Ratgeber-Ebooks

internetmarketing-strategien.de

Das Geld liegt in der Liste - wie du dir mit einer lukrativen Email-Liste dein dauerhaftes Grundeinkommen sicherst

Lieber Leser, du darfst dieses Ebook kostenlos weitergeben!

Es ist dir ausdrücklich gestattet, dieses Ebook weiter zu geben. Schenke es Freunden und Bekannten, die einen Nutzen daraus ziehen können. Weiters darfst du es auf deiner Webseite zum kostenlosen Download anbieten, oder als Gratis-Zugabe zu einer Newsletter-Anmeldung.

Bedingungen: Die Inhalte des Ebooks (Texte, Grafiken, Links usw.) dürfen auf keinen Fall verändert werden.

Wenn du es als Gratis-Download anbietest, muss ein Link zu www.internetmarketing-strategien.de gesetzt werden. du darfst dieses Ebook auf keinen Fall verkaufen!

Haftungsausschluss:

Die Inhalte dieses E-Books wurden sorgfältig recherchiert. Der Autor übernimmt keine juristische Verantwortung oder Haftung für Schäden, die durch evtl. verbleibende Fehler entstehen. Alle Warenzeichen werden ohne Gewährleistung der freien Verwendbarkeit benutzt und sind möglicherweise registrierte Warenzeichen.

Copyright ©2017, Uwe Uhrig internetmarketing-strategien.de

Inhalt:

1. Einleitung - Die Liste als Geldautomat
2. Die passende Zielgruppe finden
3. Ein Lead-Magnet der Kunden begeistert
4. Die Landing-Page - das Herz des Lead-Gewinnungs-System
5. Begeisternde Texte schreiben
6. Inspirierende Bilder als Eyecatcher
7. Videos als Optin-Beschleuniger
8. Traffic - die Lebensader eines jeden Online-Business

9. Automatisieren mit Email-Programmen und Autorespondern
10. 4 Email-Beispiele, die dir den Start einfacher machen

1. Einleitung - Die Liste als Geldautomat

Eine Möglichkeit, mit deinen Kunden und Interessenten immer wieder in Kontakt zu kommen.

Stell dir vor, es gäbe eine Möglichkeit, in deinem Geschäft auf einen Knopf zu drücken und innerhalb weniger Minuten käme Geld auf dein Konto - in etwa so wie bei einem Geldautomat.

Gibt es nicht? Gibt es doch!

Bis zu dem Zeitpunkt, an dem ich Direktmarketing und Newslettersysteme kennen gelernt habe, war mein Leben als Unternehmer ein komplett anderes.

Direktmarketing heißt, dass ich bei meinen Interessenten eine direkte Reaktion provoziere und sie direkt zum Handeln auffordere. Ich will, dass sie entweder etwas bei mir kaufen oder eine andere Handlung vornehmen, so dass ich den Kauf in Zukunft provozieren kann.

Das heißt, ich tue genau das Gegenteil von Marken- oder Imagebildung, was fast alle Unternehmer machen.

Und das hat auch einen Grund: Wir sehen jeden Tag Werbung von riesigen Konzernen wie BMW oder McDonalds und glauben dann, dass Marketing genau so funktionieren muss.

ÄÄÄÄPPPPP! FALSCH!
Das ist genau der gegengesetzte Ansatz dessen, was für uns funktioniert, außer du hast auch 100 Millionen € Jahresbudget, die du ungeniert raushauen kannst, um deinen Marktanteil zu sichern, wie es die Großkonzerne tun.

Du musst es einfach schaffen, dass deine Kunden auf deine Maßnahmen reagieren und bei dir kaufen. Eine Marke ohne Umsatz aufzubauen hat bisher noch keinem etwas gebracht.

Ich bin ein absoluter Fan von Newsletter-Systemen und halte diese Erfindung für eine grandiose Entwicklung für uns Unternehmer.

Denn wir können den Kundengewinnungsprozess zu 100 % automatisieren und die Leute dazu bringen, bei uns zu kaufen, ohne dass wir dafür noch einen einzigen Handschlag tun müssen.

Das heißt, die Leute geben mir Geld, ohne das ich dafür etwas tun muss.

Um ein automatisiertes System für dich aufzubauen, dass dir neue Kunden bringt, die

„Abwarter“ weiter informiert und vorqualifiziert und die „Nichtkäufer“ für dich aussortiert, brauchst du nur zwei Dinge:

Ein Newslettersystem (wie z.B. getresponse.com) und eine Landingpage.

Diese Landingpage kann entweder deine Webseite sein, auf der sich deine Interessenten zu deinem Newsletter anmelden können, oder du baust dir etwas noch Effektiveres:

Eine eigene Webseite, die nur dazu da ist, Nutzerdaten für dich einzusammeln und dann den automatisierten Marketingprozess für dich zu starten:

Eine typische Landingpage bzw. „Squeezepage“ ist so gestaltet, dass ich schon nach den ersten zwei Sätzen die Hauptwünsche meiner Zielgruppe angesprochen habe und zudem biete ich gegen die Eingabe der Daten eine Lösung an.

(So wie es bei dir wahrscheinlich mit diesem Report war.)

Dabei schaffe ich es durch die knappe und interessante Information, dass über 20 % der Seitenbesucher ihren Namen und ihre E-Mail-Adresse hinterlassen, so dass ich in der Folge immer wieder die Gelegenheit habe, mit ihnen in Kontakt zu treten und sie davon zu überzeugen, dass das, was ich anbiete, eine perfekte Lösung für sie ist.

Damit schlägt diese kleine, einseitige Webseite alle meine großen, informationsüberfluteten Homepages um Längen, wobei ich selbst Landingpages habe, bei denen sich ca. 40 % aller Besucher in meinen Newsletter eintragen, um von mir informiert zu werden.

Und weil diese Methode einer der effektivsten und besten Wege überhaupt ist, um neue Kunden zu gewinnen, empfehle ich dir auch dringend, eine solche Landingpage zu erstellen.

Dort kannst du dann gegen die Daten des Besuchers einen Report, ein Video oder irgendetwas anderes kostenlos hergeben, was der Person umgehend hilft, sein Problem zu lösen oder seine Wünsche zu erfüllen.

Das klappt in JEDER BRANCHE, mit JEDEM KUNDENKREIS und für JEDES PRODUKT!

So baust du Vertrauen auf, erzeugst eine Beziehung und kannst dich positiv von der Konkurrenz abheben, die eben genau das nicht schafft.

Und wenn du dann einige Menschen in deiner Datenbank hast, dann kannst du jederzeit mit einem Knopfdruck deine Marketingkampagne starten und musst nur noch zusehen, wie das Geld auf dein Konto sprudelt.

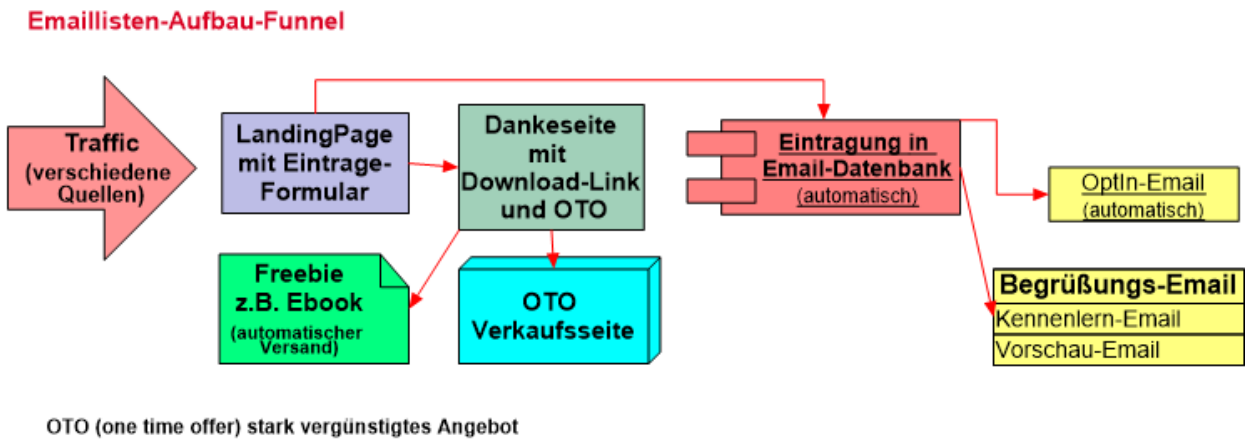
Und das ist ein Moment, der einfach nur fantastisch ist!!!

