



+



FALLSTUDIE

# Linxo verdoppelt seine Nutzerbasis innerhalb eines Jahres



## Herausforderung

E-Mail-Sicherheit war eines der ersten Anliegen, das Linxo nach seiner Gründung adressieren wollte. Das Herzstück des Produktes basiert auf E-Mail-Benachrichtungen, da die meisten Nutzer über ihre Konto-Aktivitäten auf dem Laufenden gehalten werden möchten.

Das Team begann, nach einer verlässlichen und einfach zu bedienenden E-Mail-Lösung zu suchen, bis es schließlich 2012 auf Mailjet stieß und sich entschied, mit dieser Software die monatlich 2.5 Millionen E-Mails zu versenden.

Das System deckte ihre Anforderungen perfekt ab: Überdurchschnittliche Zustellbarkeit (eng: "deliverability"), unterstützt durch eine eigene Technologie und ein Experten-Team zum Thema Zustellbarkeit. Linxo konnte sich also beruhigt zurücklehnen, wissend, dass Ihre E-Mails zur richtigen Zeit in den richtigen Postfächern landen würden.



## Eine Beziehung, die auf Sicherheit aufbaut

Die Nutzer von Linxo können sich aussuchen, ob sie per E-Mail oder PushMitteilungen über ihr Konto auf dem Laufenden gehalten werden. „E-Mail scheint der Favorit bei unseren erfahreneren Nutzern zu sein, die Ihr Konto etwas gründlicher ins Auge nehmen“, sagt Bruno Van Haetsdaele, Co-Founder und CEO von Linxo. Möglicherweise liegt es auch daran, dass Benutzer vergangene Transaktionen einfacher organisieren, archivieren und einsehen können.

*Mailjet's Tech-Team arbeitete eng mit Linxo zusammen, um die Sicherheitsbedürfnisse des Unternehmens zu verstehen und eine maßgeschneiderte Lösung zu entwickeln, die sowohl die Benutzer schützt als auch die gesetzlichen Regulationen vor Ort beachtet.*

Das in Paris ansässige Unternehmen Linxo fand es hilfreich, dass Mailjet auch in Frankreich gehostet wird. „Das bringt uns Vorteile im Hinblick auf Datensicherheit und Privatsphäre“, sagt Bruno Van Haetsdaele. Insgesamt ist die französische Gesetzgebung strenger, wenn es um Datenschutz und -sicherheit geht, sowohl was physische als auch digitale Dateien angeht.

Der Ankauf von Kontaktlisten von Drittanbietern ist verboten und "Opt-In" ist verpflichtend, was bei CANSPAM oder dem australischen Spam-Gesetz nicht der Fall ist. Mailjet hostet alle Nutzerdaten auf hochsicheren Servern in der Europäischen Union. Der Mitbegründer von Mailjet, Julien Tartarin, der aus einem entwicklerzentrierten Umfeld kommt, hat Mailjet 2010 vom ersten Tag an mit Blick auf globale Sicherheit entwickelt. Bis heute steht der Datenschutz für Mailjet an erster Stelle, und unsere Priorität ist es nach wie vor, die höchsten Sicherheitsstandards zu gewährleisten. „Wir nutzen TIER IV Datenzentren - welche die höchsten Sicherheitslevel bieten. Unsere Server werden in Frankreich gehostet, sodass unsere Daten nicht von den "Black Boxes" des Intelligence Authorization Act betroffen sind“, ergänzt Julien Tartarin.

Mailjet besitzt absolute Kontrolle über die Verbindung zwischen Datenzentren und Dienstleistungen. Zudem fügt Linxo eine zusätzliche Sicherheitsebene hinzu, um Informationen zu schützen, die von ihrem Mailjet-Konto an ihre internen Server gehen. „Die Kommunikation zwischen unserer API und den APIs von Mailjet wird mithilfe einer SSL-Technologie, die normalerweise von Banking-Anwendungen genutzt wird, verschlüsselt“, sagt Bruno Van Haetsdaele.



