

ERFOLGREICHES **E-MAIL** MARKETING

Profi-Tipps für gewinnbringende E-Mails

Die Informationen in diesem Werk spiegeln die Sicht des Autors aufgrund eigener Erfahrungen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dar. Bitte beachten Sie, dass sich gerade im Internet die Bedingungen ändern können.

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 einem Anwalt, Wirtschafts- oder Steuerberater angeraten.

Sofern wir auf externe Webseiten fremder Dritter verlinken, machen wir uns deren Inhalte nicht zu eigen, und haften somit auch nicht für die sich naturgemäß im Internet ständig ändernden Inhalte von Webseiten fremder Anbieter. Das gilt insbesondere auch für Links auf Softwareprogramme, deren Virenfreiheit wir trotz Überprüfung durch uns vor Aufnahme aufgrund von Updates etc. nicht garantieren können.

Autor und Verlag sind nicht haftbar für Verluste, die durch den Gebrauch dieser Informationen entstehen sollten.

Die in diesem Werk erwähnten Anbieter und Quellen wurden zum Zeitpunkt der Niederschrift als zuverlässig eingestuft. Autor und Verlegen sind für deren Aktivitäten nicht verantwortlich.

Dieses Handbuch versteht sich als Basisinformationsquelle. Daraus resultierende Einkommen und Gewinne sind allein von Motivation, Ehrgeiz und Fähigkeiten des jeweiligen Lesers abhängig.

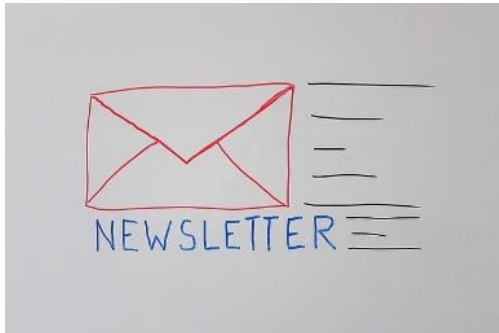
Sämtliche Markennamen, Logos usw. sind Eigentum ihrer jeweiligen Besitzer, die diese Publikation nicht veranlasst oder unterstützt haben.

Über das Internet erhältliche Texte und Bilder, die in dieser Publikation verwendet werden, können geistiges Eigentum darstellen und dürfen nicht kopiert werden.

Inhaltsverzeichnis:

Einleitung	4
Die dringendsten Fragen und Probleme Ihrer Nische	5
Warum Menschen kaufen	7
E-Mail-Titel für maximale Öffnungs-Raten	10
Wie Sie Menschen "zwingen", zu lesen und zu kaufen	13
Schlusswort	16

Einleitung



Der Aufbau einer Liste ist eigentlich ziemlich einfach. Wenn Sie ein gutes Angebot haben, werden die Menschen sich gerne dazu entscheiden, sich in Ihre Liste einzutragen. So können Sie sehr schnell eine ziemlich große Liste aufbauen, wenn Sie genügend Traffic auf Ihrer Webseite haben.

Das Optimum aus der Liste herauszuholen, die Sie aufgebaut haben, ist da schon wesentlich schwieriger. Die meisten Leute wissen nicht, wie man einen korrekten E-Mail-Titel verfasst oder eine E-Mail schreibt, die auch die gewünschten Resultate bringt. Es ist absolute Zeitverschwendung, wenn Sie eine langweilige E-Mail schreiben, die nur bei 1% der Empfänger die gewünschte Reaktion auslöst. Eine gut geschriebene E-Mail könnte bei 5% Ihrer Leser den gewünschten Erfolg bringen!

In diesem Report werde ich Ihnen einige Tricks zeigen, die Sie verwenden können, um die Erfolge Ihrer E-Mails drastisch zu erhöhen. Dieser Report wird Ihnen helfen, das Meiste aus Ihrer Liste heraus zu holen und mit jeder einzelnen E-Mail, die Sie versenden, viel mehr Geld zu verdienen.

Denn warum wollen Sie sich mit nur 1% Konversionsrate begnügen, wenn Sie auch leicht 5%, 10% oder sogar mehr bei der gleichen Liste erzielen können? Wenn Sie 2.000 EUR mit einer 1%igen Umwandlungs-Rate machen, würden Sie bei 5% Konversion 10.000 EUR verdienen! Die Differenz zwischen 1% und 5% erscheint nicht gerade hoch, aber der Unterschied zwischen 2.000 EUR und 10.000 EUR ist schon riesig - nicht wahr?