Die wichtigste Nachricht, die ich dir in diesem Report auf den Weg geben möchte ist folgende:

Sei anders als die Anderen, gehe neue Wege und sorge dafür, dass du in Kontakt mit

den Menschen kommst, die dafür geeignet sind, bei dir Kunde zu werden!

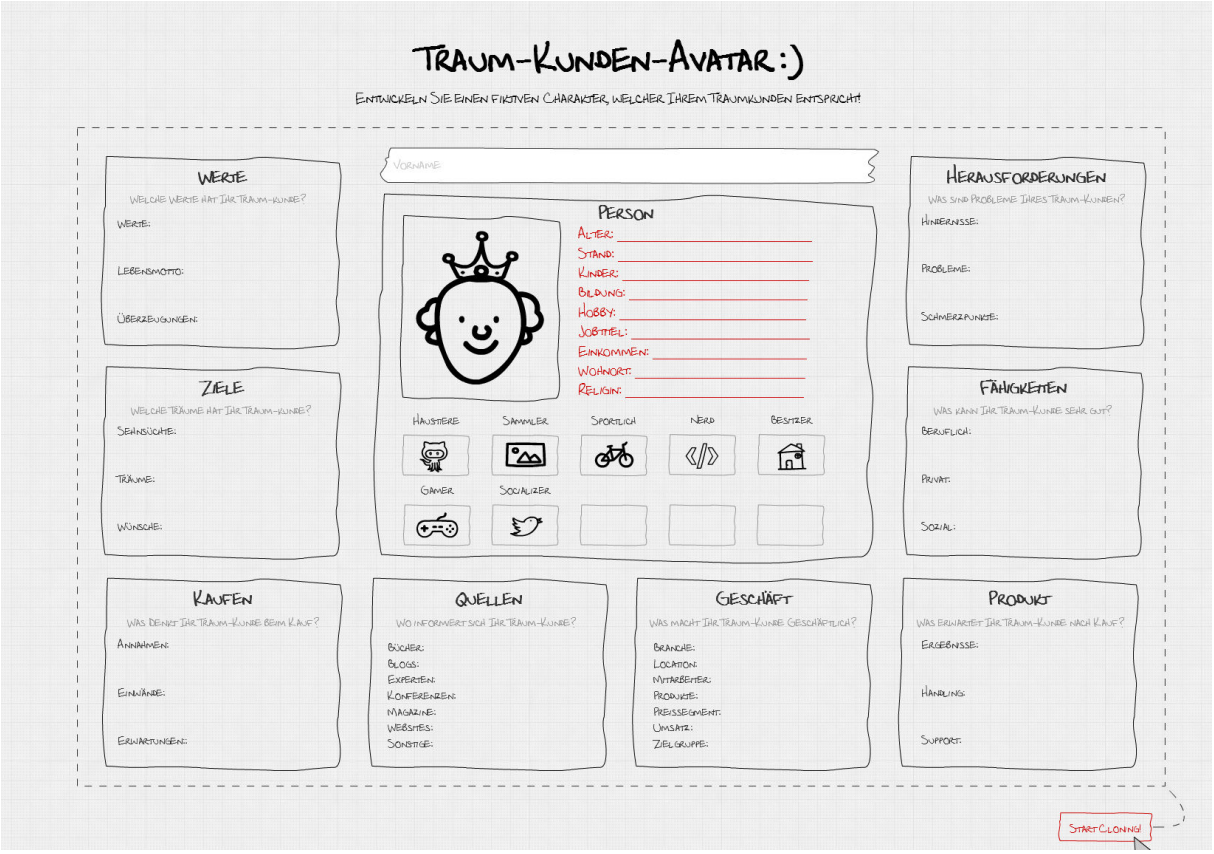
Hier noch eine schematische Darstellung des Listenaufbau-Vorgangs:



2. Die passende Zielgruppe finden

Ermittle die erfolgversprechendste Zielgruppe, der du mit deinem Angebot ein brennendes Problem löst oder ein dringendes Bedürfnis befriedigst.

Bestimme deinen Traum-Kunden:



Definiere deinen Traumkunden (siehe Skizze) und identifizier seine brennendsten Probleme, die du ihm lösen und die dringendsten Bedürfnisse, die du befriedigen kannst!
Finde heraus, was deinem zukünftigen Kunden beschäftigt.

Es gibt die 4 wesentliche Bereiche die unser Handeln beeinflussen und steuern:

– Denken & Fühlen
– Hören
– Sehen
– Sagen & Machen

• **Da drunter sind die 2 GROßEN Bereiche**

– Schmerz
– Gewinn (Lösung/Ziel)

Ermittle zu folgenden Fragen (am besten fragst du deine potentiellen Kunden direkt)

Was hält ihn nachts wach?
Wovor hat er Angst?

Was macht ihn ärgerlich oder regt ihn richtig auf?
Was sind seine täglichen Frustrationen?
Welche neuen Trends passieren a) in seinem Business Umfeld b) in seinem Leben (privat)
Was sind seine heimlichen (nicht ausgesprochenen) Wünsche/Sehnsüchte?
Was ist seine vorherrschende Mentalität? Also eher rational/Zahlen oder emotional/impulsiv?
Was ist seine Sprache? Besondere Ausdrücke usw.
Wer außer dir verkauft ihm noch etwas?
Wer hat noch versucht ihm etwas zu verkaufen und ist dabei gescheitert?

Wenn du das alles hast dann hast du:

• Die genaue Sprache, die deine zukünftigen Kunden verwenden

• Welches Marketing Medium das Beste für sie ist

• Wie du ihnen „Entertainment“ bringst in deinem Marketing (= RELEVANT bist)

• Wie du IHRE Schmerzen lindern kannst (= dein Produkt verkaufen kannst)

• Wie du sie mit GESCHICHTEN beeinflussen kannst

• WAS du ihnen verkaufen kannst

3 Wege wie du die Informationen bekommst:

1)Du machst INTERVIEWS

2)Du machst Recherche… Google, Gruppen, Facebook, Blogs usw

3)Du machst Umfragen

Alle 3 funktionieren…

Aber aus 1) bekommst du am MEISTEN raus… und Umfragen musst du richtig machen…

Die EINE Frage für Umfragen, die dir das Wichtigste verrät

• „WAS ist deine größte Herausforderung, wenn es um XY (dein Markt, dein Problem) geht?“

• Denn Menschen wissen nicht was sie wollen

• Menschen wissen nur was sie nicht wollen!

(Liegt an den unterschiedlichen Gehirnregionen, die angesprochen werden)

3. Ein Lead-Magnet der Kunden begeistert

Checkliste: Der perfekte Lead-Magnet

Lead-Magnet Titel: …….

Beschreibe das Versprechen des Lead-Magnets:
……
……
……

Art des Lead Magnets:

- Report / Anleitung
- Toolkit / Ressourcenliste
- Software Download / Prüfung
- Quiz / Umfrage
- Verkaufsmaterial
- Handout
- Trainingsvideo
- Rabatt / kostenloser Versand
- Leistungsfeststellung / Test
- Erster Schritt eines Bestellformulars
- Sonstige:

8 Punkte Checkliste zum Lead-Magnet:

1 Unglaublich spezifisch
Der Lead-Magnet sollte NIE vage oder unspezifisch sein. Du musst eine unglaublich spezifische Lösung für einen unglaublich spezifischen Markt anbieten.

2 Das große Ganze
Jeder wünscht sich eine „Wunderpille“ oder ein „Allheilmittel“, darum ist es immer besser, ein großes anstatt vieler kleiner Versprechen zu machen.

3 Das Problem finden und ansprechen
Was möchte dein Markt WIRKLICH? Wenn du das herausfinden kannst und einen Lead-Magnet anbietest, der genau das verspricht, werden deine Besucher dir bereitwillig ihre Kontaktinformationen (und ihre Aufmerksamkeit) dafür geben. (Kleiner Tipp: Sprich über die Größe der Löcher... nicht über die Größe des Bohrers!)

