

# Der XQ:FrequenzOptimierer hilft Versendern, die optimale globale Versendefrequenz zu berechnen.

## Einflussfaktoren

Die Frage nach der besten E-Mail-Frequenz ist so alt wie das E-Mail-Marketing. So interessant wie die Frage ist aber auch das Fehlen belastbarer Antworten und geeigneter Werkzeuge für die Bestimmung der optimalen E-Mail-Frequenz. Eine einfache Antwort kann es nämlich nicht geben, denn zu viele Faktoren beeinflussen die optimale Frequenz. Mit einer Analyse der Daten tausender Versendungen konnten die folgenden relevanten Einflussfaktoren extrahiert werden:

### Ziele

Je nach Situation kann das Ziel die Maximierung der absoluten Anzahl Öffnungen, Klicks oder Abverkäufe sein.

### Abmeldungen

Erhöhte Versendefrequenzen führen zu mehr Abmeldungen, und zu hoher Werbedruck gehört zu den am häufigsten genannten Abmeldegründen. Durch zu hohe Frequenz induzierte, also vermeidbare Abmeldungen sind vor allem mittel- bis langfristig eine ernste Herausforderung, da die restliche Customer Lifetime dieser Adressen „verbrannt“ wird. Für die Bestimmung der optimalen Versendefrequenz muss bekannt sein, wie stark und in welcher Art Frequenz und Abmeldungen zusammenhängen.

### Zeithorizont und Abzinsung

Der Planungshorizont des Versenders hat erheblichen Einfluss auf die optimale Frequenz. Will ein Versender seine Ziele z.B. in den nächsten 18 Monaten maximieren, unabhängig davon, wie groß der Abschmelzeffekt des Verteilers ist, dann ergibt sich eine viele höhere optimale Frequenz als bei längeren Zeithorizonten. Des Weiteren müssen zukünftige Öffnungen, Klicks und Umsätze abgezinst werden – in anderen Worten: eine z.B. in 12 Monaten erzielte Conversion von 100 EUR ist heute weniger als 100 EUR wert aufgrund von Inflation, Geschäftsrisiken usw.

### Listenermüdung

Öffnungs-, Klick- und Conversion-Raten sinken bei steigender Versendefrequenz. Entscheidend ist, wie schnell und mit welcher Charakteristik die Responseraten erodieren. Je schneller eine Liste ermüdet, umso weniger lohnt es sich, häufiger zu versenden. Sinkende Response ist natürlich nicht nur ein Ergebnis höherer Frequenz, sondern wird in hohem Maße auch durch die Relevanz der Angebote beeinflusst.

### Bounce-Deaktivierungen und Spamblocks

Mehr Versendungen führen zu mehr Bounces, und ab einer bestimmten Anzahl Bounces werden E-Mail-Adressen deaktiviert. Eine erhöhte E-Mail-Frequenz verstärkt also den Abschmelzeffekt des E-Mail-Verteilers. Ein weiterer sekundärer Abschmelzeffekt sind Empfänger, die statt sich abzumelden, den Versender als „Spam“ markieren. Wird die Versendefrequenz erhöht, und dann wieder gesenkt, dann erreicht man deswegen in der Regel nicht mehr das ursprüngliche Response-Niveau, da ein Teil der E-Mails in Spam-Ordern der Empfänger landen.

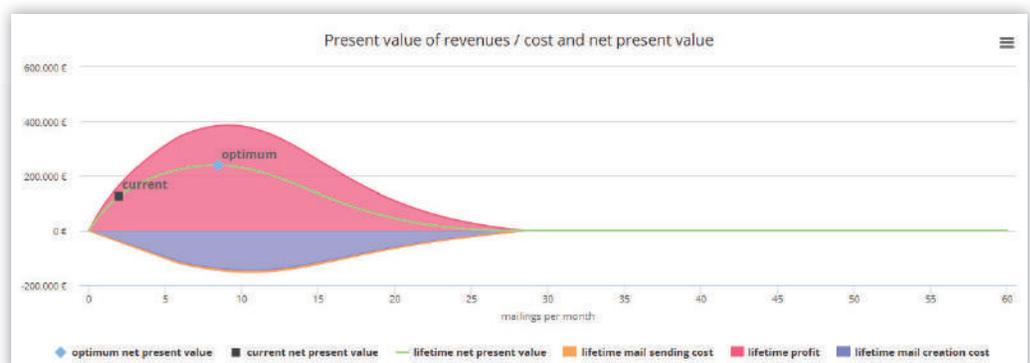
### Kosten und Deckungsbeiträge

Mit jedem zusätzlichen Versand entstehen E-Mail-Erstellungs- und Versandkosten. Werden diese höher als der zusätzliche Deckungsbeitrag (Erträge aus Conversions), dann ist die optimale Frequenz überschritten.

