst, noch besser zu werden!

Herzliche Grüße  
Dein SALON HAARMONIE Team 🌸✂️

[JETZT AN UMFRAGE TEILNEHMEN](#)

Cut with ♥



Watch this newsletter in your browser  
Recommend newsletter  
Unsubscribe from newsletter

Einmal eingerichtet, läuft der Workflow automatisch für alle inaktiven Kontakte und bringt so Kund:innen ganz von allein wieder zurück in den Friseurstuhl. 😎✂️

Eine Reaktivierungs-Automation ist ein kleiner Reminder, der Großes bewirken kann und ein schöner Beweis dafür, wie wertvoll gut gemachte Automationen auch nach der ersten Kontaktphase sind. Ihre stillen Kontakte freuen sich über ein Lebenszeichen – und Sie freuen sich über frischen Schwung in der Kontaktliste.

Kapitel 5

**Dranbleiben: Automatisierte  
Erinnerungen versenden**

## Dranbleiben: Automatisierte Erinnerungen versenden

Ob Friseurtermin, Kontrolluntersuchung oder Reifenwechsel – pünktlich erinnert zu werden, ist für viele Kund:innen Gold wert. Gleichzeitig entlastet es Ihr Team, wenn nicht jedes Mal manuell nachgehakt werden muss. **Mit automatisierten Terminerinnerungen behalten Sie alles im Blick – ideal für Unternehmen, die regelmäßig Termine vergeben oder Veranstaltungen planen:** Arztpraxen, NGOs, Friseursalons, Kfz-Werkstätten, Beratungsstellen oder auch Reiseanbieter. Sie alle profitieren von rechtzeitigen Terminerinnerungen für Kund:innen.

### Automatisierte Terminerinnerungen sind besonders wertvoll, denn ...



... sie reduzieren verpasste Termine und damit auch Ausfallkosten.



... sie stärken das Vertrauen in Ihre Organisation durch gute Planung und Verlässlichkeit.



... sie entlasten Ihr Team und verbessern gleichzeitig den Service.

Unser Beispiel: Die Kfz-Werkstatt Müller möchte ihre Kund:innen zuverlässig an anstehende Reifenwechsel-Termine erinnern – bisher musste jemand jedes Mal händisch hinterhertelefonieren. Das soll sich jetzt ändern. Stattdessen setzt die Werkstatt jetzt auf automatisierte Erinnerungsmails, die zur richtigen Zeit im Postfach landen. So bleiben wichtige Termine im Blick und die Werkstattorganisation wird spürbar entlastet.

Dafür nutzt der KFZ-Betrieb Müller die passende Terminerinnerung Workflow-Vorlage von rapidmail. Die Vorlage ist so aufgebaut, dass sie automatisch zur richtigen Zeit aktiv wird, ohne dass das Werkstatt-Team jedes Mal selbst daran denken muss. Einmal eingerichtet, läuft der Ablauf für jeden anstehenden Reifenwechseltermin ganz von allein – zuverlässig und pünktlich.

Mit dieser Automation versende ich

 <b>Geburtstagsgrüße</b> Eine sich jährlich wiederholende E-Mail an einem bestimmten Tag.	 <b>Willkommensgrüße an neue Empfänger</b> Eine Serie von E-Mails an Empfänger, die sich neu angemeldet haben.	 <b>Eine Terminerinnerung</b> Eine Erinnerung an ein bestimmtes Ereignis.
 <b>Den letzten Newsletter an neue Empfänger</b> Das zuletzt versendete Mailing an neu angemeldete Empfänger.	 <b>Reaktivierungsmails an inaktive Empfänger</b> Eine oder mehrere E-Mails an inaktiv gewordene Empfänger.	 <b>Einen E-Mail Kurs</b> Mehrere E-Mails hintereinander an neue Empfänger

ODER

 <b>Etwas Eigenes</b> Von null anfangen und etwas Eigenes auf die Beine stellen.
---

Verlassen Weiter

Der KFZ-Betrieb Müller hat seine Terminliste im Griff: Alle Kund:innen, die über ein Formular einen Servicetermin vereinbart oder telefonisch einen Eintrag im System erhalten haben, werden erfasst. Das relevante Termindatum – zum Beispiel für einen anstehenden Reifenwechsel – wird als eigenes Feld (z. B. „Extra 1“) in der Empfängerliste hinterlegt. Dieses Feld dient als Auslöser für den automatischen Versand der Erinnerungsmailings. So ist sichergestellt, dass keine Termine vergessen werden – egal ob es um die Hauptuntersuchung, einen Ölwechsel oder einen saisonalen Reifenwechsel geht.

