

30 Power Tipps

Wie Sie mehr Vertrauen von Ihren Interessenten und Homepagebesuchern erhalten



Dieses Werk ist durch das Urheberrecht geschützt. Zuwiderhandlungen werden straf- und zivilrechtlich verfolgt. Ohne schriftliche Genehmigung des Autors ist jegliche – auch auszugsweise – Vervielfältigung und Verbreitung nicht gestattet, sei es

- in gedruckter Form,
- durch fotomechanische Verfahren,
- auf Bild- und Tonträgern,
- auf Datenträgern aller Art.

Außer für den Eigengebrauch ist untersagt: das elektronische Speichern, insbesondere in Datenbanken, und das Verfügbarmachen für die Öffentlichkeit zum individuellen Abruf, zur Wiedergabe auf Bildschirmen und zum Ausdruck beim jeweiligen Nutzer. Dies schließt auch Pod-Cast, Videostream usw. ein.

Das Übersetzen in andere Sprachen ist ebenfalls vorbehalten.

Sämtliche Angaben und Anschriften wurden sorgfältig und nach bestem Wissen und Gewissen ermittelt. Trotzdem kann von Autor und Verlag keine Haftung übernommen werden, da (Wirtschafts-) Daten in dieser schnelllebigen Zeit ständig Veränderungen ausgesetzt sind. Insbesondere muss darauf hingewiesen werden, dass sämtliche Anbieter für ihre Angebote selbst verantwortlich sind. Eine Haftung für fremde Angebote ist ausgeschlossen.

Gegebenenfalls ist eine Beratung bei Wirtschafts-, Rechts- oder Steuerberatern angeraten, da Autor und Verlag keine diesbezügliche Beratung geben können.

Thomas Kloes übernimmt keinerlei Haftung für irgendwelche Verpflichtungen, die aus dem Gebrauch dieses Ebooks entstehen.

Zur Beachtung:

Dies ist kein Gratis-Ebook. Es ist nur für den persönlichen Gebrauch bestimmt. Eine Weitergabe an Dritte ist ohne gültige Lizenz nicht gestattet.

Inhaltsangabe

Kapitel 1 – Tipps 1-5

Kapitel 2 – Tipps 6-10

Kapitel 3 – Tipps 11-15

Kapitel 4 – Tipps 16-20

Kapitel 5 – Tipps 21-25

Kapitel 6 – Tipps 26-30

Kapitel 1

1

Fädeln Sie mit anderen Webmastern einen so genannten Cross Promotion Deal ein. Erlauben Sie, Ihr Produkt deren Kunden zu verkaufen.

Auf der anderen Seite verkaufen Sie deren Produkt an Ihre Kunden.

Das Produkt sollte eine Beziehung haben zu Ihrem eigenen Produkt bzw. Ihrer Dienstleistung, andernfalls wird es sich sicherlich nicht so gut verkaufen.

2

Verkaufen Sie Ihr Produkt im Paket mit dem Produkt eines anderen Web Business.

Beide Partner können das Package bewerben und die Gewinne teilen.

Wenn Sie zum Beispiel Tennisschläger verkaufen, könnten Sie sich mit einem Tennisball-Spezialisten zusammentun. Das ist ein Win-Win Joint Venture Deal.

3

Vermieten Sie Ihre Produkte für eine gewissen Zeit. Das ist wie verkaufen, aber Sie bekommen die Produkte zurück und können sie wieder vermieten.

Auf lange Sicht können Sie mit Vermietung Ihrer Produkte oder Dienstleistung mehr Geld verdienen.

Die Leute haben heutzutage weniger Geld zur freien Verfügung und mieten deshalb lieber, als dass sie etwas kaufen und vielleicht nur einmal benutzen.

4

Lassen Sie Kunden Ihre Produkte abonnieren.

Das funktioniert am besten mit Informationsprodukten, Dienstleistungen und Mitgliedschaften.