4 Unmittelbare Belohnung
Vermeid Newsletters und E-Mail-Kurse über mehrere Tage als Lead-Magnete. deine Interessenten wollen Lösungen, und zwar JETZT!

5 Veränderung der Beziehung
Die besten Lead-Magnete informieren nicht nur... sie verändern tatsächlich das Denken deines potentiellen Kunden, so dass diese es kaum erwarten können, mit dir zusammenzuarbeiten.

6 Hoher wahrgenommener Wert
Nur weil etwas kostenlos ist, sollte es nicht so kostenlos AUSSEHEN. Verwende professionelle Grafiken und Bilder, um dem Kunden den finanziellen Mehrwert deines Lead-Magnetn zu zeigen.

7 Hoher tatsächlicher Wert
Wenn dein Lead-Magnet die Erwartungen nicht erfüllen kann, hast du zwar vielleicht die Kontaktinformationen der Interessenten, aber du wirst ihre Aufmerksamkeit verlieren. Um zu
gewinnen, musst du etwas versprechen und es dann auch LIEFERN.

8 Schnelle Verarbeitung
Der Lead-Magnet darf keine Blockade in deinem Verkaufstrichter darstellen. Er sollte bestenfalls innerhalb von 5 Minuten gelesen und verarbeitet werden können.
(Mit anderen Worten: Vermeide lange, langweilige eBooks, an denen man tagelang liest.)

4. Die Landing-Page - das Herz des Leadgewinnungs-Systems

Checkliste: Die perfekte Landing-Page

Hinweis: Nicht alle Punkte auf dieser Checkliste sind ein “Muss”. Je mehr du aber umsetzt, desto besser. Grundsätzlich sind Punkte weiter oben auf der Liste wichtiger als Punkte weiter unten.

Klar und einfach
Die besten Landing-Pages haben eine einfache Botschaft und machen ein klares Angebot mit einem sofort ersichtlichen Mehrwert.

Leicht verständlich
Wenn ein Besucher nicht innerhalb von 5 Sekunden sieht, was er erhält, wirst du ihn verlieren. Mache den “5 Sekunden Test” mit Freunden und Kollegen, um sicherzustellen, dass Jeder sofort sieht, was er bekommt.

Überzeugende Überschrift
deine Überschrift muss klar und konsistent sein und dem Besucher einen echten Mehrwert versprechen. dein Interessent muss wissen, dass er bei dir richtig ist mit dem, was er sucht und was ihn umtreibt.

CTA “Above the Fold”
Die meisten Besucher deiner Webseite werden nicht scrollen. Sie müssen sich also ohne zu scrollen in deine Email-Liste eintragen können. Konkret: Der “Call to Action”, die Handlungsaufforderung, muss sofort sichtbar sein, wenn die Webseite geöffnet wird.

Kontrastreicher Button
Der Button, auf den deine Interessenten klicken sollen, muss herausstechen, darf also keinesfalls die gleiche oder eine ähnliche Farbe wie der Hintergrund um den Button herum haben.

Individueller Button-Text
“Absenden” genügt nicht als Text auf den Button. Experimentiere mit verschiedenen Versionen wie “hier herunterladen”, “zum internen Bereich” und so weiter und thematisiere auch im Button den Mehrwert deines Geschenks.

Minimale Navigation
Idealerweise hat der Interessent nur zwei Möglichkeiten: Sich in deine Liste eintragen oder die Seite verlassen. Je weniger andere Möglichkeiten er hat, desto höher ist in der Regel die Conversion-Rate.

Visualisierung des Geschenks
Visualisiere dein Gratis-Geschenk beispielsweise mit einem 3D-Cover oder ähnlichem.

Blick lenken
Führe das Auge deiner Besucher zum Optin-Button. Nutze dazu Pfeile oder lasse Menschen, die auf der Optin-Seite zu sehen sind, zum Optin-Button blicken.

Wenig Infos erfragen
Erfrage nur die Informationen, die du wirklich benötigst und mit denen du auch arbeitest. Zumeist genügt die Mailadresse, maximal solltest du zusätzlich den Vornamen erfragen - weniger ist hier mehr!

Passend zur Traffic-Quelle
Text und Bilder sollten möglichst exakt Text und Bildern deiner Traffic-Quelle entsprechen. dein Besucher sollte als genau das sehen, was er beispielsweise im Blog-Eintrag oder in deiner Facebook-Anzeige gesehen hat, bevor er auf die Landing-Page gelangt ist.

Social Proof
Verwende "social Proof", um dein Geschenk interessanter zu machen. Bei manchen Email-Anbietern kannst du beispielsweise die Anzahl der Anmeldungen für den jeweiligen Bonus anzeigen. Alternativ kannst du Testimonials oder auch Icons von Facebook, Twitter und Google+ verwenden. Auf diese Art und Weise kann deine Landing-Page auch geteilt werden.

5. Begeisternde Texte schreiben

Hier ein paar Tipps zum Einstieg in das Thema Schreiben:

• **Erstelle dir deine Ideen-Liste für gute Artikel oder Emails.** Das kannst du auf deinem Smartphone in GoogleDocs, Evernote, Notizen oder was auch immer für dich funktioniert machen. Das ist grandios. Weil du JEDERZEIT, immer wenn du dich hinsetzt zum Schreiben schon eine fertige Liste hast.

• **Nimm dir SCHREIB-ZEIT.** Plane deine Zeit fest ein und blockiere ALLE Fluchtwege.
Also Internet aus, Emailprogramm schließen (es sei denn du schreibst deine Email direkt im Autoresponder). Smartphone auf Flug-Modus. Wecker oder Timer stellen: 33 Minuten und 33 Sekunden und los. Wenn nichts kommt, dann kommt nix. Aber du bleibst dran.
Du wirst sehen - dein Verstand wird sich so langweilen, er WIRD schreiben wollen

• **Dann schreib einfach.** Nicht stoppen - nicht korrigieren. Das kannst du echt später machen… und solltest du auch. Aber NICHT im Prozess… Es ist wie ein Fluss - go with the

flow

• **Nutze viele Verben (Die guten alten TU-Wörter).** Versuch so aktiv wie möglich zu schreiben. Nicht passiv. So wird dein Text viel lebendiger.

• **Schreibe nur zu EINER PERSON.** So wie ich hier DIR schreibe. NIE an eine Gruppe… „liebe Leser…blabala…“ Es ist wie auf der Straße, wenn jemand umfällt und Hilfe braucht. Sag nicht „Holt jemand bitte einen Krankenwagen?“ sondern „du mit der lila Unterhose: Ruf jetzt einen Krankenwagen!“ Lass deine Leser nicht entkommen

• **Kurz und kraftvoll.** Deine Sätze - versuche keine Thomas Mann Romane zu schreiben… Sätze, die über eine halbe Seite gehen. Kurz und knapp - auf den Punkt.
Klar kannst du auch mal einen längeren Satz dazumischen, denn es ist gut auch mal Sätze zu haben, die durch ihre Länge einen Kontrast zum vorher Geschriebenen bieten… (so wie ich jetzt hier)

• **Absätze: Kurz. Sehr kurz.** Vergiss alles, was dir dein Deutschlehrer beigebracht hat.
3 Zeilen sind perfekt.
1 Zeile ist super.
4 Zeilen. Bitte als Ausnahme.

• **Es gibt Leser und es gibt Scanner.** Die Scanner fliegen über deinen Text und kommen vielleicht wieder zurück und lesen tatsächlich.
Hilf ihnen durch viele Unter-Überschriften mit Kern-Aussagen ihr Interesse zu wecken.

Das sind die paar (wichtigen) Basic Tipps für dich, um zu starten.
Also Zeit einplanen. Thema aus deiner Liste schnappen. Timer starten.
Schreiben. Danach editieren und Email versenden oder Blog-Post erstellen.

Unterschätze bitte auch nicht die Power, die in einer guten Headline steckt.

David Ogilvy, eine Legende in der Werbebranche, hat sogar gesagt, die Headline ist der wichtigste Teil eines Werbebriefes. Sie wird im Schnitt 5-mal häufiger gelesen als der eigentliche Werbetext.