## An vorderster Front

Als eine erste Gefahrenabwehr empfehlen die Deliverability-Experten von Mailjet den Sendern stets, die Authentifizierungs-Tools SPF, DKIM und DMARC einzusetzen. Dies ermöglicht es ISPs wie Gmail, Yahoo und AOL Ihre Identität als Sender zu validieren. Zudem schützt es Sie vor E-Mail „Spoofing“, einer Art von Spam, bei der ein falscher Sender eine Marke oder eine Person imitiert.

"Spoofing" ist eine ernsthafte Gefährdung für die Glaubwürdigkeit Ihres Brands. In einer in diesem Jahr veröffentlichten DMARC Preseemittteilung teilte Twitter mit, während eines 45-tätigen Beobachtungszeitraumes unfassbare 2.5 Milliarden "gespoofter" E-Mails entdeckt zu haben, die mit ihren Domains verbunden waren. Dieses verbreitete Phänomen trägt dazu bei, dass Konsument vermehrt das Teilen von persönlicher Information meiden. Tatsächlich gaben 62 % alle Konsumenten an, sie seien besorgt darüber, wie Marken ihre Informationen verwenden.

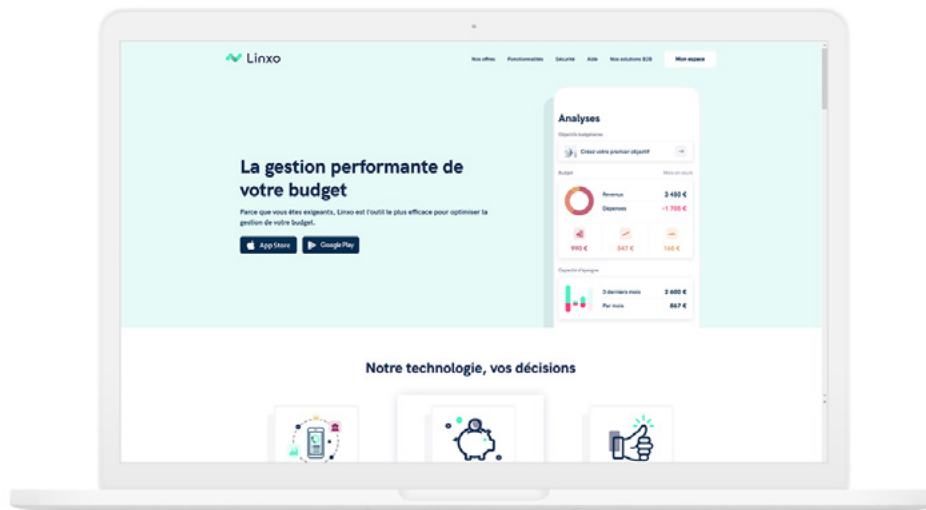
DMARC ermöglicht es Sendern anzuzeigen, ob sie SPF oder DKIM Schlüssel verwenden sowie welche spezifischen Maßnahmen - Bericht, Quarantäne, Zurückweisung - der empfangende E-Mail Server ergreifen sollte, falls eine E-Mail bei der Authentifizierung nicht besteht. Wenn zum Beispiel ein Spammer

*„Seit 2012 verlassen wir uns auf Mailjet, vor Allem weil man sich flexibel nach unseren Bedürfnissen gerichtet hat,“ schließt Bruno Van Haetsdaele ab. „Da Mailjet service-orientiert ist, brauchen wir uns keine Sorgen um die Skalierbarkeit unseres E-Mail-Programms machen. Und da unser Sendevolumen stetig wächst, ist es einfach gewesen unseren Traffic zu vergrößern und gleichzeitig eine gute Service-Qualität zu behalten.“*

Im Laufe eines einzigen Jahres hat Linxo seine Nutzerbasis und sein E-Mail-Sendevolumen verdoppelt. Der erste, wichtige Schritt ist Vertrauen mit den Kunden aufzubauen, indem man ihre Daten schützt. Transparenz und der Antrieb, kontinuierlich an einem besseren Produkt zu arbeiten, gehören zur Vision von Linxo.