Die Gebühr kann wöchentlich, monatlich, vierteljährlich oder jährlich anfallen.

Auf alle Fälle bringt es Ihnen wiederkehrendes Einkommen.

Außerdem können Sie Ihren Abonnenten darüber hinaus auch einzelne Produkte anbieten.

5

Verleasen Sie Ihre Produkte.

Das ist wie Vermieten, aber am Ende der Leasingzeit haben die Kunden die Möglichkeit zu kaufen.

Wenn Sie zum Beispiel Computer verleasen, zahlt Ihnen der Kunde eine monatliche Gebühr. Wenn der Leasingvertrag zu Ende geht, kann er das Gerät günstig erwerben.

Wenn er den PC aber zurückgibt, können Sie ihn wieder an jemand anders verleasen.

Kapitel 2

6

Fügen Sie Ihrer Website ein Message Board hinzu.

Manche Leute werden Ihre Seite besuchen, um Fragen zu stellen und um die Fragen von deren zu beantworten.

Andere nehmen nur an Message Boards teil, um ihren Link zu hinterlassen, aber auch diese können eines Tages Ihr Produkt kaufen.

7

Fügen Sie Ihrer Website ein Linkverzeichnis hinzu.

User werden Ihre Seite besuchen, um einschlägige Links zu finden zu dem Thema, für das sie sich interessieren.

Es spart ihnen Zeit und Mühen, nach all diesen Links selbst zu suchen.

Wenn Sie dieses Linkverzeichnis immer aktuell halten, werden die Leute zurückkommen und vielleicht auch eines Ihrer Produkte kaufen.

8

Fügen Sie Ihrer Website eine Artikelrubrik hinzu.

User werden Ihre Seite besuchen, um die Fachartikel zu lesen und neue Informationen zu ihrem Interessensgebiet zu erhalten.

Sie sollten Original-Content haben, damit die Leute nicht anderswohin gehen können, um ihn zu bekommen.

Sie sollten ihn auch regelmäßig updaten, so dass die Interessenten immer wieder zurückkommen.

9

Fügen Sie Ihrer Website ein Newsletter-Archiv hinzu.

Ihre neuen Abonnenten werden Ihre Seite besuchen, um alte Ausgaben zu lesen, welche sie verpasst haben.

Ihre alten Abonnenten werden manche Informationen oder Angebote nachlesen wollen, wo denen sie sich erinnern, dass sie sie in Ihrem Newsletter gesehen hatten.

10

Fügen Sie Ihrer Website ein Ebook-Verzeichnis hinzu.

User werden Ihre Seite besuchen, um neue Informationen herunterzuladen und zu lesen.

Wenn Sie ein Ebook-Verzeichnis anlegen, dann ein solches, das in Bezug zu Ihren Produkten steht.

Manchmal schreiben Leute selbst Ebooks und möchten sie in Ihrer Liste aufgenommen haben.

Kapitel 3

11

Fügen Sie Ihrer Website einen gratis Kleinanzeigenmarkt hinzu.

User werden Ihre Seite besuchen, um zu inserieren und um andere Angebote zu lesen.

Sie können sie zusätzlich motivieren, indem Sie bekannt machen, dass Sie manche Anzeigen auch in Ihrem Newsletter veröffentlichen.

Das wird dazu führen, dass sich manche User allein deswegen in Ihren Newsletter eintragen.

Und es wird dazu führen, dass User regelmäßig auf Ihre Website zurückkommen, um neue Anzeigen zu lesen.

12

Fügen Sie Ihrer Website eine gratis Linkseite hinzu.

User werden Ihre Seite besuchen, um ihren eigenen Link einzutragen und nach den Links anderer User zu schauen.

Sie können Link-Einträgern anbieten, dass Sie deren Link einmal in Ihrem Newsletter erscheinen lassen, wenn Sie im Gegenzug Ihren Link ein oder zwei Monate auf deren Homepage platzieren dürfen.

13

Fügen Sie Ihrer Website ein „Über uns“ hinzu.