Tatsache ist, die Headline einer Werbebotschaft ist zu einem großen Teil dafür verantwortlich, ob das beworbene Produkt ein Verkaufserfolg wird oder nicht.
Aber, Headlines zu schreiben, die den Leser fesseln und ihn dazu verleiten den weiteren Text zu lesen, ist eine Wissenschaft für sich. Viele große Werbetexter verwenden oft mehr Zeit für das Schreiben einer Headline als für das Schreiben des eigentlichen Verkaufstextes.

Manche Werbetexter schreiben oft 100 Headlines und mehr, wovon sie dann nur eine

Handvoll verwenden.

Ich will dir damit nicht sagen, dass du für jeden kleinen Artikel 100 Headlines schreiben sollst. Nein. Ich will dir damit verdeutlichen, wie wichtig eine herausragende Überschrift sein kann.

Gerade wenn du nicht viel Erfahrung mit Werbetexten hast, kann es eine fast schon unlösbare Aufgabe sein, eine Headline zu verfassen, die allen erfolgserprobten Regeln des Werbetextens genüge tut.

Um dir sehr viel Zeit, Arbeit und Kopfschmerzen zu ersparen, habe ich dir in meinem kostenlosen Report 44 der besten Headlines zusammengefasst.
Hier der Link zum Headline-Report:

6. Inspirierende Bilder als Eyecatcher

Bilder-Quellen:

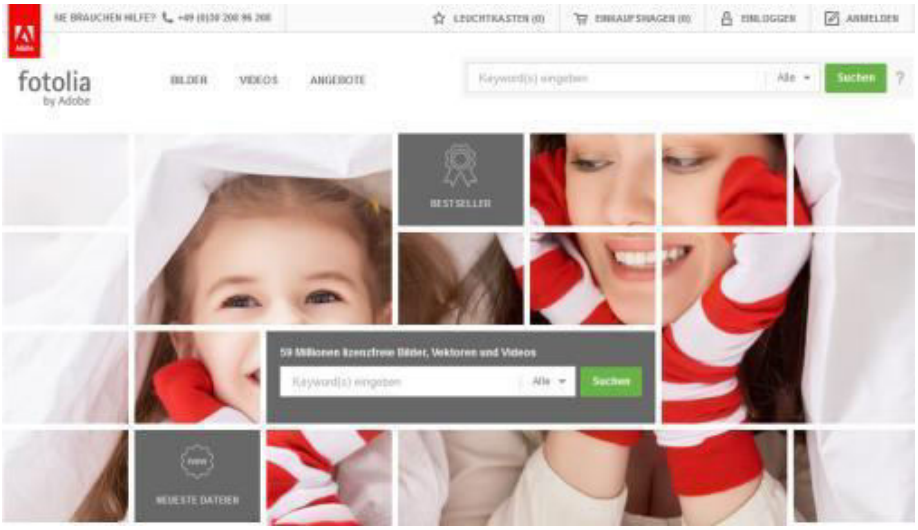
Kostenlose Bilder und Grafiken:

- **Tolle Bilder kostenlos:** https://unsplash.com/ es können auch eigene Bilder hochgeladen werden.

Pixabay, mein Bilderportal erster Wahl: https://pixabay.com
Pixelio, eines der ersten: http://www.pixelio.de
Auch hier lohnt es sich immer mal reinzuschauen: http://de.freeimages.com/

Kostenpflichtige Bilder:

- **Fotolia, gute Bilder zum fairen Preis** – da kaufe ich ein, wenn ich bei den anderen nichts finde:



https://de.fotolia.com

Bildbearbeitung:

- **Stationär auf dem Rechner – Gimp:** http://www.gimp.org/ (deutscher Download: http://www.chip.de/downloads/GIMP_12992070.html)

- **Bearbeitung online:** https://www.canva.com/
  Canva ist in meinem „Werkzeugkasten“ einfach nicht mehr wegzudenken. Ich nutze es regelmäßig um professionelle Grafiken mit minimalem Zeitaufwand zu erstellen. Das Tool ist kostenlos.
- **Bearbeitung online:** https://www.picmonkey.com/
  PicMonkey ist ein weiteres Programm zur Grafik-Erstellung. Ich nutze es vor allem für die Bildbearbeitung, da PicMonkey hier deutlich mehr Möglichkeiten bietet als Canva.

7. Videos als Optin-Beschleuniger

10 Schritte Video-Optin-Formel

1. Aufmerksamkeit erregen
Starte mit einem Statement, das den Zuschauer interessiert und "erregt".
Ganz klassisch kannst du sagen: "Wie es mir innerhalb … gelungen ist, … zu erreichen."
Mache ein konkretes Versprechen, etwas, was dein Kunde gerne erreichen möchte.
Sprich eine Angst des Kunden an und erkläre, wie du das Problem gelöst hast.
Sei so konkret und spezifisch wie möglich.
Alternativ stellst du eine kontroverse These in den Raum.
Einige Beispiele:
"Abnehm-Pillen haben bei mir nie funktioniert - und bei Ihnen werden sie das auch nicht!
So kann es nicht weiter gehen!"

2. Loop öffnen
"Hallo, mein Name ist … und in wenigen Minuten werde ich Ihnen verraten, wie auch Sie endlich…"
(Hier die Lösung für das wichtigste Problem des Kunden ansprechen)

3. Problem etablieren
Problem der Zielgruppe beschreiben.
Beschreibe hier das große Problem deiner Zielgruppe, wie du es mit der Kundenavatar-Übung erarbeitet hast.
Grundsätzlich müssen wir verstehen, dass die Menschen im Grunde nur zwei Ziele antreiben:
Negatives verringern, Positives verstärken.
Daraus ergeben sich Bedürfnisse und Wünsche und daraus ergibt sich Nachfrage. Diese Nachfrage bietet die Gelegenheit, etwas zu verkaufen. Du als Unternehmer lieferst die Lösung, um diese Nachfrage zu befriedigen.
Sprich also hier über das Problem deiner Zielgruppe und zwar in einer Art und Weise, dass deine Interessenten sehen, dass du dieses Problem kennst.

4. Problem in Kontext setzen
Mache das Problem noch größer.
Streuen Salz in die Wunde, beispielsweise, indem du deinen Interessenten klar machst, was das Problem noch bedeutet.
Dazu kannst du beispielsweise beschreiben, wie sich berufliche/finanzielle Probleme aufs Privatleben auswirken und umgekehrt.

Eine weitere Möglichkeit ist, den zeitlichen Horizont aufzumachen: Wenn es noch X Monate so weiter geht dann…

5. Lösung nennen

Die Lösung des Problems ist (natürlich) der Optin-Bonus, den der Interessent erhält, wenn er dir seine Email-Adresse gibt.
Beschreibe, wie das Bonus-Geschenk, das du gibst, das eben genannte Problem des Kunden löst.
Dieses Geschenk sollte durchaus hochwertig sein, also die Qualitäten eines vollwertigen Produktes haben.
Idealerweise sollte es eine schnelle Lösung für das unter 3. beschriebene Problem sein.
Zum Übergang von 4. zu 5. kannst du die Formulierung "Dabei ist es doch so einfach…" wählen.

6. Features und Vorteile des Bonus-Geschenks

Zählen Sie nun die Vorteile des Bonus-Geschenks auf. Gehen Sie dabei immer vom Nutzen und Mehrwert für den Interessenten aus.
Wenn Sie also ein Feature beschreiben, dann erklären Sie immer auch, was der Interessent davon hat.
Formel: Enthält Feature X damit Sie/so dass Sie Z machen können.
Beispiel: Dieses Auto hat ein Ersatzrad, damit Sie bei einer Reifenpanne weiterfahren können.
Je mehr Features und Vorteile Sie hier zusammenstellen, desto besser.

7. Klarer Call to Action

Sage deinen Interessenten nun ganz genau, was er zu tun hat.
Beispiel:
Also: Trag dich jetzt unter dem Video ein, damit ich dir den Bonus-Report senden kann.
Mache es so konkret wie möglich, indem du genau sagst, was zu tun ist. Mache dies auch, wenn es dir offensichtlich erscheint!