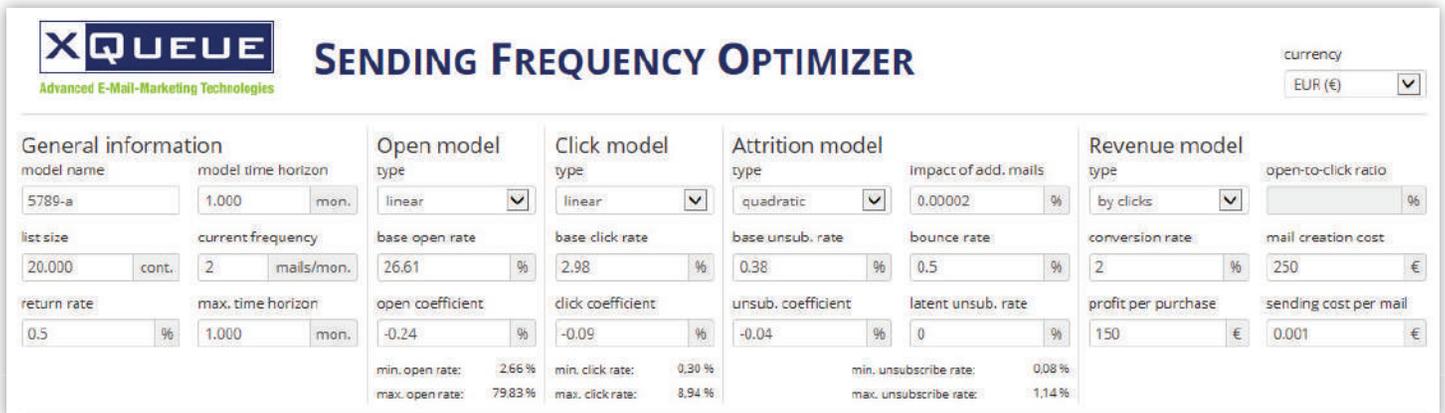
## XQ:FrequenzOptimierer

Der XQ:FrequenzOptimierer ist als mathematisches Modell entwickelt, das auf Basis der oben aufgeführten Einflussfaktoren die optimale Frequenz berechnet. Die Einflussfaktoren können in der Regel mit wenigen Testversendungen gemessen oder hinreichend genau geschätzt werden. Als Ergebnis liefert der XQ:FrequenzOptimierer eine ganze Reihe an Metriken und Diagrammen zur Analyse des Einflusses verschiedener Frequenzen auf die Ziele, und zur Bestimmung der optimalen Versendefrequenz.

Als positiver Nebeneffekt berechnet das Modell auch den monetären Wert des E-Mail-Verteilers (bzw. einer E-Mail-Adresse), sowie den Einfluss der Versendefrequenz auf die Verteilergröße und die durchschnittliche Verweildauer einer E-Mail-Adresse.



