

der-newsletter-experte.de

# Mediaplaner für Newsletter-Anzeigen und Standalone-Mails

**der-newsletter-experte.de**

Karsten Büttner  
Rostockstraße 2  
23564 Lübeck  
Fon 0451-61 12 99 20  
Fax 0451-61 12 99 30  
Mail [Karsten.buettner@der-newsletter-experte.de](mailto:Karsten.buettner@der-newsletter-experte.de)

**Ja, Sie dürfen diesen Mediaplaner gerne weiterreichen, aber bitte ohne Veränderungen.**  
© der-newsletter-experte.de – Karsten Büttner

## Kostenrechner für Newsletter-Anzeigen und Standalone-Mails

Sie planen eine Newsletter-Anzeige oder eine Stand-alone Mail?

Mit unserem Kostenrechner erfahren Sie

- welche Erfolge Sie erzielen können
- was ein Klick Sie kostet
- was die Gewinnung eines Kunden bei Ihrer Aktion kostet
- welche Mindestzahl an Kontakten Sie buchen müssen, um Ihr Ziel zu erreichen

Sie können dabei mit verschiedenen Annahmen operieren und die Klick- und Konversionsraten verändern oder die Anzahl der gebuchten Kontakte, um zu Ihrem gewünschten Ergebnis zu kommen. Sie können zunächst unsere Erfahrungswerte als Grundlage nehmen und in der Folge, nach jeder dokumentierten Aktion sich Ihre eigenen Erfahrungswerte bei der Kostenplanung zunutze machen.

Nutzen Sie die Möglichkeit, zwei unterschiedliche Modelle (z.B. Preise und Klickraten) nebeneinander zu stellen.

Tragen Sie zunächst den Tausender-Kontaktpreis für Ihre Anzeige oder Ihre Stand-alone Mail im Feld TKP ein. Ins nächste Feld tragen Sie die Anzahl der gebuchten Kontakte ein.

[Bitte beachten Sie beim Ausfüllen: Prozentwerte mit Punkt \(1.5\) trennen und Tausenderzahlen ohne Punkt. Mit der TAB-Taste springen Sie zum nächsten Feld.](#)

Automatisch sehen Sie im dritten Feld die Gesamtkosten für die Anzeige.

Objekt 1		Objekt 2	
TKP in Euro		TKP in Euro	
Gebuchte Kontakte		Gebuchte Kontakte	
Kosten für Buchung*		Kosten für Buchung*	

\*D.h. Schaltkosten der Anzeige oder der Stand-alone Mail.

Im folgenden werden die oben genannten Zahlen für die weitere Berechnung einbezogen. Sie können in der oberen Tabelle sehen, wie viele Kontakte Sie buchen müssen, um eine Mindestzahl an Bestellern/Käufern zu erreichen.

Objekt 1		Objekt 2	
Klickrate (%)		Klickrate (%)	
Klicks		Klicks	
Konversionsrate (%)	.....	Konversionsrate (%)	
Besteller/Käufer		Besteller/Käufer	

In dieser Tabelle werden die Kosten pro Klick (was kostet es, Aufmerksamkeit von X Personen zu bekommen?) und pro Aktion (was kostet es, einen Kunden/Abonnenten zu gewinnen?)

Objekt 1		Objekt 2	
Kosten pro Klick		Kosten pro Klick	
Kosten pro Aktion *		Kosten pro Aktion *	

\*Bestellung, Kauf etc.