8. Autorität aufbauen

Warum du auf uns hören solltest.
Falls möglich solltest du dich an dieser Stelle als Autorität auf deinem Gebiet, also als jemand, der wirklich weiß was zu tun ist vorstellen.
Wir tun dies absichtlich nicht zu Beginn des Videos, weil es zu Beginn des Videos vor allem um den Interessenten und sein Problem geben soll und nicht um dich.
An dieser Stelle kannst du gerne auch beschreiben, wie du selbst das Problem, mit dem die Kunden kämpfen, für dich gelöst habst.

9. Deadline setzen

Eine Deadline ist wichtig, weil die Menschen oft davon ausgehen, dass eine Sache für sie immer verfügbar ist. Deshalb musst du mit der Angst, dass der Bonus bald nicht mehr verfügbar ist, arbeiten.
Du kannst beispielsweise sagen, dass der Bonus nur für eine Woche verfügbar sein wird oder nur für maximal 100 Downloads oder dergleichen. Mache deinem Interessenten klar, dass er die Chance jetzt nutzen muss!
Beispiel: Sie müssen den Bonus JETZT anfordern, weil…

10. Letzter Call to Action
Zum Schluss endest du mit einem letzten klaren Call-to-Action. Beschreibe nochmals ganz genau, was zu tun ist, um den Bonus zu erhalten.
Mache deinem Interessenten klar, dass sich an seinem aktuellen Problem nichts ändern wird,
wenn er jetzt nicht handelt und den Bonus anfordert.

8. Traffic - die Lebensader eines jeden Online-Business

Traffic sorgt für Besucher und Besucher sorgen für Geld.
Traffic ist in allererster Linie mal die englische Bezeichnung für Verkehr. Im Internet wird damit der Datenverkehr bezeichnet.
Traffic ist für Webseitenbetreiber das A und O, denn damit sorgt er für Bewegung, Verkehr und Besucher. Und Besucher sorgen für Geld.

Letztlich verfolgt eine jede Website im Internet ein bestimmtes Ziel – die einen möchten ihr Image stärken, andere wollen informieren und wieder andere neue Zielgruppen generieren oder ihre Produkte und Dienstleistungen verkaufen.
Traffic ist für all diese Ziele der Erfolgsfaktor Nummer 1, denn wenn niemand deine Seite besucht, gibt es auch keinen Umsatz.
Besucher-Maximierung ist daher eines der Top-Themen für jeden erfolgs- und zukunftsorientierten Webseitenbesitzer.

Warum ist zielorientierter Traffic so wichtig?
Traffic ist keine Frage der Website, der Nische oder der Branche und auch keine Frage des Produkts oder der Dienstleistung. Wenn dem so wäre, dann würden alle Webmaster mit bestimmten Produkten, in bestimmten Nischen und mit bestimmten Inhalten massiven Traffic aufbauen. Die Websites zu einem bestimmten Thema würden alle vor Traffic platzen, wogegen die Websites anderer Themen nie Traffic aufbauen würden.

Wir sehen jedoch überall trafficarme und trafficreiche Websites Seite an Seite im Internet leben – nicht nur in derselben Branche, sondern oft auch mit den ähnlichen Inhalten und ähnlichen Produkten. Was macht also den Unterschied aus? Was entscheidet tatsächlich

über Erfolg oder Misserfolg?

Wir stellen fest, dass trotz gleicher Branche und Zielgruppe, die eine Website massiven Traffic
aufbaut, während die andere gnadenlos scheitert. Woran liegt das? Was machen die erfolgreichen Unternehmer anders?
Ganz einfach. Wenn zwei absolut vergleichbare Webangebote, die sich zudem an dieselbe Zielgruppe wenden, sie also teilen müssen, so unterschiedlich Erfolgszahlen aufweisen, dann zeigt das klar, dass Trafficaufbau etwas damit zu tun hat, die richtigen Dinge in der richtigen Art und Weise zu tun.

Doch eben diese Fähigkeit, die Dinge auf eine bestimmte Art und Weise zu tun, hat nichts mit
dem Besitz einer großen Allgemeinbildung oder unterschiedlichen finanziellen Möglichkeiten zu tun. Der Unterschied zwischen erfolgreichen und weniger erfolgreichen Internetmarketer liegt einzig und allein in ihrem Fachwissen. Also dem Wissen, wie man die richtigen Maßnahmen zur richtigen Zeit an die richtigen Interessenten bringt.

Erfolgreiche Webmaster generieren massiven Traffic mit System, also in einer ganz bestimmten Art und Weise. Geplant und zielgenau gesteuert.

Was immer noch die meisten angehenden Unternehmer nicht verstanden haben ist, dass die richtige Strategie zur Generierung von Traffic signifikant entscheidend für Ihren Erfolg im Internet ist.
Denn mit der auserwählten Strategie, steht und fällt jede Website, jedes Online-Projekt, jedes Unternehmen.

Überlege einmal: Was nützt es dir, wenn du zwar ein grandioses Angebot hast,
dieses auf höchstem technischen Level inszenierst, mit unterhaltsamen Videos, toller Musik und ergreifenden Werbetexten ummantelst, aber keiner es mitbekommt? Keiner es wahrnimmt? Niemand deine Seite findet?

Oder noch einmal quergedacht: Was nützt es dir, wenn sich zwar vereinzelte Besucher zufällig auf deine Website verirren, diese jedoch gar nicht interessiert sind an deinem Angebot?

Stell dir das Verkäuferleben einmal vor. Mehr als 60 Prozent der Arbeitszeit eines Verkäufers geht allein durch die Suche nach Interessenten verloren. 60 Prozent der Zeit wird gar nicht verkauft, sondern gesiebt! Von Tausend Menschen muss ein Verkäufer erst einmal die aussieben, die auch tatsächlich am jeweiligen Angebot interessiert sind. Ein enormer Zeitverlust.
An dieser Stelle kommt der fast magische Begriff des »**zielorientierten Traffic**« ins Spiel.

Wenn du verstanden hast wie dieses System funktionierte, dann stehen dir die Tore zum Erfolg sperrangelweit offen!

Zielorientierter Traffic war, ist und bleibt enorm wichtig. Er ist plan- und steuerbar, denn er basiert nicht auf Hoffnung, sondern auf Kalkulation.

Zugegeben, das ist jedoch etwas leichter gesagt als getan, denn gerade Einsteiger haben den Hang zum Perfektionismus. Das ist grundsätzlich zwar gut und löblich, birgt aber die Gefahr, dass man vom Hundertstel ins Tausendstel kommt und sich somit verzettelt und letztlich scheitert.

Was brauchst du also in allererster Linie?
Du brauchst einen Plan!
Du brauchst einen genau definierten Plan. Überlege dir, was du anbieten willst und wem du es anbieten willst? Durch welche Keywords können potentielle Kunden dich und dein Angebot finden?
Welche Communitys könnten sich für dein Angebot interessieren und wie sorgst du für zielorientierte Inhalte, also letztlich für Besucher, Bewegung und eben für Traffic? Wie lässt du deine Werbung wirklich effektiv wirken? Nutzt du bezahlte oder kostenlose Trafficformen?

Fragen über Fragen, doch du musst sie für dich beantworten. Denn zum Schluss ist zielorientierter Traffic deshalb so wichtig, damit du genau die Leute erreichst, die du erreichen willst. Und damit sie kommen. Und kaufen.

Traffic-Philosophie
Wie sagte es der große Aristoteles so schön: »**Der Anfang ist die Hälfte des Ganzen**.«
Und zu diesem Anfang gehören das Verstehen, das Planen und das Beginnen. Wenn du die Traffic-Philosophie verstehen willst, dann ist es absolut von Nöten, sich den eigentlichen Sinn, das Ziel eines Online-Business vor Augen zu halten.

Es geht nur um Wachstum. Wachstum ist der einzige Sinn eines jeden Internetunternehmens.