Damit das reibungslos funktioniert, muss das jeweilige Datum zuverlässig im System landen. Dafür gibt es mehrere Wege:

- **CSV-Import:** Wenn Sie Termine in einem externen System pflegen, können Sie diese regelmäßig als CSV-Datei exportieren und in rapidmail importieren.
- **Manuelle Pflege:** Bei geringerem Volumen reicht es, neue Termine direkt im Empfängerprofil einzutragen – zum Beispiel im Feld „Extra 1“.

- **Anmeldeformular:** Binden Sie bei der Terminbuchung ein Formular von rapidmail ein, in dem das gewünschte Datum gleich miterfasst wird.
- **Schnittstelle/API:** Bei größeren Datenmengen oder komplexeren Systemen kann auch eine automatische Übergabe über eine API sinnvoll sein – hier ist allerdings etwas technischer Aufwand gefragt.



## rapidtipp

Wenn verschiedene Arten von Terminen versendet werden sollen – etwa Servicetermine und separate Reifenwechsel – empfiehlt es sich, für jede Terminart ein eigenes Feld in der Empfängerliste zu nutzen. Zum Beispiel: „Extra 1“ für das Datum des Reifenwechsels und „Extra 2“ für die dazugehörige Uhrzeit. Für Servicetermine könnten entsprechend „Extra 3“ und „Extra 4“ verwendet werden. So lässt sich jeder Workflow gezielt steuern – mit eigenen Auslösern und individuell angepassten Erinnerungsmails.

Das hat zwei Vorteile: Zum einen behalten Sie in Ihrer Empfängerliste den Überblick über unterschiedliche Terminarten. Zum anderen können Sie Ihre Erinnerungen nicht nur inhaltlich passend gestalten, sondern auch exakt timen – etwa so, dass eine Mail immer genau 24 Stunden vor einem Termin um 15 Uhr verschickt wird.