Die dringendsten Fragen und Probleme Ihrer Nische



Bevor Sie auch nur eine einzige E-Mail schreiben, müssen Sie herausfinden, was die wichtigsten Fragen und Probleme Ihres Marktes (Ihrer Nische) sind.

Große Unternehmen investieren Tausende von Euros in Marktforschungsunternehmen, die, z. B. mit Umfragen, die Probleme, Fragen und, dass Verhalten der Menschen erforschen und erfassen.

Sie brauchen das nicht zu tun, da diese Informationen bereits kostenlos verfügbar sind. Sie müssen nur wissen, wo!

Ich durchforste im Wesentlichen zwei Orte, wenn ich nach den heißesten Themen für eine bestimmte Nische suche. Als Erstes besuche ich einige Foren der speziellen Nische. Ich verbringe etwa 15 Minuten bis eine Stunde mit dem Lesen der verschiedenen Thread-Titel auf den größten Foren meiner Nische. Ich erstelle mir eine Liste mit den häufigsten Problemen und Fragen der Nutzer des Forums.

Anschließend besuche ich Tool Yahoo Answers, um die entsprechenden Fragen und die relevanten Keywords meiner Nische zu finden. Dieser Ort ist eine wahre Goldgrube für die Marktforschung!

<http://answers.yahoo.com/>

oder deutschsprachig:

<http://de.answers.yahoo.com/>

Lassen Sie mich Ihnen ein Beispiel geben:

Ich ging einfach auf die Webseite von Yahoo Answers und suchte nach "Golf".

Hier sehen Sie einige der Fragen, die ich gefunden habe:

- Welche Golfschläger-Marke ist am besten für Anfänger geeignet?
- Welcher Golfball reagiert am besten auf dem Grün?
- Ist es wirklich egal, ob Golfschläger alt und abgenutzt sind?
- Welche Golfschläger sind für Anfänger geeignet?
- Welche Golfschläger braucht ein Anfänger für eine Runde Golf?
- Welcher Golfball fliegt am weitesten?



Sie sehen, viele Menschen haben Fragen zu Golfschlägern und zu Golfbällen. Das können Sie sich zu Nutze machen. Es gibt natürlich noch weitere Fragen, aber die hier aufgezeigten Fragen wurden sehr häufig gestellt.

Wenn ich eine Liste im Golf-Segment hätte, würde ich auf jeden Fall Bezug auf diese heißen Fragen nehmen. Ich würde eine Liste der

Top 3 Golfschläger für Anfänger erstellen und diese in einer E-Mail als Affiliate empfehlen.
Oder ich könnte einen bestimmten Golfball als Affiliate empfehlen.

Warum Menschen kaufen

Um die Menschen zu veranlassen, genau das Produkt zu kaufen, was Sie anbieten, müssen Sie genau die Bedürfnisse Ihrer Nische ansprechen. Um genau dies zu tun, müssen Sie zuerst Ihre Nische erforschen.

Nachdem Sie Ihre Recherche durchgeführt und herausgefunden haben, was die Probleme der Menschen in Ihrer Nische sind, ist es jetzt an der Zeit, herauszufinden, wie Sie sich diese Probleme zu Nutze machen können, damit die Leute Ihre Produkte kaufen.

Betrachten wir noch einmal das oben genannte Beispiel des Golfsports. Ich stellte fest, dass eine Menge Leute Fragen zu geeigneten Golfschlägern stellten. Aus den recherchierten Fragen kann man entnehmen, dass viele Menschen, vor allem Anfänger, sich stark mit dem Kauf der geeigneten Golfschläger beschäftigen.

Ich versuche, mich in die Position eines Golf-Anfängers zu versetzen und zu ergründen, warum sie dieses Thema so sehr beschäftigt. Wenn ich den Golf-Sport betreiben würde, über welche Dinge beim Kauf der richtigen Golfschläger würde ich mir Gedanken machen?

1. Ich möchte mein Geld nicht für Golfschläger ausgeben, die nicht gut sind. Das wäre Verschwendung. Golfschläger sind teuer! Wenn ich Golf spielen gehe, muss ich die bestmögliche Ausrüstung haben, um eine Chance zu haben, zu gewinnen.
2. Ich möchte nicht dumm dastehen, bei den Leuten, mit denen ich Golf spiele. Was wäre, wenn ich eine bestimmte Marke von Golfschlägern gekauft hätte und es stellt sich heraus, dass die Profi-Spieler sich über diese Marke lustig machen? Das könnte sehr peinlich werden.
3. Vielleicht würde ich mich auch fragen, ob ein bestimmtes Modell vielleicht einfacher für Anfänger zu bedienen ist. Vielleicht gibt es eine Art von Golfschlägern, die mir von Anfang an helfen würde, besser zu spielen?