Es muss dein Ziel sein eine gesunde Basis, ein Fundament zu legen und auf diesem aufbauend deine Geschäftsidee wachsen zu lassen. Immer im Hinterkopf dabei, die prinzipiell geltende und goldene Regel:

»**Aufmerksamkeit führt zu Interesse, Interesse führt zu Kunden und Kunden somit zu Umsatz und Gewinn!**«

Für alle gilt – je mehr desto besser! Je mehr Aufmerksamkeit, je mehr Interesse(nten). Je mehr Interesse(nten), desto mehr Kunden und so weiter.
Tolle, emotionale, verkaufsstarke Werbetexte, Splitttest, innovative Designs, informative oder
unterhaltsame Videos und auch der so oft und gern formulierte „Mehrwert“ – all das verpufft ohne Traffic! Es verpufft, weil es nicht wahrgenommen wird, weil es keiner sieht. Es ist sozusagen hinter Schloss und Riegel versteckt. Und nur durch Traffic, kannst du die Türen aufschließen und den Usern deine großartigen Ideen und Präsentationen zugänglich machen.

All die genannten Dinge sind zwar wichtig, sie sorgen aber nicht für einen Besucher mehr, also auch für keinen Cent mehr Umsatz.
Erst wenn du dich etabliert hast, wenn du regelmäßige Besucherströme verzeichnest, dann entwickeln diese Dinge ihre Kraft und werden zu echtem Mehrwert für die User. Erst dann also, verdienst du Geld mit aufwendigen Videopräsentationen und anderen Inszenierungen.

Noch einmal, weil es von Vielen immer noch falsch verstanden wird und daher Fehlerteufel Nr. 1 ist:
Die Reihenfolge im Online-Business ist anders als oft gedacht!
Nur durch Traffic werden all diese Werkzeuge wie Videos, Informationen, moderne, ansprechende Designs und Werbetexte erst aktiviert.
Wenn du in der Ladenstraße in deiner Stadt ein Geschäft eröffnest bringt es dir nichts, wenn du die schönsten Regale weit und breit hast, aber keiner kommt um sie zu bestaunen.

Damit du diesen Fehler vermeidest und zielorientierten Traffic für dein Projekt, für dein Unternehmen generierst, musst du den sogenannten Traffic-Kreislauf verstehen.
Wenn du dich an diese einfachen Regeln, an diese Grundsätze hältst, steht deinem Erfolg nichts mehr im Wege.

Der Traffic-Kreislauf im Online-Business besteht im Wesentlichen aus fünf Punkten:

1. Trafficaufbau – Wie bereits besprochen, erst durch Traffic gewinnt alles, gewinnen alle Werkzeuge, alle Informationen, alle Tools, deine ganzen Bemühungen an „Wirkung“!

2. Trafficorganisation – Die Erfahrung und die Realität zeigt, dass mehr Traffic zu noch mehr Traffic führt. Wenn du bekannter wirst, dann steigst du in den Suchmaschinen nach oben, bist in der Welt der Social Media gefragt und dein Traffic erhöht sich von allein. Das ist ein grundsätzlicher Mechanismus in der Online-Branche.

3. Trafficautomation – Die Königsklasse, das Stabilisieren der Trafficströme durch

Automatisierung und Multiplikation.

4. Trafficrecycling – Es ist unglaublich aber wahr, auch bereits bestehender Traffic bringt dir noch mehr Traffic, wenn er recycelt wird.

5. Passives Einkommen – dein passives Einkommen, der letzte Schritt im Traffic-Kreislauf, steigt, durch passive Trafficströme.

Deine Erfolgs-Gleichung sieht also so aus:
Traffic steht immer an erster Stelle, denn er führt zu Interessenten und somit zu Kunden. Erst dann kommt der Content, der führt, wenn er denn gut ist und echten Mehrwert bietet, wieder zu mehr Traffic und so weiter.

Merke dir bitte: **Durch Traffic gewinnt alles erst an Wirkung!**

Gehe dorthin, wo bereits viel Traffic existiert!
Eine Hand wäscht die andere sagt der Volksmund und in der Tat trifft diese Tatsache auch im Online-Business zu.

Das Prinzip ist schnell erklärt und leicht verständlich:
Wenn du deine Inhalte auf trafficstarken Seiten anbietest, also auf Seiten die bereits erfolgreich und hoch frequentiert sind, dann bekommst du ganz automatisch auch ein Stück des Kuchens, in diesem Fall einen Teil des Trafficsstroms ab, also direkt auf deine Seite.

Wenn du also interessante Beiträge und Bookmarks auf viel besuchten Websites setzt, dann werden die User auf dich und dein Business aufmerksam. Sie verfolgen die Spur – und diese führt sie direkt zu dir.

Auch Pressemitteilungen in die bekanntesten Online Portale sind hierfür ein erprobtes und erfolgversprechendes Mittel.

Formen von Traffic (bezahlte und kostenloser Traffic)

»Viele Wege führen nach Rom«, sagt man so schön.
Und auch viele verschiedene Wege führen zu mehr Traffic!
Um die Übersicht nicht zu verlieren und von der Theorie zur Praxis überzugehen, stehen dir verschiedenen Formen von Traffic zu Verfügung. Diese teilen wir nun, der Verständlichkeit halber,in zwei Hauptkategorien ein: **Bezahlten und kostenlosen Traffic.**

1. Bezahlter Traffic:
Bezahlter Traffic läuft in der Regel nach dem Prinzip »Pay per Click«, »Pay per View«, »Pay per Einblendung« oder »Pay per Aktion«.

Es handelt sich also um Online-Marketing-Maßnahmen die zu 100% messbar sind, da du nur zahlen musst, wenn auch jemand einen Hinweis, einen Link zu deiner Website nutzt. Eine äußerst effiziente und eben kalkulier- und prüfbare Methode.

Beispiele hierfür gibt es viele:
- Suchmaschinenmarketing (SEM) – Dabei handelt es sich um gezielte Werbung mithilfe der meistgenutzten Suchmaschinen wie Google, Yahoo, MSN usw.

- Google Adwords – Google Adwords bieten dir die Möglichkeit Anzeigen direkt neben den entsprechenden Google-Suchergebnissen zu platzieren, um so Interessierte auf deine Website zu locken.

- Facebook-Ads - werben mit Facebook-Ads ist die derzeit effektivste Methode Traffic einzukaufen. Keine andere Plattform bietet diese Fülle von Selektionsmöglichkeiten. Du kannst messerscharf deine profitabelste Zielgruppe selektieren.
Wenn du dich und dein Wissen in diesem Thema auf Profiniveau heben willst, empfehle ich dir das Ebook "**Die 1 Cent pro Klick-Formel**" von Björn Tantau - hier erfährst du mehr dazu.

- Banner / Media (MED) – auch Bannerplatzierungen auf anderen, viel besuchten Websites die thematisch passen, sind eine überlegenswerte, weil erfolgreiche Marketingmaßnahme. Sie sind zwar etwas in Vergessenheit geraten, aber richtig platziert und mit gutem Content, können sie immer noch sehr wirkungsvoll sein.

- Produktsuchmaschinen und Preissuchmaschinen (PSM) - Insbesondere beim Online-Verkauf ist die Positionierung durch Produkt- und Preissuchmaschinen eine Werbeform, deren Beitrag zum Umsatz nicht vernachlässigt werden sollte. Preissuchmaschinen sind immer dann besonders reizvoll, wenn man als Anbieter mit sehr günstigen Angeboten aufwarten kann.

2. Kostenloser Traffic
Für fast alles was man kaufen kann, gibt es in der Regel auch kostenlose Alternativen. In der Regel bewirken sie das Gleiche wie ihre kaufbaren Varianten-Kollegen, arbeiten aber mit anderen Methoden. Mit Methoden, die statt Geld Zeit kosten.

Analog gilt dies natürlich auch für Traffic. Um für kostenlosen Traffic zu sorgen gibt es viele Möglichkeiten, allerdings sind diese im Vergleich zu bezahltem Traffic sehr aufwendig.
Beispiele hierfür:

- Affiliate (AFF) – steht hier als Synonym für alle Formen des Werbenetzwerkes, bei dem sich ein zentraler Anbieter um die Linkverteilung unter Partnern kümmert.

- Email- und Newsletter Marketing (EMM) – eine Marketingform die bekanntermaßen nicht

der Anbahnung neuer Kontakte dienen kann, aber bei der Kunden- und Interessentenpflege eine große Rolle spielt.

- Suchmaschinenoptimierung (SEO) – Maßnahmen, um in der Google-Trefferliste nach oben zu kommen (z.B. durch Keywordoptimierung).