 **Empfänger** ● Aktiv ▼

Hinzugefügt: 03.06.2025

**Neuanmeldungen**

E-Mail-Adresse

Stichworte

Sendeformat 



Design-Format  
HTML



Text-Format  
text

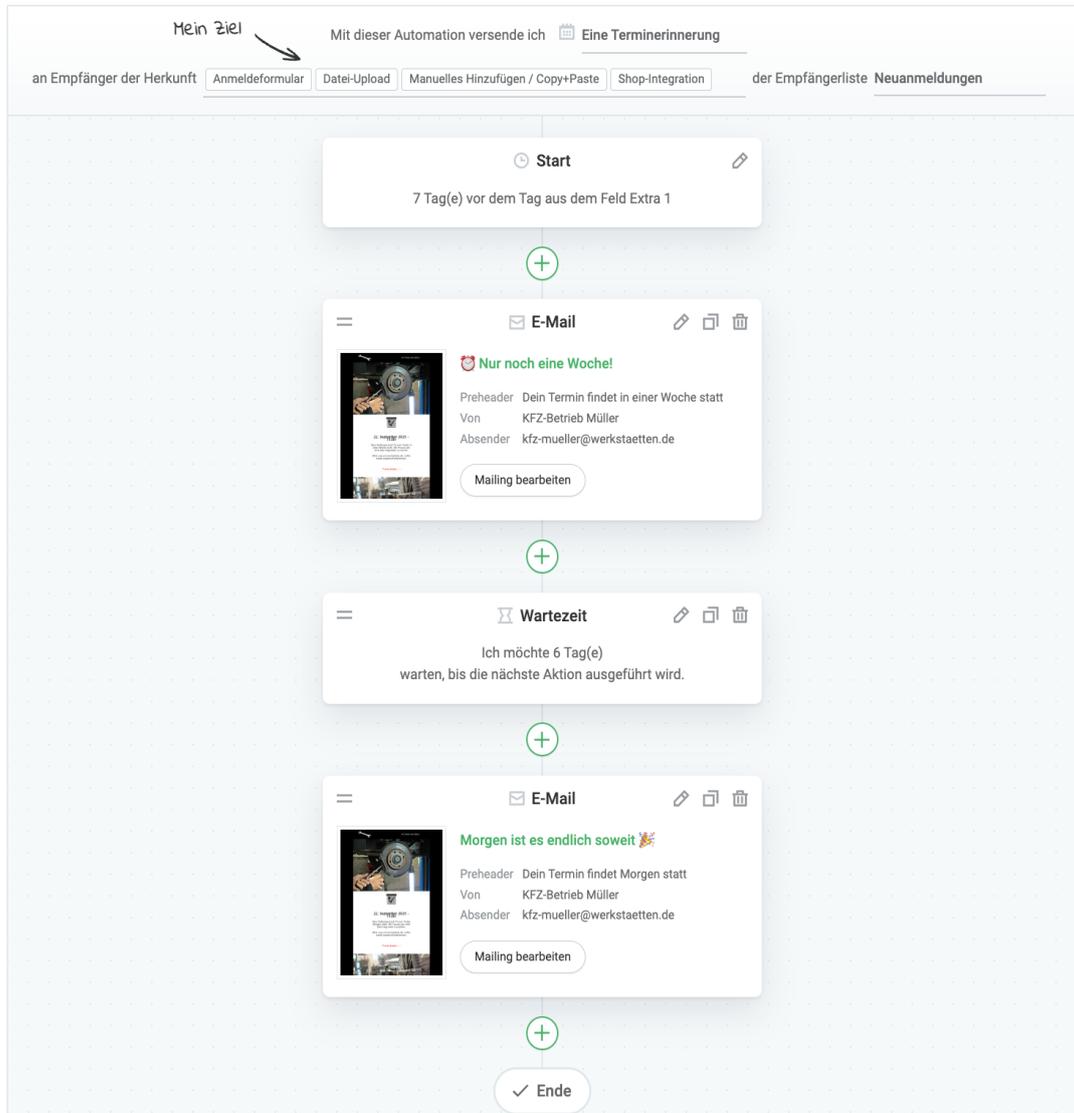
 **Extra Felder**

Extra 1 (extra 1)

Extra 2 (extra 2)

Hier sehen Sie den Termin in den Feldern Extra 1 und Extra 2 aufgeteilt.

In der Workflow-Vorlage sind bereits zwei Erinnerungsmails vorgesehen: Eine Nachricht wird sieben Tage vor dem Termin verschickt, die zweite folgt einen Tag vorher. Die zeitlichen Abstände lassen sich bei Bedarf individuell anpassen – zum Beispiel, wenn für bestimmte Leistungen frühere oder häufigere Hinweise sinnvoll sind. Auch weitere Erinnerungen können bei Bedarf ergänzt werden.



Die Texte der Erinnerungsmails werden direkt in der Automationsstrecke angepasst. Der KFZ-Betrieb Müller hält den Ton freundlich und klar – mit allen wichtigen Informationen zum bevorstehenden Termin sowie einem Link oder Hinweis zur Kontaktaufnahme, falls etwas geändert werden muss.

Der konkrete Termin wird dabei ganz einfach über eine Variable eingefügt: In der E-Mail selbst wird von der Werkstatt im Textfeld für Kundendaten beispielsweise dann das Feld „Extra 1“ verwendet. So erscheint automatisch das hinterlegte Datum im Mailing – ganz frei von manueller Anpassung.

Auf Wunsch lässt sich auch eine ergänzende Uhrzeit einfügen, etwa über „Extra 2“. Ganz schön praktisch, oder? 😎

Spalte 2

Format | Anrede | Kundendaten | Allgemeine Daten | ← | →

PLZ  
Ihr Zeichen  
extra 1  
extra 2  
extra 3  
extra 4  
extra 5

Dein Reifenwechsel | Wir freuen

Bitte sag uns rechtzeitig ab, sollte etwas dazwischenkommen.

Lucida Sans Unicode | 18 | Zeilenabstand | I<sub>x</sub>

Link einfügen/editieren | Link entfernen | abc

Format | Anrede | Kundendaten | Allgemeine Daten | ← | →

**{%extra1} – {%extra2}**

Dein Reifenwechsel-Termin findet in einer Woche statt. Wir freuen uns dich bald begrüßen zu dürfen.

Bitte sag uns rechtzeitig ab, sollte etwas dazwischenkommen.