Ich würde mir eine Liste der Gründe erstellen, von denen ich glaube, dass die Menschen genau diese Fragen stellen. Manchmal werden Sie sie nicht einmal zu erraten. Wenn Sie Forenbeiträge lesen, erhalten Sie möglicherweise genau die Antworten auf die Frage, warum Ihre Nische diese spezifischen Probleme hat. Diese Informationen sind von unschätzbarem Wert!

Sie müssen genau wissen, warum die Menschen zu bestimmten Themen Fragen haben, um Ihre Produkte wirklich wirkungsvoll an diese Zielgruppe zu vermarkten.

Hier wieder ein kleines Beispiel zur besseren Veranschaulichung:

Angenommen, Sie sind eine junge Person und möchten ein neues Radio für Ihr Auto kaufen, welches Ihre Freunde beeindruckt.



Stellen Sie sich vor, sie bekommen jetzt eine E-Mail über eine neue Generation von Auto-Radios.

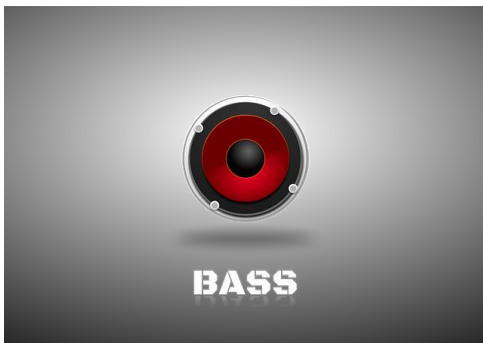
Diese E-Mail konzentriert sich darauf, Ihnen aufzuzeigen, mit welchen absoluten High-Tech-Komponenten das Radio ausgestattet ist und erläutert,

dass der Sound so glasklar ist, dass es klingt, wie in einem Konzertsaal.

Würden Sie dieses Auto-Radio kaufen? Eventuell!

Warum nur eventuell? Weil die E-Mail nicht Ihr eigentliches Problem anspricht. Sie sind nicht an der neuesten Technologie interessiert. Sie sind auch nicht unbedingt am originalgetreuen Sound interessiert - Sie wollen vorwiegend Ihre Freunde beeindrucken (junge Leute sind halt so ;-)).

Nun stellen Sie sich vor, dass dieselbe Person Ihnen eine E-Mail schickt, die wirklich Ihre direkte Problematik anspricht.



In der E-Mail steht, wie prestigeträchtig dieser besondere Stereo-Sound ist. Es steht geschrieben, dass die ultra-tiefen Bässe Ihre Freunde wirklich beeindrucken und Aufmerksamkeit erregen werden.

Das würde Sie wirklich interessieren und Sie würden das Auto-Radio kaufen wollen! Es ist genau das gleiche Auto-Radio, nur in anderer Weise präsentiert. Aber Ihr Problem wurde direkt angesprochen, so dass Sie das Auto-Radio wirklich kaufen möchten.

Das ist es, was Sie tun müssen. Sie müssen die Probleme und Denkweisen Ihrer potentiellen Kunden erkennen und deren Bedürfnisse und Wünsche direkt ansprechen! So lassen Sie Ihre Verkäufe raketenartig ansteigen!

E-Mail-Titel für maximale Öffnungs-Raten

Damit Ihre E-Mails eine Wirkung erzielen können, müssen sie gelesen werden. Die meisten E-Mails werden nicht einmal geöffnet. Sie müssen also sicherstellen, dass die Menschen Ihre Nachrichten auch tatsächlich öffnen und lesen!

Es gibt zwei gute Möglichkeiten, um dies zu erreichen:

1. Achten Sie darauf, dass Sie Ihrer Liste regelmäßig viele qualitativ hochwertige Inhalte liefern. Schicken Sie NICHT Marketing-Botschaft nach Marketing-Botschaft! Wenn Sie dies tun, werden die Menschen sich aus Ihrem Newsletter abmelden oder Ihre E-Mails ignorieren.
2. Starke E-Mail-Titel, die Aufmerksamkeit erregen und die Menschen praktisch zwingen, Ihre Nachricht zu lesen!

Schlagkräftige E-Mail-Titel zu erstellen, ist gar nicht so schwer, wie es sich anhört. Die optimale Headline für eine Sales-Page zu finden, ist viel schwieriger.