- Social Media Marketing (SMM) – Sozialen Netzwerke wie Twitter, Xing und Facebook usw. erfreuen sich immenser Beliebtheit, unter den Usern und unter den Werbestrategen. Sie bieten ideale Möglichkeiten um mit der Zielgruppe in Kontakt zu treten, sie zu binden und vom Kauf zu überzeugen.

- partner net – Diese Kategorie steht für das Netzwerk der eigenen Partnerschaften, die oft nach dem Motto „Machst du mir einen Link – mach ich dir einen Link“ entstehen.

- viraler Traffic-Effekte – Dabei handelt es sich um Empfehlungsmarketing, ähnlich einer Epidemie, verbreiten sich besonders witzige, besonders kreative oder besonders informative Inhalte wie ein Lauffeuer im Internet, das sorgt für mehr Interesse, mehr Vertrauen und somit für mehr Traffic! Auch spezielle Tools können für außergewöhnliche, virale Effekte sorgen.

Auch hierzu möchte ich dir eine professionelle Anleitung vom Traffic-Spezialisten Björn Tantau empfehlen: “Die Traffic-Bibel”

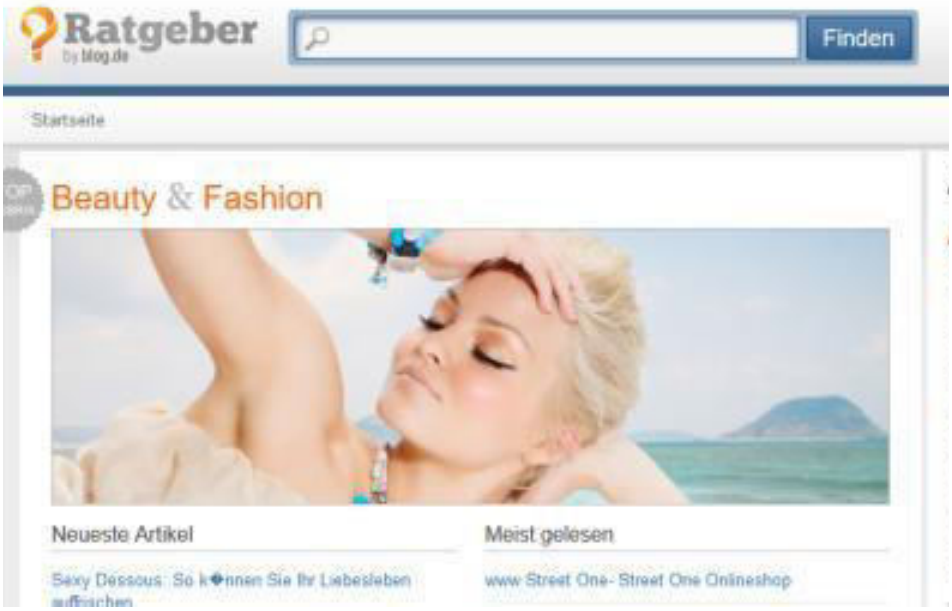
Hier noch ein paar **Traffic-Quellen**, die ich selbst auch nutze:

Kostenloser Traffic:

- **Artikelportale:**

- www.brainguide.de
- www.competence-site.de
- www.marketing.de
- www.online-artikel.de
- www.pagewizz.com
- www.zeit.de/**leserartikel/**
- **Google Knol** – http://knol.google.com/
- **Misterinfo** – http://www.misterinfo.de/
- **Online-Artikel** – http://www.online-artikel.de
- **Artikel.4** – http://www.artikel.4.am/
- **Marketing** – http://www.marketing.de/

- **Blog-Posts:**



- www.blog.de
- www.myblog.de
- www.blogger.de
- www.blogger.com
- de.wordpress.com

- **Newsletter-Verzeichnisse:**

- www.newsletter-verzeichnis.de
- www.newsletterverzeichnis.de
- www.newslettersuchmaschine.de

- **Pressemitteilungen:**

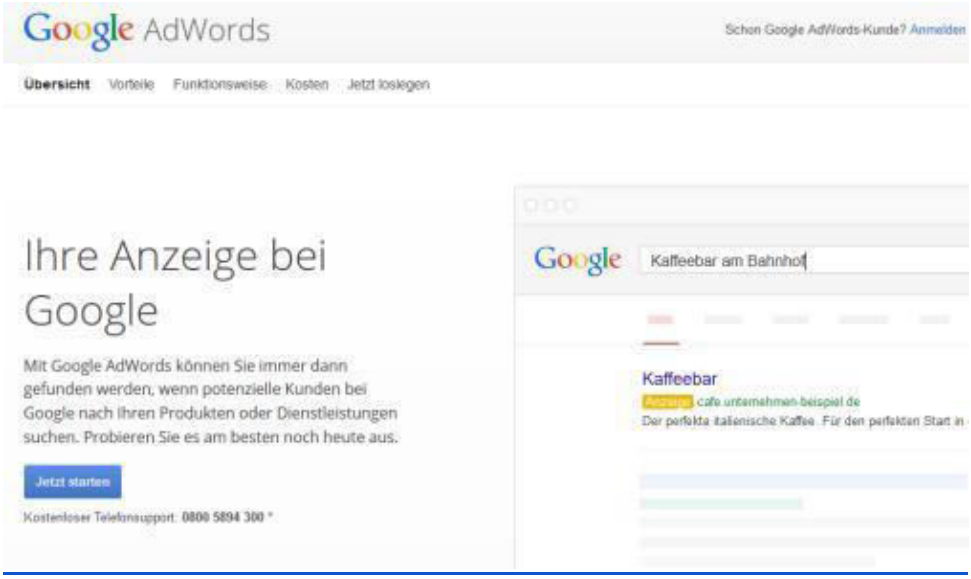
  - **PR-Inside.de** – http://www.pr-inside.com/de/
  - **OpenPR.de** – http://www.openpr.de/
  - **Firmenpresse.de** – http://www.firmenpresse.de/
  - **Live-PR.com** – http://www.live-pr.com/
  - **PRcenter.de** – http://www.prcenter.de/

Bezahl-Traffic:

- **Virale Mailer:** www.viral-mailer.com

- **ViralURL:** www.viralurl.de
- **ViralMails:** www.viralmails.de
- **MDNA:** marketing-dna.de

- **Pay per Click:**
- **Google Adwords:** https://www.google.de/intl/de/adwords/start



- **Facebook Ads:** https://de-de.facebook.com/business/products/ads
- **Bing Ads:** http://advertise.bingads.microsoft.com/de-de/start
-

9. Automatisieren mit Email-Programmen und Autorespondern

GetResponse: www.getresponse.de

Ich arbeite mit Getresponse, weil ich das einordnen meiner Kunden in verschiedene Listen bevorzuge. Im Grunde gibt es zwei Philosophien, entweder man organisiert die Kunden in Listen – wie in Getresponse – oder man gruppiert nach Tags, wie in Klick-Tipp. Beides ist ok, ich muss mich nur für eine Methode entscheiden.

- **KlickTipp:** www.klick-tipp.com
- **Ganz neu am Markt ist quentn.com**
  Quentn ist nicht nur eine Newsletter-Software mit Marketing-Automation: Quentn ist das erste Marketing Betriebsystem, ein Portal als Basis für die komplette Kundenkommunikation - weit über E-Mail hinaus.

10. 4 Email-Beispiele, die dir den Start einfacher machen

Hier noch Beispiele für die ersten vier Emails - so könntest du starten

Mail 1 (Sofort an neue Leads)

Betreff: ***Herzlich Willkommen! So legen Sie los***

Vielen Dank, dass Sie meinen PDF-Report angefordert haben, dein Link zum Download finden Sie am Ende dieser Email.

Hey [NAME],

mein Name ist … und ich helfe Menschen dabei, ….

[WAS MICH AUSZEICHNET]

Ich möchte mir, auch im Namen meines Teams, gerne ein paar Minuten Zeit nehmen, Sie zu begrüßen und Ihnen mitzuteilen, was Sie hier erwartet.