Van Haetsdaele sagt: „Mailjet hat sofort unsere Anliegen in Sachen Sicherheit und Privatsphäre begriffen. Der persönliche Support den wir erhalten haben war außerdem sehr hilfreich. Diese und andere Faktoren machen Mailjet zu dem Dienstleister nach dem wir gesucht haben. Dank dieser Elemente konnte unser Unternehmen zu der Größe wachsen, die es heute besitzt.“ versucht eine Linxo E-Mail zu "spoofer" um die Kreditkarteninformation eines Benutzers zu erfragen, wird mithilfe dieser Schlüssel





die wird mithilfe dieser Schlüssel die gefälschte E-Mail die Authentifizierung nicht bestehen und Gmail wird die Nachricht zurückweisen. Eine weitere "Best Practice" für den Versand großer E-Mail-Volumen ist eine eigene oder „dedizierte“ IP-Adresse.

Im Vergleich zu einer gemeinsam genutzten IP-Adresse bietet diese eine größere Kontrolle über Ihren Ruf als Sender. Das bedeutet einerseits, dass ihre Adresse nicht von dem Senderverhalten der anderen Nutzer beeinflusst wird, andererseits aber auch dass Sie die Verantwortung tragen, hohe Standards im E-Mailing beizubehalten, da sich dies sonst negativ in Ihrem Ruf als Sender niederschlägt.

## Ergebnisse

„Seit 2012 verlassen wir uns auf Mailjet, vor Allem weil man sich flexibel nach unseren Bedürfnissen gerichtet hat“, schließt Bruno Van Haetsdaele ab. „Da Mailjet serviceorientiert ist, brauchen wir uns keine Sorgen um die Skalierbarkeit unseres E-Mail-Programms machen. Und da unser Sendevolumen stetig wächst, ist es einfach gewesen unseren Traffic zu vergrößern und gleichzeitig eine gute Service-Qualität zu behalten.“

Im Laufe eines einzigen Jahres hat Linxo seine User-Base und sein E-Mail-Sendevolumen verdoppelt. Der erste, wichtige Schritt ist Vertrauen mit den Kunden aufzubauen, indem man ihre Daten schützt. Transparenz und der Antrieb, kontinuierlich an einem besseren Produkt zu arbeiten, gehören zur Vision von Linxo.

Van Haetsdaele sagt: "Mailjet hat sofort unsere Anliegen in Sachen Sicherheit und Privatsphäre begriffen. Der persönliche Support den wir erhalten haben war außerdem sehr hilfreich. Diese und andere Faktoren machen Mailjet zu dem Dienstleister nach dem wir gesucht haben. Dank dieser Elemente konnte unser Unternehmen zu der Größe wachsen, die es heute besitzt."





„Mailjet hat sofort unsere Anliegen in Sachen Sicherheit und Privatsphäre begriffen. Der persönliche Support den wir erhalten haben war außerdem sehr hilfreich. Diese und andere Faktoren machen Mailjet zu dem Dienstleister nach dem wir gesucht haben. Dank dieser Elemente konnte unser Unternehmen zu der Größe wachsen, die es heute besitzt.“

Bruno Van Haetsdaele, Geschäftsführer und Mitgründer von Linxo

Über 40 000 Unternehmen entwickeln mit Mailjet starke Apps und E-Mail-Strategien.



Über 40 000 Unternehmen weltweit nutzen Mailjet by **Sinch**, um die Beziehung mit ihren Kunden und Abonnenten zu stärken und ihr geschäftliches Wachstum mit E-Mail-Marketing auszubauen. Marken wie Microsoft, Kia Motors und Spiegel Online versenden mit Mailjet jedes Jahr mehrere Milliarden E-Mails. Unternehmen erhalten einen intuitiven Drag-and-Drop-E-Mail-Kampagnen-Builder und benutzerfreundliche Zustellbarkeits-Funktionen, um ansprechende E-Mails ganz ohne Programmieraufwand zu erstellen und zu versenden.

Weitere Informationen erhalten Sie unter [mailjet.com/de](https://mailjet.com/de).