



MEDIENINFORMATION

## **Vorher wissen, was richtig ankommt: ReachAd launcht automatisierten Spamcheck für E-Mail-Kampagnen**

*Prüfen des Spam-Risikos noch vor dem Versand einer Nachricht / Detaillierte Aussagen über Punkte, die aktiv geändert werden müssen*

**München, 28. Februar 2017**\_\_ E-Mail-Kampagne geplant, Newsletter designt, und dann erreicht ein Großteil der verschickten Nachrichten gar nicht die Inbox. Nichts ist ärgerlicher für Werbetreibende als E-Mails, die im Spam-Ordner landen. Um die Anzahl dieser Fehlleitungen konsequent zu reduzieren, bietet ReachAd, unabhängiger Online-Vermarkter und Full-Service-Agentur für Display-Advertising, E-Mail-Marketing, Mobile-Marketing und Performance-Marketing, seinen Kunden künftig einen besonderen Service: die ReachAd SpamDetection. Hinter dem neuen Tool verbirgt sich ein automatisierter Check, der potenzielle Spam-Faktoren noch vor dem Verschicken erkennt.

„In unserer täglichen Arbeit mit und für unsere Kunden haben wir gesehen, dass der bisherige Spamcheck nicht ausreichend war. Unserer Einschätzung nach werden oft bis zur Hälfte aller versendeten E-Mail-Newsletter nicht korrekt zugestellt, sondern landen im Spam-Ordner anstatt in der Inbox“, erklärt Karl Ott, CEO von ReachAd. „Hier schaffen wir mit unserer SpamDetection Abhilfe und können zudem konkrete Gründe liefern.“

Anhand der SpamDetection können Werbetreibende noch vor dem Versand einer E-Mail den Spam-Status ihrer Nachricht prüfen. „Nicht immer liegt eine mangelhafte Zustellung nur an den Spam-Filtern der Server-Betreiber“, erklärt Karl Ott. „E-Mail-Marketing ist nicht nur ein kreativer, sondern auch ein technischer Bereich. Wenn hier Design und Layout bereits auf fehlerhaften Templates aufbauen, kann es schnell zu einem erhöhten Spam-Potenzial kommen.“

Das Tool testet neben dem eigentlichen E-Mail-Template auch die zugehörige Betreff-Zeile der E-Mail, zum Beispiel auf den Einsatz von Versalien. Unter anderem werden für die richtige Zustellung relevante Elemente wie der HTML-Code, die Textversion des HTML-Codes, Buzzwords sowie die Übereinstimmung von Absender und Domain, Sonderzeichen oder Text-Bild-Schere genau analysiert. Kunden, die die neue SpamDetection von ReachAd nutzen, erhalten einen übersichtlichen Status-Report. Während der sogenannte Spamscore auch den Versandserver checkt, geht die Spamanalyse etwas mehr in die Tiefe und weist detailliert aus, welche Punkte geändert werden müssen, um das Spam-Risiko zu reduzieren. Erste Ergebnisse sprechen für sich: So ließ sich das Spam-Potenzial bei ausgewählten Testkampagnen um bis zu 75 Prozent reduzieren.



## **Über die ReachAd GmbH**

ReachAd ist ein unabhängiger Online-Vermarkter und Full-Service-Agentur für Display-Advertising, E-Mail-Marketing, Mobile-Marketing und Performance-Marketing. Die zu den führenden europäischen Unternehmen im digitalen Marketing gehörende Agentur unterstützt Kunden effizient und erfolgreich bei der Entwicklung, Umsetzung und der Aussteuerung von globalen Kampagnen über alle digitalen Kommunikationskanäle. ReachAd verfügt über einen exklusiven Pool an reichweitenstarken Publishern in einem internationalen Netzwerk.

Weitere Informationen unter [www.ReachAd.de](http://www.ReachAd.de)