Das Wichtigste vorab:

[WAS DEN LESER ERWARTET, ALSO BEISPIELSWEISE WIE OFT SIE MAILEN WERDEN]

Sie werden von mir regelmäßig …
Auf meinem Blog ...veröffentliche ich regelmäßig neue Inhalte und sende Ihnen diese auch gerne per Email zu. Im Schnitt können Sie von mir zwei bis drei Emails pro Woche erwarten. Am Anfang, wenn Sie neu auf meiner Liste sind, werden es vielleicht auch etwas mehr sein, weil ich Ihnen die Chance geben möchte, mich und meine Inhalte kennenzulernen.

Und ja: Gelegentlich werde ich Ihnen auch ein Angebot senden, schließlich geht es hier ja nicht zuletzt ums Geschäft :)

Klingt das ok für Sie?

Sehr gut, dann lassen Sie uns weiter machen.

Hier die wichtigsten Schritte, damit Sie bei können:

Schritt 1:

Bitte "Whitelisten" Sie meine Email-Adresse .... Das ist sehr wichtig, damit Sie meine Emails auch wirklich erhalten und keine wichtigen Inhalte verpassen. Bei den meisten Email-Anbietern genügt es, die Absende-Adresse einfach als Kontakt abzuspeichern. Sinnvoll ist es auch, die Mail mit "Sternchen" als für Sie wichtig zu kennzeichnen.

Wenn Sie einen Dienst wie Gmail verwenden, dann "ziehen" Sie bitte jede Email von mir aus dem Bereich "Newsletter" oder "Werbung" in Ihre Haupt-Mailbox.

Legen Sie außerdem einen Ordner "MEINNAME" an, wo Sie meine Emails archivieren können, nachdem Sie sie gelesen haben. Wichtig: Sie sollten KEINEN automatischen Filter anlegen, damit Sie keine Mails verpassen. Legen Sie die Mails einfach nach dem Lesen manuell in den entsprechenden Ordner.

Sollte eine Email im Spam-Filter auftauchen, markieren Sie sie bitte grundsätzlich immer als "kein Spam".

Schritt 2:

Besuchen Sie meine Facebook-Seite ... und klicken Sie auf "like". Facebook ist neben Emails und meinem Blog eine meiner wichtigsten Kommunikations-Plattformen und auf diese Art und Weise verpassen Sie keine wichtigen Informationen und Inhalte.

Facebook:

[FACEBOOK-LINK]

Schritt 3:

Meine kostenlosen Videos veröffentliche ich in meinem Youtube-Kanal ... Abonnieren Sie diesen Kanal, um auch hier keine wichtigen Informationen zu verpassen!

Youtube:

[YOUTUBE-LINK]

Soviel zum Start, in Kürze gibt es weitere Infos!

[IHR NAME]

[Download-LINK Report]

P.S. Behalten Sie Morgen Ihr Email-Postfach im Auge, denn ich werde Ihnen eine weitere Email mit einem "Best of" … senden. Sie erhalten so gleich morgen eine volle Ladung mit hochwertigen Inhalten für Ihr Business!

Bleiben Sie also dran, es wird großartig! :)

P.P.S. Eine letzte kleine Sache habe ich heute noch: Mich interessiert wirklich sehr, warum Sie sich in meine Liste eingetragen haben und wie ich Ihnen am besten helfen kann. Ich wäre Ihnen sehr dankbar, wenn Sie sich 30 Sekunden Zeit nehmen und einfach diese Email beantworten würden.

Schreiben Sie mir, was derzeit Ihr größtes Problem im Bereich des Online-Marketings ist und wie ich Ihnen vielleicht helfen kann! Vielen Dank dafür!

Mail 2 (1 Tag nach Mail 1)

Betreff: Mein "Best of" für Sie

Hey [NAME],

wie gestern versprochen möchte ich Ihnen heute mein "Best of" mit einigen meiner besten Inhalte der letzten Jahre zusenden.

Vorher möchte ich mich Ihnen aber erstmal kurz vorstellen.

Das hier bin ich …

[IHR BILD]

[KURZE ANEKDOTE ZUM BILD]

Ok, jetzt wissen Sie zumindest mal, wie ich aussehe. Kommen wir nun aber zum Wesentlichen, nämlich zu den Inhalten!

[STORY GANZ KURZ]

Hier eine kleine Auswahl meiner Inhalte:

[EINIGE IHRER BESTEN INHALTE]

Soviel also als kleines "Best of".

Unter [LINK] finden Sie natürlich noch deutlich mehr.

"Liken Sie mich am besten außerdem bei Faceboo [FACEBOOK-LINK] und abonnieren Sie meinen Youtube-Kanal, [YOUTUBE-LINK] um automatisch über neue Inhalte informiert zu werden.

Grüße

[IHR NAME]

P.S. Falls noch nicht geschehen, denken Sie bitte daran, meine Mailadresse zu "Whitelisten", damit ich Ihnen auch weiter hochwertige Infos senden kann. In meiner Email gestern habe ich Ihnen beschrieben, wie das funktioniert.

P.P.S. Ich hoffe, heute waren tolle Inhalte für Sie dabei. Ein besonderes Schmankerl habe ich aber noch für Sie, das ich Ihnen in einer weiteren Mail, wahrscheinlich übermorgen, sende.

[TEASER]

Mail 3 (2 Tage nach Mail 2)

Betreff: [WEITERER TOP-INHALT]

Hey [NAME],

in meiner Mail vorgestern habe ich Ihnen ja schon jede Menge Inhalte gesendet, unter anderem … [NOCHMALS DIE WICHTIGSTEN LINKS]

Heute … [HINWEIS AUF WEITEREN BESONDEREN INHALT]

Grüße und viel Erfolg!

[IHR NAME]

P.S. Liken Sie mich am besten bei Facebook [FACEBOOK-LINK] und abonnieren Sie meinen Youtube-Kanal, [YOUTUBE-LINK] um automatisch über neue Inhalte informiert zu werden.

P.P.S. Falls noch nicht geschehen, denken Sie bitte daran, meine Mailadresse zu "Whitelisten", damit ich Ihnen auch weiter hochwertige Infos senden kann.

Mail 4 (2 Tage nach Mail 3)

Betreff: Wie kann ich Ihnen helfen?

Hey [NAME],

Sie haben inzwischen drei Kennenlern-Emails von mir erhalten, unter anderem mein "Best of" und …

Damit sollten Sie für den Anfang genügend Infos haben - Sie erhalten von mir nun noch Mails zu konkreten Tipps und Themen.

Eine Bitte hätte ich allerdings noch...

Mich interessieren folgenden Fragen:

Warum haben Sie sich bei mir angemeldet?

Wie kann ich Ihnen helfen?

Ich wäre Ihnen sehr verbunden, wenn Sie sich eine Minute nehmen und einfach auf diese Email antworten würden. Schreiben Sie mir, wie ich Ihnen helfen kann oder welche Inhalte Sie besonders interessieren. Auf diese Art und Weise kann ich zukünftige kostenlose Inhalte und Produkte noch genauer auf Ihre Bedürfnisse abstimmen.

Vielen Dank dafür

Grüße

[IHR NAME]

P.S. Ein Satz genügt als Antwort, machen Sie sich nicht zuviel Arbeit! :) Klicken Sie einfach auf Antworten und schreiben Sie mir in einem Satz, was Sie im Bereich Internet-Marketing besonders benötigen.

Wie du siehst, gibt es viele Dinge und Komponenten zu beachten, wenn man sich eine lukrative Email-Liste aufbauen möchte.

Ich weiß natürlich nicht, wie weit du schon im Thema drinsteckst, vielleicht hast du ja schon eine respektable Liste aufgebaut und bist schon einen Schritt weiter als die meisten Akteure, die sich im Internet ein Business aufbauen wollen. Aber ich denke und hoffe, meine - jetzt doch etwas länger ausgefallene - Anleitung zum Listenaufbau wird dir noch ein paar brauchbare Tipps und Infos gezeigt haben.

Ich wünsch dir auf jeden Fall viel Erfolg auf deinem Weg zu deiner wichtigsten Grundlage für Erfolg im Online-Marketing - **deine Email-Liste.**

Viele Grüße

Uwe Uhrig
internetmarketing-strategien.de

PS. Wenn dir meine Anleitung gefallen hat, würde ich mich sehr freuen, wenn du mir einen "Daumen hoch" auf meiner Facebook-Seite geben oder vielleicht sogar meine Seite abonnieren würdest: https://www.facebook.com/internetmarketing.strategien.de/