Von nun an erinnert das System zuverlässig an alle kommenden Werkstattbesuche und das ohne zusätzliches Zutun des Teams. 🕒🔧

## Termine im Blick behalten – die zwei Terminerinnerungsmails aus unsere Beispielstrecke:


KFZ Werkstatt Müller





**22. September 2025**  
**15Uhr**

Dein Reifenwechsel-Termin findet in einer Woche statt. Wir freuen uns dich bald begrüßen zu dürfen.

Bitte sag uns rechtzeitig ab, sollte etwas dazwischenkommen.

[Termin ändern](#) →





Webview  
Recommend newsletter  
Unsubscribe from newsletter


KFZ Werkstatt Müller





**22. September 2025**  
**15Uhr**

Dein Reifenwechsel-Termin findet Morgen statt. Wir freuen uns dich bald begrüßen zu dürfen.

Bitte sag uns rechtzeitig ab, sollte etwas dazwischenkommen.

[Termin ändern](#) →





Webview  
Recommend newsletter  
Unsubscribe from newsletter

Kapitel 6

**Immer up to date:  
Automatisierter Versand des  
letzten Newsletters**

## Immer up to date: Automatisierter Versand des letzten Newsletters

Wer sich neu für Ihren Newsletter anmeldet, möchte am liebsten sofort mitle-  
sen. Doch was, wenn der letzte Versand schon ein paar Tage zurückliegt und der  
nächste noch auf sich warten lässt? Mit einer passenden Automation können Sie  
genau diese Lücke elegant überbrücken: **Der zuletzt verschickte Newsletter wird  
automatisch an neue Kontakte weitergeleitet. So sind alle sofort im Bilde.**

Gerade dann, wenn Ihr Newsletter aktuelle Informationen, Veranstaltungsdaten  
oder Aktionen enthält, lohnt sich dieser Schritt besonders. Neue Abonnent:innen  
fühlen sich direkt eingebunden – statt nach der Anmeldung erstmal Funkstille  
zu erleben.

### Nutzen Sie den automatisierten Versand des letzten Newsletters, um ...



... neuen Kontakten sofort einen ersten inhaltlichen Eindruck zu geben.



... lange Pausen zwischen Anmeldung und erster Info zu vermeiden.



... Ihre Inhalte länger sichtbar zu halten – auch nach dem eigentlichen Ver-  
sanddatum.



... Ihre Mailings effizienter zu nutzen und mehr aus jedem Newsletter her-  
auszuholen.

Unser Beispiel: Der gemeinnützige Verein für Umweltbildung verschickt regel-  
mäßig einen Newsletter mit Infos zu aktuellen Projekten, Veranstaltungstipps  
und Mitmachaktionen. Doch was passiert mit neuen Unterstützer:innen, die sich  
kurz nach dem Versand anmelden? Damit sie nicht bis zur nächsten Ausgabe  
warten müssen, setzt der Verein auf eine Automation, die ihnen den zuletzt ver-  
schickten Newsletter automatisch nach der Anmeldung zusendet.

Die technische Grundlage bildet eine passende Workflow-Vorlage von rapidmail, die sich ganz einfach an die eigene Empfängerliste anpassen lässt. Eine kurze Wartezeit von ein bis zwei Stunden sorgt dafür, dass neue Kontakte nicht direkt nach der Willkommensmail noch eine zweite Nachricht erhalten. Danach landet der letzte Newsletter ganz automatisch im Postfach der neuen Abonnent:innen – fertig!

Mit dieser Automation versende ich

 <b>Geburtstagsgrüße</b> Eine sich jährlich wiederholende E-Mail an einem bestimmten Tag.	 <b>Willkommensgrüße an neue Empfänger</b> Eine Serie von E-Mails an Empfänger, die sich neu angemeldet haben.	 <b>Eine Terminerinnerung</b> Eine Erinnerung an ein bestimmtes Ereignis.
 <b>Den letzten Newsletter an neue Empfänger</b> Das zuletzt versendete Mailing an neu angemeldete Empfänger.	 <b>Reaktivierungsmails an inaktive Empfänger</b> Eine oder mehrere E-Mails an inaktiv gewordene Empfänger.	 <b>Einen E-Mail Kurs</b> Mehrere E-Mails hintereinander an neue Empfänger.