User, die Ihre Seite besuchen, möchten gern mehr über Sie und Ihr Geschäft erfahren.

Das ist hilfreich, die Beziehung zu Ihren Interessenten und Kunden persönlicher zu machen und Sie zu Käufen zu veranlassen.

Geben Sie auch einige private Informationen über sich preis.

14

Fügen Sie Ihrer Website ein Gästebuch hinzu.

User werden Ihre Seite besuchen, um Ihre Meinung über Ihr Angebot und eine Signatur zu hinterlassen.

Ja, viele machen nur Eintragungen im Gästebuch, um für ihre eigene Website zu werben, aber sie können früher oder später auch zahlende Kunden werden.

15

Fügen Sie Ihrer Website eine kostenlose Downloadseite hinzu.

User werden Ihre Seite besuchen, um neue Software zu finden, die ihr Leben einfacher machen soll.

Die Software sollte Ihre eigene sein oder Freeware, Shareware oder Demos.

Alle Software sollte Bezug haben zu Ihrer Zielgruppe.

Kapitel 4

16

Zeigen Sie Ihren potenziellen Abonnenten ein Beispiel Ihres Newsletters.

Schwärzen Sie entscheidende Passagen, um sie neugieriger zu machen, so dass sie sich eintragen.

Wählen Sie als Beispiel einen wirklich klasse Tipp, von dem die Interessenten wahrscheinlich noch nicht gehört haben.

Verraten Sie ihnen, wie und wo sie Zugang zu Ihrem Newsletter-Archiv bekommen, nachdem sie abonniert haben.

17

Geben Sie einen Autoresponder-Kurs kostenlos ab.

Veröffentlichen Sie in jeder Lektion einen Hinweis auf Ihren Newsletter. Je mehr Menschen ihn sehen, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie sich eintragen.

Ihr Newsletter muss eine Menge originalen und qualitativ hochwertigen Content enthalten, um Interessenten zu überzeugen, sich in die Liste einzutragen.

Natürlich können Sie auch in jeder Lektion eines Ihrer Verkaufsprodukte vorstellen.

18

Offerieren Sie Ihren potenziellen Kunden einen interessanten Preisnachlass für ein bestimmtes Produkt, falls sie Ihren Newsletter abonnieren.

Zum Beispiel könnten Sie sagen: "Tragen Sie sich in meinen Gratis-Newsletter ein und Sie erhalten mein neuestes Ebook 40% günstiger!"

Nach erfolgter Eintragung teilen Sie ihnen in der Dankeschön-Email den Link zur geheimen Bestellseite mit dem versprochenen Rabatt mit.

19

Geben Sie anderen Unternehmen die Erlaubnis, dass sie bei jedem Produktverkauf ein Gratis-Abo Ihres Newsletters als Bonus dazu geben dürfen.

Natürlich sollten die Produkte bzw. Dienstleistungen des Partnerunternehmens thematisch zu Ihrem Newsletter passen.

Überlegen Sie nur, wie viele Businesses Ihren Newsletter deren Kunden anbieten könnten.

20

Stellen Sie Ihren potenziellen Abonnenten Fragen, um sie zu veranlassen, Ihren Newsletter anzufordern.

Sie könnten z.B. fragen „Würden Sie gerne in Rente gehen, bevor Sie 40 sind?“ Oder: „Gefällt Ihnen der Gedanke, von zu Hause aus zu arbeiten?“

Kapitel 5

21

Schreiben Sie Ihre Newsletter-Anzeigen so, dass es nach gesundem Menschenverstand klingt, Ihren Newsletter zu abonnieren.

Zum Beispiel könnten Sie sagen: "Jeder weiß, dass man ein paar Dinge wissen muss, bevor man ein Geschäft startet."

Oder. "Uns allen ist klar, dass Wissen ein Schlüsselfaktor ist, um ein Geschäft profitabel zu machen."

22

Sprechen Sie Ihre potenziellen Abonnenten situations-bezogen an.