E-Mail-Titel müssen kurz sein und es auf den Punkt bringen.

Es ist einfacher, eine kurze, prägnante und überzeugende Überschrift für Ihre E-Mails zu erstellen, als zu versuchen, mit einer mehrzeiligen Überschrift in einer Sales-Letter Ihre Kunden für sich zu gewinnen!

Ihr E-Mail-Titel sollte nur einen Zweck haben - die Menschen dazu zu verleiten, die E-Mail zu öffnen! Sie sollten nicht versuchen, schon mit dem E-Mail-Titel etwas zu verkaufen. Ihre Verkaufsabsichten sollten auch nicht gleich am Anfang der Inhalt Ihrer Nachricht sein.

Hier sehen sie ein paar sehr uneffektive E-Mail-Titel:

"Das Nummer 1 - Produkt gegen Sodbrennen..."

"Wichtige Nachricht, lesen Sie bitte!"

"Hallo, Name. Wie geht es dir?"

Ob sie es glauben, oder nicht – diese Beispiele sind allesamt sehr gängige E-Mail-Titel, die in der Regel nicht sehr gut funktionieren.

Der erste Titel ist einfach zu verkaufsorientiert. Er schreit förmlich: "ICH BIN EIN Werbebotschaft!" Die Menschen öffnen in der Regel keine E-Mails, bei welchen sie sich sicher sind, dass es sich um eine Werbebotschaft handelt.

Der zweite und dritte Titel sind nichtssagend. Die Menschen bekommen keinen Einblick, worum es in der Nachricht eigentlich geht. Solche E-Mails werden oft einfach übersprungen.

Überlegen Sie sich bei der Erstellung Ihrer E-Mail-Titel, was die dringendsten Probleme und Fragen Ihrer Kunden sind und verwenden Sie diese in Ihrem E-Mail-Titel. So erwecken Sie Aufmerksamkeit – und die Menschen wollen Ihre Nachricht lesen.

Wenn Sie zum Beispiel Golfschläger verkaufen, könnten Sie folgende Titel verwenden:



"Wie finde ich die richtigen Golfschläger?"

Dieser Titel ist zwar etwas langweilig, aber er bringt es gleich auf den Punkt. Und dieser Titel würde sowohl Anfänger als auch erfahrene Golfer ansprechen.

(GUT)



"Die ultimativen Golfschläger für Anfänger"

Dieser Titel klingt, als könnte es sich um einen Artikel handeln, der sehr nützlich und interessant ist.

(Besser)



"Diese Golfschläger verbessern Ihr Ergebnis um 5 Schläge"

Dieser Titel spricht die Leser direkt an. Es lässt sie wissen, dass es hier um Golfschläger geht, welche ihm helfen, seine Golfergebnisse zu verbessern. Er hört sich auch nicht unbedingt wie eine Werbebotschaft. Es könnte auch nur eine Empfehlung sein.

(AM BESTEN!)

Folgende Punkte sollten Sie bei der Erstellung Ihrer Titel beachten:



Ihre Titel sollten 10 Wörter lang sein.

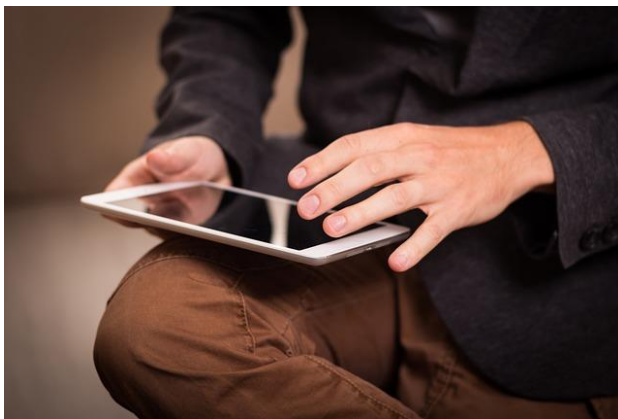


Ihre Titel sollten Aufmerksamkeit erzeugen, aber nicht zu "verkäuferisch" klingen.



Ihre Titel sollten die Menschen ermutigen, Ihre E-Mails zu öffnen.

Wie Sie Menschen "zwingen", zu lesen und zu kaufen



Bringen Sie die Menschen dazu, Ihre Nachricht zu lesen und Ihr Produkt zu kaufen.