ODER

 <b>Etwas Eigenes</b> Von null anfangen und etwas Eigenes auf die Beine stellen.
---

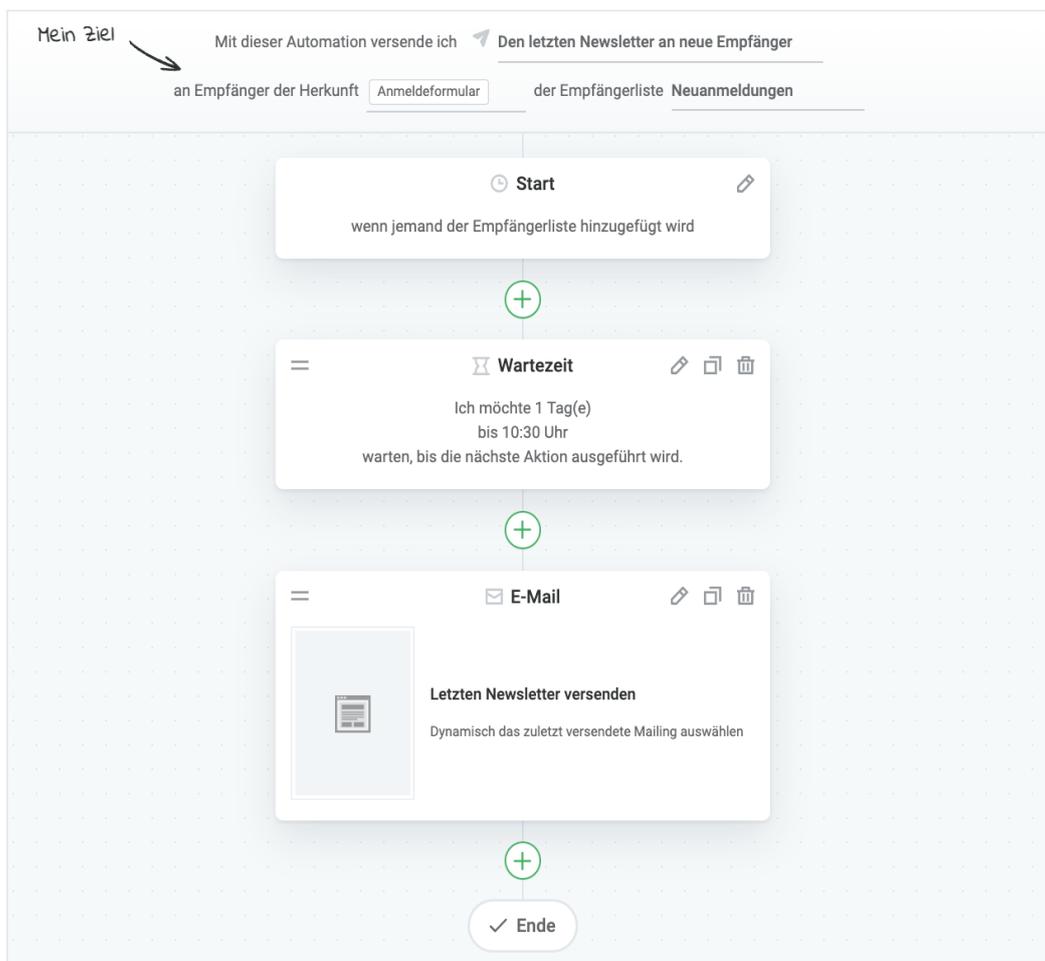
Verlassen Weiter



## rapidtipp

Achten Sie darauf, ob Ihr zuletzt versendeter Newsletter thematisch an ein bestimmtes Ereignis geknüpft ist (z. B. Weihnachten oder Ostern). Ein späterer Versand könnte dann unpassend wirken. In solchen Fällen können Sie die Automation einfach vorübergehend pausieren.

Das Ergebnis: Neue Unterstützer:innen fühlen sich direkt gut informiert und eingebunden – und der Verein nutzt seine Inhalte effizient weiter, statt sie nur einmalig zu verschicken.