Wenn Sie sie mit "Lieber Gesundheits-Interessent" ansprechen, dann werden sich eintragen wollen, weil sie sich gesund fühlen möchten.

Wenn Sie sie mit "Hallo Geschäftsfreund" ansprechen, dann werden sich eintragen wollen, weil sie sich als Geschäftsmann sehen möchten.

23

Geben Sie in jedem Ihrer Newsletter etwas gratis ab.

Das könnte ein Ebook sein oder Software.

Die Abonnenten erzählen anderen davon und diese werden sich dann oft auch eintragen.

Zum Beispiel könnten Sie versprechen: "In jeder Ausgabe unseres Newsletters geben wir einen neuen, sonst nirgendwo erhältlichen Business Report ab!"

24

Machen Sie den Leuten den Mund wässrig, indem Sie ihnen sagen, wie deren Familie oder Freunde reagieren würden, wenn sie Ihre Newsletter-Tipps anwenden.

Die Leute machen sich nämlich viel daraus, was andere Leute über sie denken.

Sie könnten beispielsweise argumentieren: "Stellen Sie sich nur vor, wenn Ihre Frau zu Ihnen sagt, wie stolz sie auf Sie ist, weil Sie Ihr eigenes Geschäft gründen!"

25

Geben Sie den Interessenten das Gefühl, dass es deren eigene Idee ist, den Newsletter zu abonnieren, dann werden Sie weniger zögerlich sein.

Sie könnten formulieren: „Sie treffen eine clevere Entscheidung, den Gratis-Newsletter anzufordern.“

Oder: „Danke, dass Sie solch eine clevere Wahl treffen und unseren Gratis-Newsletter abonnieren!“

Außerdem setzen Sie auf diese Weise schon voraus, dass sich der Interessent eintragen wird.

Kapitel 6

26

Erlauben Sie anderen Newsletter-Herausgebern oder Webmastern, Auszüge aus Ihrem Gratis-Ebook wieder zu veröffentlichen. Selbstverständlich unter der Voraussetzung, dass Sie einen Link zu Ihrer Website setzen und einen Veröffentlichungsnachweis liefern.

Wieder ein Weg, Ihr Geschäft durch ein Gratis-Ebook zu vermarkten.

27

Machen Sie zusätzliche Gewinne dadurch, dass Sie monatliche Updates, also zuvor noch nie veröffentlichte Kapitel Ihres Gratis-Ebook verkaufen.

Sie bekommen deutlich mehr Leser, weil Ihr Ebook gratis ist und weil andere Webmaster es auch verbreiten dürfen. Damit werden Ihre Anzeigen darin häufiger gesehen.

Durch den späteren Extra-Content machen Sie Extra-Profit.

28

Sie könnten eine bekannte Persönlichkeit auf Ihrem Banner abbilden oder erwähnen.

Die Leute werden darauf klicken, weil sie dem Prominenten trauen.

Sie könnten es etwa so formulieren: "Auch der bekannte (NAME) hat unser Produkt gekauft. Klicken Sie hier, um zu erfahren, warum!"

29

Unterteilen Sie Ihr Ebook in einzelne Reporte und erlauben Sie anderen Marketern, diese als Gratiszugaben bei Kauf eines Produktes zu verwenden.

Machen Sie es aber zur Pflicht, die Quelle anzugeben und einen Link zu Ihrer Website zu setzen.

Wenn Sie möchten, können Ihnen auch erlauben, diese Reporte zu verkaufen.

30

Bieten Sie am Ende Ihres Verkaufstextes etwas zusätzlich gratis an. Das erhöht den Wert des kostenpflichtigen Produktes.

Beispiel: „Sie erhalten 7 Gratis-Boni, wenn Sie vor dem (DATUM) bestellen.“

Oder: „Wenn Sie an diesem Wochenende bestellen, bekommen Sie das Ebook (TITEL) kostenlos dazu.“

Ende