Das Öffnen Ihrer E-Mail alleine ist es aber noch nicht. Sie muss auch gelesen werden. Wenn die Menschen Ihre Nachricht nicht lesen, können Sie auch nicht Ihre Botschaft

vermitteln. Es kann schwierig sein, die Leute zum Lesen Ihrer E-Mail zu bewegen. Oft sind die Leute sehr beschäftigt und mögen keine Verkauf-E-Mails.

Daher müssen Sie diese wichtigen Dinge beachten, damit die Menschen auch Ihre gesamte E-Mail-Nachricht lesen:

Die Botschaft muss relativ kurz sein, wenn sie etwas verkauft.



Sie müssen sofort Aufmerksamkeit erregen, ohne dass es sich so anhört, als ob Sie etwas verkaufen möchten.

Ihre Nachrichten sollten idealerweise aus nicht mehr als 3 - 5 kurzen Absätzen bestehen. Die Leute sind sehr beschäftigt, und sie werden leicht abgelenkt. Das Lesen langer Nachrichten werden die Menschen in der Regel mittendrin abbrechen und nicht bis zum Ende lesen.

Die Aufgabe Ihrer E-Mail ist es, die Leser zu Ihrem Sales-Letter zu führen.

Erst Ihre Verkaufs-Seite soll verkaufen.

Eine gute Möglichkeit für den Anfang Ihrer E-Mail ist es, dem Leser deutlich zu machen, dass Sie wissen, welche Probleme, Sorgen und Fragen er hat und Sie ihn verstehen.

Es gibt zwei Möglichkeiten, dies zu tun:

1. Identifizieren Sie sich mit Ihren Lesern auf einer persönlichen Ebene
2. Lassen Sie sie wissen, dass andere Menschen auf die gleiche Weise fühlen.

Zur Identifizierung mit Ihren Lesern auf einer persönlichen Ebene können Sie Ihre E-Mail zum Beispiel wie folgt beginnen:

"Ich erinnere mich, als ich mit dem Golfsport anfang, hatte ich starke Befürchtungen, dass ich die falschen Golfschläger auswählen würde. Golfschläger sind teuer. Würde ich die falschen Schläger kaufen, hätte ich eine Menge Geld verschwendet und mein Golfspiel wäre schlecht."

Um Ihre Leser wissen zu lassen, dass Sie auf die gleiche Weise wie sie empfinden, können Sie die E-Mail so beginnen:

"Eine Menge Leute haben mich in letzter Zeit gefragt, welche Golfschläger sie kaufen sollten. Ich antworte ihnen immer gleich und ich dachte, dass Sie diese Informationen vielleicht auch kennen möchten."

Vergessen Sie nicht, Ihre Leser persönlich anzusprechen! Schreiben Sie nicht Dinge, wie zum Beispiel:

"Ich wollte meiner Liste schreiben ..."

"Ich wollte Euch alle wissen lassen, dass ..."

"Hat jemand Probleme mit ..."

Schreiben Sie Ihre Leser direkt als Individuum an:



"Haben Sie Probleme ..."



"Ich wollte Sie wissen lassen, dass ..."



"Haben Sie davon gehört ..."

Ihre Leser werden wissen, dass Sie die E-Mail nicht direkt an sie persönlich geschrieben haben, aber das ist nicht der Punkt. Der Punkt ist, dass unbewusst eine persönliche Ebene geschaffen wird, die Vertrauen weckt. Auf einer persönlichen, vertrauensvollen Ebene fällt es den Menschen viel leichter, etwas zu kaufen!

Je mehr persönlich angesprochen sich Ihre Leser bei jeder Ihrer Nachrichten fühlen, desto wahrscheinlicher ist es, dass sie Ihre gesamte Nachricht lesen werden - und umso wahrscheinlicher werden diese Menschen bei Ihnen kaufen.

Schlusswort



Sie sehen, effektive E-Mails zu schreiben, ist gar nicht so schwer. Wenn Sie die in diesem ebook aufgezeigten Richtlinien bei der Erstellung Ihrer E-Mails und Autoresponder-Nachrichten umsetzen, können Sie die Wirksamkeit Ihrer Mails deutlich steigern.

Sicherlich wird es Ihnen nicht sofort gelingen, die „perfekte“ E-Mail-Nachricht und den „perfekten“ E-Mail-Titel zu erstellen. Doch bleiben Sie dran, es lohnt sich.

Testen Sie verschiedene Überschriften und Inhalte für Ihre Mails – bis Sie die effektivste Variante gefunden haben.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg und hoffe, dieser Ratgeber hilft Ihnen dabei.