Ein smarter Helfer für alle, die regelmäßig versenden und gleichzeitig neue Kontakte nicht warten lassen wollen. Probieren Sie es selbst aus: Ihre letzten Newsletter haben mehr Potenzial, als Sie denken. 🚀

Kapitel 7

**Ihr Ziel, Ihre Strecke: Eigene  
Automationen erstellen**

## Ihr Ziel, Ihre Strecke: Eigene Automationen erstellen

Manchmal braucht es mehr als eine Standardvorlage. Wenn Sie Ihre Kontakte ganz gezielt und abhängig von ihrem Verhalten ansprechen möchten, ist eine individuell aufgebaute Automation genau das Richtige. Die Option „Etwas Eigenes“ von rapidmail bietet volle kreative Freiheit – perfekt, um automatisierte Strecken zu gestalten, die exakt zu Ihrem Angebot und Ihrer Zielgruppe passen. 🎯

Ob Willkommensstrecke, Upselling oder Kundenbindung – mit frei kombinierbaren Elementen wie Bedingungen, Zeitverzögerungen oder mehreren Pfaden lässt sich nahezu jeder Kommunikationswunsch abbilden. Und das Beste: Einmal eingerichtet, läuft die Strecke automatisch, aber fühlt sich für Ihre Kontakte trotzdem individuell und persönlich an.

### Es lohnt sich, eigene Automationen zu erstellen, weil ...



... jede Nachricht individuell auf das Verhalten der Kontakte abgestimmt wird.



... zum richtigen Zeitpunkt genau die passende Information geliefert wird..



... personalisierte Willkommens- oder Folge-Strecken flexibel gestaltet werden können.

Unser Beispiel: Das Yoga-Studio Balance möchte neue Interessent:innen nicht nur willkommen heißen, sondern gezielt weiterführen – je nachdem, wie aktiv sie sich nach der Anmeldung zeigen. Dafür setzt das Team auf eine individuell gestaltete Automationsstrecke mit einem einfachen, aber effektiven Aufbau.

Mit dieser Automation versende ich



**Geburtstagsgrüße**

Eine sich jährlich wiederholende E-Mail an einem bestimmten Tag.



**Willkommensgrüße an neue Empfänger**

Eine Serie von E-Mails an Empfänger, die sich neu angemeldet haben.



**Eine Terminerinnerung**

Eine Erinnerung an ein bestimmtes Ereignis.



**Den letzten Newsletter an neue Empfänger**

Das zuletzt versendete Mailing an neu angemeldete Empfänger.



**Reaktivierungsmails an inaktive Empfänger**

Eine oder mehrere E-Mails an inaktiv gewordene Empfänger.



**Einen E-Mail Kurs**

Mehrere E-Mails hintereinander an neue Empfänger

ODER

 **Etwas Eigenes**  
 Von null anfangen und etwas Eigenes auf die Beine stellen.

Verlassen
Weiter

Im rapidmail Anmeldeformular wird direkt abgefragt, ob neue Kontakte an Kursen interessiert sind. Wird diese Option ausgewählt, landet die Info automatisch im Feld „Extra 1“. Auf dieser Basis erstellt das Studio ein Segment mit dem Titel Interesse an Kursen – und versendet nur an diese Kontakte den passenden Automations-Workflow.

Neuanmeldungen » Segment bearbeiten (Interesse an Kursen)

Bedingungen verwalten Segment umbenennen

---

**Bedingung hinzufügen**

Extra 1 (extra 1) gleich (=) Ja, ich habe Interesse an Kursen Hinzufügen

---

Mit dieser Automation versende ich Etwas Eigenes

an Empfänger der Empfängerliste **Neuanmeldungen**

Diese Automation betrifft nur einen Teil der Empfängerliste wenn sie sich in einem dieser Segmente befinden oder eines der Stichworte enthalten:

**Stichworte** **Segment**

Stichwort hinzufügen Interesse an Kursen x

Es werden nur Empfänger dieser Herkunft berücksichtigt: Alle

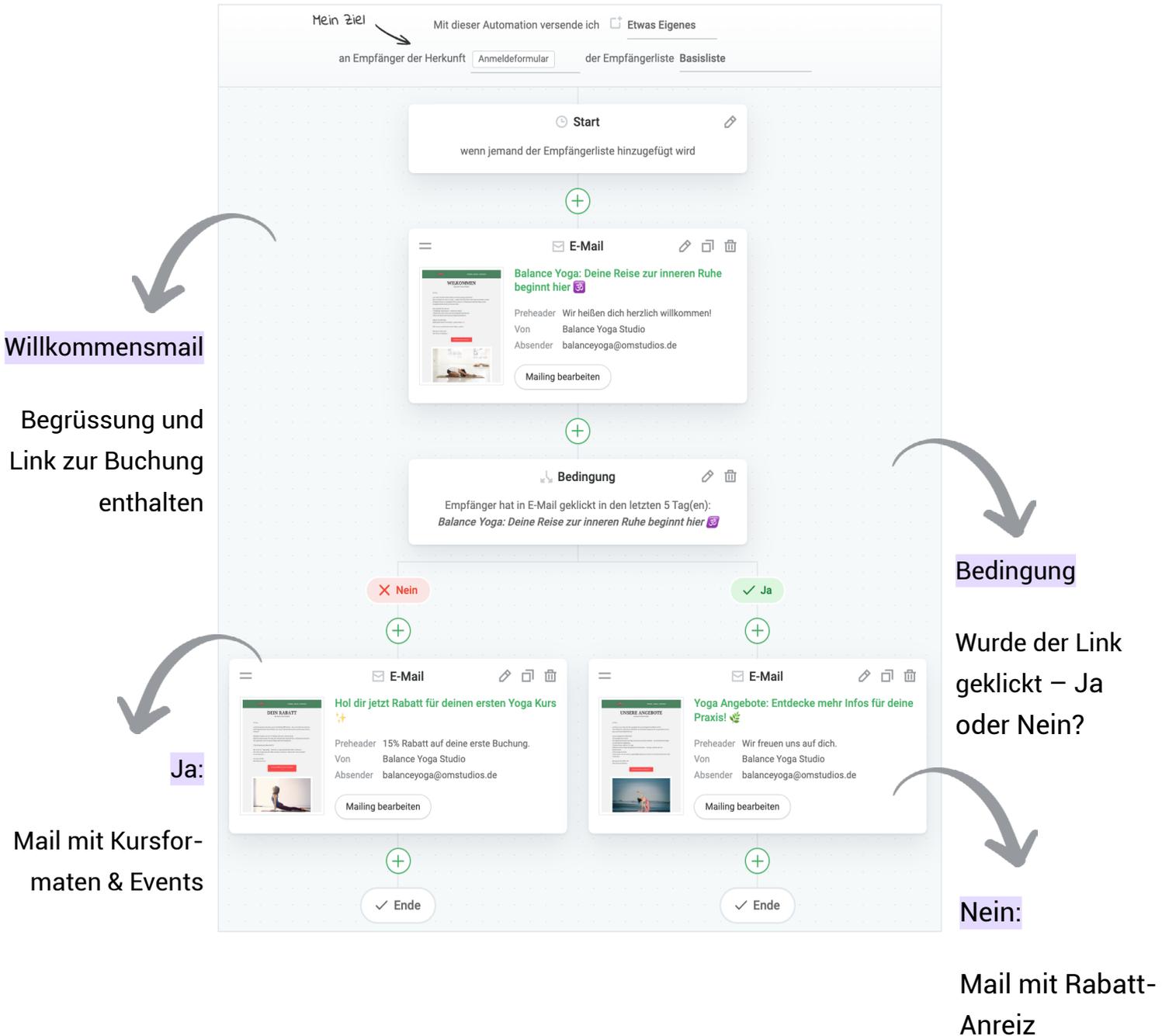
Zurück
Weiter

So können Sie ein eigenes Empfänger-Segment in rapidmail anlegen.

Im Beispiel des Balance Yoga Studios sieht das so aus:

- **Willkommensmail:** Herzlicher Einstieg mit Einladung zur Buchung erster Kurse. Anschließend prüft eine Bedingung, ob der enthaltene Link angeklickt wurde – wichtig: Es sollte nur ein Link enthalten sein, damit die Bedingung korrekt greift.
- **Bei Klick** folgt eine zweite Mail mit vertiefenden Infos: Das Studio stellt darin verschiedene Kursformate, Events und Trainingsmöglichkeiten vor – perfekt für alle, die sich aktiv informieren möchten.
- **Ohne Klick** wird stattdessen eine alternative Mail versendet, die mit einem kleinen Anreiz arbeitet: einem 15 %-Willkommensrabatt auf die erste Buchung.