Optimale Frequenz als Grafik

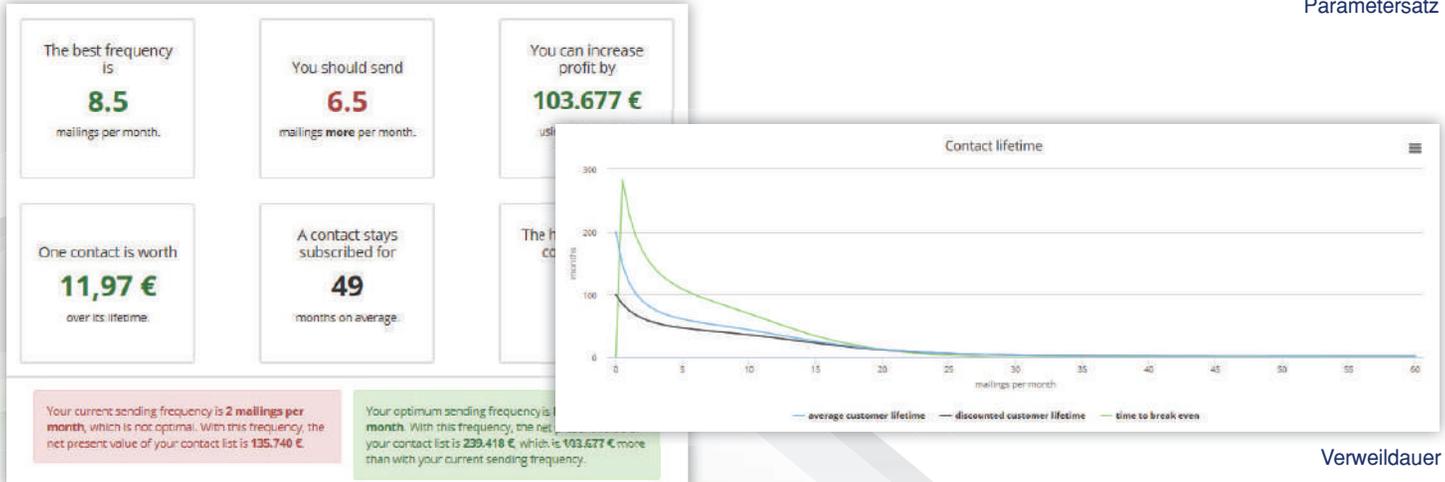


**SENDING FREQUENCY OPTIMIZER**

currency: EUR (€)

General information		Open model		Click model		Attrition model		Revenue model	
model name: 5789-a	model time horizon: 1.000 mon.	type: linear	type: linear	type: quadratic	impact of add. mails: 0.00002 %	type: by clicks	open-to-click ratio: %		
list size: 20.000 cont.	current frequency: 2 mails/mon.	base open rate: 26.61 %	base click rate: 2.98 %	base unsub. rate: 0.38 %	bounce rate: 0.5 %	conversion rate: 2 %	mail creation cost: 250 €		
return rate: 0.5 %	max. time horizon: 1.000 mon.	open coefficient: -0.24 %	click coefficient: -0.09 %	unsub. coefficient: -0.04 %	latent unsub. rate: 0 %	profit per purchase: 150 €	sending cost per mail: 0.001 €		
		min. open rate: 2.66 %	min. click rate: 0.30 %	min. unsubscribe rate: 0.08 %					
		max. open rate: 79.83 %	max. click rate: 8.94 %	max. unsubscribe rate: 1.14 %					

Parametersatz



**Key Performance Indikatoren**

- The best frequency is **8.5** mailings per month.
- You should send **6.5** mailings more per month.
- You can increase profit by **103.677 €**.
- One contact is worth **11,97 €** over its lifetime.
- A contact stays subscribed for **49** months on average.

**Verweildauer**

Graph: Contact lifetime (months) vs. mailings per month. Legend: average customer lifetime, discounted customer lifetime, time to break even.

Your current sending frequency is 2 mailings per month, which is not optimal. With this frequency, the net present value of your contact list is 135.740 €.

Your optimum sending frequency is 6.5 mailings per month. With this frequency, the net present value of your contact list is 239.418 €, which is 103.677 € more than with your current sending frequency.

Key Performance Indikatoren

## Interesse? Vereinbaren Sie ein erstes unverbindliches Beratungsgespräch!



Sie wünschen eine persönliche Beratung? Gerne, vereinbaren Sie gleich einen Termin.

**+49(0)69 - 83 00 898-0**

oder per E-Mail an [vertrieb@xqueue.de](mailto:vertrieb@xqueue.de)



Abonnieren Sie die XQ:News mit wertvollen Tipps für erfolgreiches E-Mail-Marketing, News und Produkttipps der XQueue GmbH:

[www.xqueue.de](http://www.xqueue.de)

Weitere Infos unter: [www.xqueue.de/frequenz-optimierer.html](http://www.xqueue.de/frequenz-optimierer.html)

## Über XQueue

Die 2002 gegründete XQueue GmbH aus Offenbach und Freiburg ist spezialisiert auf E-Mail-Marketing-Technologie, auch für Agenturen. Neben der Technologie bietet XQueue E-Mail-Marketing-Dienstleistungen an, darunter Strategie, Konzepte, Kampagnen-Management, E-Mail-Adressgenerierung und Response-Analysen. Hunderte Kunden aus zahlreichen Branchen in über 25 Ländern setzen für ihr E-Mail-Marketing auf die flexiblen, bedienerfreundlichen und leistungsfähigen E-Mail-Marketing-Lösungen, wie z.B. XQ:Maileon – die moderne E-Mail-Marketing-Plattform für mehr Erfolg im E-Mail-Marketing oder XQ:AddressCheck – die intelligente Adressvalidierung für bessere E-Mail-Adress-Qualität.

XQueue GmbH

Christian-Pleß-Str. 11-13  
D-63069 Offenbach / Main

Telefon: +49(0)69 - 83 00 898-0  
Telefax: +49(0)69 - 83 00 898-9

E-Mail: [info@xqueue.de](mailto:info@xqueue.de)  
Web: [www.xqueue.de](http://www.xqueue.de)