## So sieht eine individuelle Automationsstrecke aus:



Auch diese Strecke lässt sich bei Bedarf flexibel erweitern – zum Beispiel mit zusätzlichen Bedingungen, etwa ob die zweite Mail geöffnet wurde. So entsteht mit wenigen Elementen eine dynamische Willkommensstrecke, die automatisch auf das Verhalten der neuen Kontakte reagiert und dabei persönlich bleibt. 🧘

+ Schritt hinzufügen

E-Mail    Wartezeit    **Bedingung**

Ablauf der Automation teilen, wenn diese Bedingungen zutreffen:

Empfänger hat in E-Mail geklickt

**Bestimmtes Mailing**  
im nächsten Schritt auswählen

Beliebiges Mailing  
das an diese versendet wurde

in den letzten 5 Tag(e)

Individuelle Automationen sind ideal, wenn Sie mehr möchten als „eine Mail für alle“. Sie ermöglichen echte Relevanz, sparen langfristig Zeit und machen Ihre Kommunikation gleichzeitig persönlicher. Probieren Sie's aus – es lohnt sich.

## Automation im Posteingang – zwei Beispielmails:

STUDIO | BLOG | CONTACT

### WILLKOMMEN

BALANCE YOGA STUDIO

Hi Max,

wie schön, dass Du Teil der Balance-Community geworden bist!  
Bei uns findest Du nicht nur Yoga – sondern Raum für Dich selbst. Egal ob Anfänger:in oder Fortgeschrittener: wir begleiten Dich achtsam auf Deinem persönlichen Weg zu mehr Ausgeglichenheit, Kraft und innerer Ruhe.

Das erwartet Dich bei uns:

- 🌿 Vielfältige Yoga-Klassen – online & im Studio
- 🌿 Erfahrene Lehrer:innen, die Dich individuell unterstützen
- 🌿 Eine herzliche Community und inspirierende Events

Tipp für den Einstieg:  
Buche gleich Deine erste Klasse – ganz einfach [hier!](#)

Wir freuen uns, Dich bald auf der Matte zu sehen!

Namasté und bis bald  
Dein Team von Balance

Entdecke unsere Kurse →






Balance Yoga Studio

Copyright 2025

Webansicht / Webview
Abmelden / Unsubscribe

STUDIO | BLOG | CONTACT

### DEIN RABATT

BALANCE YOGA STUDIO

Hi Max,

wir haben gesehen, dass Du unsere erste Mail erhalten – aber noch nicht den nächsten Schritt gemacht hast. Kein Problem, wir wissen: Manchmal braucht es einfach einen kleinen Anstoß 🌿

Deshalb schenken wir Dir 15% Rabatt auf Deine erste Buchung!  
Egal ob entspannendes Yin Yoga oder aktivierender Vinyasa Flow – bei Balance findest Du den passenden Kurs für Deinen Alltag und Dein Energielevel.

📌 Dein Rabattcode: **BALANCE15**

Der Code ist 7 Tage gültig – ideal also, um ganz bald auf die Matte zu kommen.  
Wenn Du Fragen hast oder Hilfe brauchst, schreib uns einfach. Wir freuen uns, Dich kennenzulernen!

Herzliche Grüße  
Dein Balance-Team

Kurs auswählen & mit 15% starten →






Balance Yoga Studio

Copyright 2025

Webansicht / Webview
Abmelden / Unsubscribe

Fazit

**Jetzt sind Sie dran:  
Bereit, mit Automationen  
durchzustarten!**

## Jetzt sind Sie dran: Bereit, mit Automationen durchzustrarten!

Nutzen Sie Ihre neu gewonnenen Erkenntnisse und beginnen Sie damit, Ihre ersten E-Mail-Automationen zu erstellen. Willkommensmails sind immer ein hervorragender Einstieg, um Ihre Empfänger:innen direkt mit wertvollen Informationen zu versorgen. Sie werden bald merken, wie viel Zeit Sie sparen und wie Sie Ihre Empfänger:innen gezielter ansprechen können.

Sollten Sie doch einmal Probleme beim Erstellen und Versenden von Automations-Mails haben, steht Ihnen unser großartiges Support-Team gerne mit Rat und Tat zur Seite – telefonisch und per Ticket.

Viel Spaß beim Ausprobieren! 🙌

[Jetzt Automationen anlegen](#)

Lust auf mehr spannende E-Mail-Marketing Tipps?

Folgen Sie uns:

