



Inhaltsverzeichnis

EINFÜHRUNG IN "LISTENAUFBAU".....	4
GEWINNBRINGENDE NISCHENAUSWÄHLEN.....	5
BRAINSTORMING.....	5
DIE TOOLS, DIE SIE BRAUCHEN WERDEN.....	8
WIE SIE EINE KONVERSIONSTARKE SQUEEZESEITE ERSTELLEN.....	14
MAXIMALE RESULTATE DURCH INTENSIVE PROMOTION.....	18
WIE SIE MIT IHREN EMAILKAMPAGNEN GELD VERDIENEN.....	23
TIPPS.....	26
PROFITABLE WERBE-EMALIS SCHREIBEN.....	29
DIE DRINGENDSTEN FRAGEN UND PROBLEME IHRER NISCHE.....	30
WARUM MENSCHEN KAUFEN	32
EMAIL-TITEL FÜR MAXIMALE ÖFFNUNGS-RATEN.....	35
WIE SIE MENSCHEN "ZWINGEN", ZU LESEN UND ZU KAUFEN.....	38

LISTENAUFBAU-STRATEGIEN.....41

ABSCHLUSS.....84

Haftungsausschluss

Der Herausgeber hat jegliche Anstrengung unternommen die Informationen so genau und vollständig, wie möglich zu präsentieren, unbeschadet der Tatsache, dass er keine Garantien übernimmt für die Richtigkeit der Inhalte, aufgrund der sich rasch ändernden Natur des Internets.

Alle Warenzeichen werden ohne Gewährleistung der freien Verwendbarkeit benutzt und sind möglicherweise registrierte Warenzeichen.

Einführung in „Email Marketing Taktiken“

Beim Aufbau einer Email-Liste geht es darum, dass Sie sich mit Ihrer Zielgruppe identifizieren können und umgekehrt. Sie liefern den Interessenten, die sich vorher freiwillig bei Ihnen eingetragen haben, qualitativ hochwertige Infos im Austausch für die Herausgabe der Emailadresse und der Zustimmung den Newsletter zu empfangen.

Wenn ein Abonnent erst einmal seine Emailadresse und seinen Wunsch nach dem Abo bestätigt hat, dann können Sie ihm später auch Werbemails schicken, vorausgesetzt, Sie halten eine gute Balance zwischen Emails, die nur verkaufen wollen und sinnvollem und nützlichem Content.

Email Marketer (wie Sie!) sammeln Leads über eine Kombination von sogenannten Squeezeseiten (spezielle, zielgerichtete Eintragsseiten für einen Newsletter) und Opt-in Formulare. Diese Formulare werden automatisch durch Ihren Autoresponder generiert und der entsprechende Code (meist HTML oder PHP) wird dann auf Ihren Webseiten in den Quellcode eingefügt, um das fertige Formular dann auf der Seite darstellen zu können.

Jedes Mal, wenn ein Besucher auf Ihre Squeezeseite kommt und seinen Namen und seine Email-Adresse eingibt, wird dieser zu Ihrer Mailingliste hinzugefügt und wird dann zu einem aktiven Abonnenten für Ihren Newsletter.

Der Aufbau einer Liste hilft sehr dabei, die Newsletter-Abonnenten in aktive Kunden für Ihre Produkte zu verwandeln. Sie sind dadurch nämlich in der Lage, eine Beziehung zu Ihren Abonnenten aufzubauen, durch die die Abonnenten mehr Vertrauen in Sie gewinnen und wodurch sie letzten Endes dann kaufen. Manche kaufen nur einmal, aber viele werden Ihnen mehr als ein Produkt abkaufen.

Gewinnbringende Nischen auswählen

Zuerst müssen Sie eine Nische wählen, für welche Sie werben wollen. Das ist nicht so einfach wie es klingt. Es reicht nicht, eine Nische auszuwählen, Sie müssen eine gewinnbringende Nische auswählen. Nicht jede Nische ist so ertragreich, wie Sie vielleicht hoffen. In der Vergangenheit habe ich einige Nischen ausgesucht, bei welchen ich mir sicher war, dass sie sich als ergiebig erweisen werden. Doch trotz all meiner Anstrengungen war ich nicht in der Lage, ein einziges Produkt zu finden, das die investierte Zeit gerechtfertigt hätte.

Zum Glück bin ich inzwischen in der Lage, Nischen auszuwählen, die in der Regel mehr Erfolg versprechen. Die Recherchephase vor jeder Produktentwicklung ist der wichtigste Teil des gesamten Entwicklungsprozesses.

Unerfahrene Vermarkter schaffen ein Produkt und suchen sich dann einen Markt, dem sie das Produkt verkaufen können. Das ist der sichere Weg zum Misserfolg.

Wenn Sie einen Markt kennen, werden Sie vielleicht auch intuitiv wissen, welche Produkte dieser Markt braucht. Dennoch werden Sie aber einige Nachforschungen anstellen müssen, um sicherzustellen, dass die Nachfrage vorhanden ist. Wenn Sie sich nicht vergewissern, dass Nachfrage besteht, dann werden Sie um Ihren Umsatz kämpfen müssen. Viel zu viele Vermarkter überspringen diese Phase, weil sie glauben zu wissen, was der Markt verlangt.

Brainstorming

Der erste Schritt besteht darin, eine Idee zu finden, mit der Sie arbeiten möchten. Sie sehen vielleicht etwas in den Nachrichten, lesen etwas in einer Zeitung oder hören Leute über ein bestimmtes Thema sprechen. Zuerst machen Sie eine Liste von Nischen, die Sie gerne bewerben würden. Achten Sie jedoch darauf, eine lange Liste mit Nischen zu machen, von welchen Sie glauben, dass sie gewinnbringend sein könnten oder die Sie gerne bewerben möchten.

Erarbeiten Sie jetzt gleich eine Liste mit 10-20 Nischen. Wenn Sie Hilfe

brauchen, sehen Sie sich um, lassen Sie sich inspirieren.

Hier sind einige Bereiche, die Sie inspirieren könnten:

- Vielleicht sehen Sie etwas in einem Laden – Läden bieten oft spezielle Werbeaktionen von beliebten und vielversprechenden Produkten. Dadurch können Sie wertvolle Anregungen erhalten.
- Sie können auch in Nischenforen nach Beiträgen suchen, welche häufig Probleme von Menschen erkennen lassen.

Wenn ein Thema regelmäßig angesprochen wird, dann wissen Sie, da gibt es ein Problem, mit dem viele Menschen konfrontiert sind.

- Sehen Sie sich in Ihrem Haus um. Dinge wie Küchengeräte, Grillzubehör, Bürobedarf, Audio- oder Videogeräte und Musikinstrumente, all das sind Nischen, die Sie rund ums Haus bewerben können.
- Sehen Sie sich in einem Buchladen um – entweder online oder offline. Besuche amazon.com oder gehen Sie in einen Buchladen bei Ihnen in der Nähe. Blättern Sie Bücher und Magazine durch.
- Sehen Sie sich auf Internetseiten nach heißen Themen um. Checken Sie Seiten wie Google Buzz nach neuen Trends.

Mögliche Profitabilität prüfen

Wenn Sie eine Liste mit 10-20 Nischenideen haben, ist es Zeit, diese durch Prüfung ihrer möglichen Ertragskraft einzuschränken.

Hier mal zwei Möglichkeiten, das zu tun:

1. Ich prüfe, ob es Magazine gibt, welche über diese Nische berichten. Das ist manchmal, aber nicht immer ein Indikator dafür, dass die Nische einträglich sein könnte.

2. Ich prüfe, wie viele Menschen auf Google AdWords Werbung für diese Nische machen.

Die Leute machen eher keine Werbung in Nischen, die keinen Gewinn versprechen, insbesondere wenn die Kosten pro Klick sehr hoch sind.

Stichwortsuche

Egal, ob Sie sich entscheiden, Pay per Click Marketing anzuwenden, Artikelmarketing, Bloggen oder eine andere Form des Marketing. Sie müssen passende Stichworte finden, wenn Sie annehmbare Traffic Zahlen wollen. Ich verwende das Google Stichworttool für eine schnelle und kostenlose Suche:

<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>

Dieses Tool ist sehr einfach anzuwenden. Geben einfach Ihre Kernstichwortphrase ein und Sie erhalten sehr viele Stichworte, die einen Bezug dazu haben. Sie können diese Stichworte nach der Häufigkeit der monatlichen Suchen sortieren. Auf dieser Seite finden Sie ein Video, wie Sie dieses Tool an besten nutzen können

Sie können nach Stichwortphrasen suchen, die:

- wenigstens 5000 Suchen pro Monat aufweisen
- weniger als 50,000 Wettbewerbsseiten haben

Um sich über den Wettbewerb zu informieren, werden Sie vielleicht eine Stichwortphrase in Google eingeben wollen. Dies zeigt Ihnen, wie viele Menschen exakt nach dieser Phrase suchen.

Die Tools, die Sie brauchen werden

Um eine profitable Email-Marketing-Kampagne zu entwickeln, benötigen Sie einige Tools.

1. Einen Autoresponder Software, die Sie selber auf Ihrem Webserver installieren

Das ist die günstigste Methode. Hier bekommen Sie eine!

Oder 2. Professioneller Autoresponderdienst

Über Dienstleister wie www.GetResponse.com oder www.Aweber.com, sind Sie in der Lage, eine unbegrenzte Anzahl von Mailinglisten aufzubauen, wobei jede dann ihren eigenen Opt-in Code hat, der auf Ihren Webseiten eingefügt wird. So können Sie verschiedene Listen von verschiedenen Anlässen her aufbauen. Eine beispielsweise, wo sich die Leute direkt auf Ihrem Blog für Ihren Newsletter eintragen können.

Dann wieder eine andere Liste, wo die Abonnenten reinkommen, die über sogenannte Giveaways auf Ihre Liste kommen und wo das Interesse nach der Abholung des Geschenkes meist rapide nachlässt.

Und dann noch Listen, die Sie durch die Zusammenarbeit mit anderen Marketern aufbauen, durch Joint Ventures und durch Ihr Partnerprogramm. Natürlich fehlt noch die wichtigste Liste überhaupt: Ihre eigene Kundenliste, also eine Liste von Leuten, die schon mindestens einmal etwas von Ihnen gekauft haben.

Indem sie Ihre Liste derart segmentieren, können Sie unterschiedliche Arten von Abonnenten ansprechen und Ihre Emails auf die genauen Bedürfnisse der Empfänger zuschneiden. Dies wird Ihnen generell bessere Konversionen von Besuchern zu Käufern einbringen.

2) Squeezeseite

Eine Squeezeseite beinhaltet Ihr Eintragsformular für Ihren Newsletter und bietet Ihren Interessenten eine Möglichkeit, Sie und Ihre Produkte näher kennenzulernen und einen regelmäßigen Kontakt zu Ihnen zu halten.

Was das Hinarbeiten auf ein Ziel hin betrifft, so ähnelt die Squeezeseite dem Verkaufsbrief sehr, da auch dieser nur ein primäres Ziel kennt, das bei der Squeezeseite aber nicht der Verkauf ist, sondern der Eintrag in die Email-Liste.

Wie Sie den Aufruf zum Vollziehen dieser Aktion formulieren, ist wichtig, damit Sie die höchstmögliche Konversionsrate aus Ihrer Seite herauskitzeln können. Denn die Seite muss den Besucher natürlich auch ausreichend motivieren, sich für den Newsletter einzutragen.

Und da heißt es dann oft schon mal, dass Sie erst 2 Wochen lang verschiedene Headlines und Stichpunkte sowie diverse Anreize zum Eintrag Splittesten müssen, um herauszufinden, welche Kombination am besten zieht. Dies können Sie sehr gut mit den Tools von Mario Wolosz im Splittest-Club machen.

Die Seite muss eindeutig hervorheben, dass der Besucher sich mit Namen und Email-Adresse in das Formular eintragen muss und Sie müssen ihn anleiten, was er in welcher Reihenfolge zu tun hat.

Und Sie müssen ihn darauf hinweisen, dass Ihre Liste ein Double-Optin-Verfahren benutzt, also, dass der Empfänger erst noch seine Email-Adresse durch Klicken eines Links bestätigen muss. Denn vor dieser Bestätigung können Sie der Person keine Emails schicken.

Während Verkaufsbriefe in der Regel so viel wie möglich Information auf der Seite draufschreiben, geht es, wie schon erwähnt, bei der Squeezeseite nicht um einen Verkauf. Ziel der Squeezeseite ist es lediglich, den Besucher dazu zu bewegen, seine Email-Adresse zu hinterlassen und zu bestätigen. Als Belohnung

bekommen diese dann ein kostenloses (digitales) Produkt von Ihnen. Deswegen ist es wichtig, dass Sie dem Besucher ein sehr gutes Produkt gratis anbieten, denn sonst erhalten Sie keinen Newslettereintrag von den Besuchern.

Es muss ein Produkt sein, für das Sie ansonsten Geld verlangen würden und das einen gewissen Wert darstellt. Es macht keinen Sinn, ein Ebook weggeben zu wollen, das bereits auf 250 anderen Websites als Freebie für einen Listeneintrag abgegeben wird. Sie müssen etwas abgeben, was diese nur exklusiv bei Ihnen bekommen können und was qualitativ absolut hochwertig ist.

Sie müssen sich also richtig auf Ihren Markt und Ihre potenziellen Kunden konzentrieren, damit Sie wissen, was diese sich wünschen. Das Angebot muss sich um ein existierendes Problem drehen, oder um eine Frage, die viele Leute beschäftigt und auf die diese gerne eine Antwort hätten. Dann haben Sie ein Produkt, das gefragt sein wird und dementsprechend wird Ihre Seite sehr konversionsstark werden.

Um wirklich das beste Gratisangebot zu entwickeln, müssen Sie Ihre Zielgruppe genauestens studieren und Diskussionen in Foren und auf Blogs verfolgen. Denn sonst erfahren Sie wohl kaum, was Ihre Interessenten gerne hätten und wofür sich diese auch gerne für einen Newsletter eintragen würden.

Squeezeseiten sollten so erstellt werden, dass diese einen sauberen Aufbau bieten und eine grundlegende Struktur aufweisen sollten.

Um dies alles noch einmal in Einklang zu bringen, kann man zusammenfassend sagen, dass Ihr Listenaufbau-Trichter, die folgenden 3 Hauptkomponenten umfasst:

- 1: Squeezeseite mit Eintragsformular (Opt-In Formular)
- 2: Verlockendes, qualitativ hochwertiges Angebot oder einen anderen entsprechenden Anreiz

3: Automatische Folgemails und Broadcasts (Sofortversand von Emails)

Wir werden jetzt gleich im folgenden Kapitel diskutieren, wie eine erfolgreiche Squeezeseite aussehen muss, so dass Sie Ihre eigene entwickeln können.

3) Ihr Freebie (Anreiz)

Ihr Freebie (Gratisprodukt) ist das wichtigste Element auf Ihrer Squeezeseite.

Wenn Ihr Gratisangebot Ihre Besucher nicht motivieren kann, sich bei Ihnen als Abonnent einzutragen, dann sind all Ihre Marketinganstrengungen vergebene Liebesmühe. Dies bedeutet, dass Sie auf jeden Fall etwas finden müssen, wofür Ihre Besucher buchstäblich durchs Feuer gehen würden, um es zu bekommen. Je besser Ihr Angebot ist, desto mehr Abonnenten werden Sie bekommen und desto einfacher wird das Ganze.

Es gibt viele Wege, sicherzustellen, dass das Produkt, das Sie weggeben wollen, einen hohen Wert hat und dass es quasi garantieren kann, dass Sie viele Einträge bekommen werden. Um es kurz zu sagen: Denken Sie an Produkte, die momentan absolute Bestseller in Ihrer Nische sind und erstellen Sie eine etwas kürzere Fassung, die Sie jedem geben, der sich für Ihre Liste einträgt.

Wenn Ihre Konkurrenten erfolgreich ein Produkt verkaufen und Sie geben etwas Ähnliches kostenlos ab, dann bedenken Sie mal, wie einfach es werden wird, neue Abonnenten für Ihren Newsletter zu gewinnen...!

Und besser noch, welche andere Möglichkeit gibt es, bei der man gleich zu Beginn sehr vertrauenerweckend eine Beziehung zu einem möglichen Kunden beginnt, indem man ihm etwas gratis gibt, was man sogar für teures Geld verkaufen könnte?

Sie könnten folgendes anbieten:

- Kostenlosen Report
- Gratis Ebook (Vollversion oder ausgewählte Kapitel)
- Gratis Tutorial
- Video Tutorials
- Gratis- oder Probe-Account für eine Mitgliederseite
- Gratis Booklet mit "Top-Tipps"
- Gratis Newsletter mit wöchentlichen Tipps
- Gratis Templates oder Grafiken
- Gratis Audio Interviews, Lektionen

Der Schlüssel dazu, ein erfolgreiches Produkt zu finden, das Sie kostenlos zum Listenaufbau nutzen können, liegt darin, dass es relevant und von hoher Qualität für Ihre Zielgruppe und Ihre Nische sein muss und dass es bereits eine Nachfrage nach einem solchen oder ähnlichen Produkt geben sollte.

Wenn Sie dies so umsetzen können, werden Sie wenig Schwierigkeiten haben, eine massive Liste aufzubauen, die sehnsüchtig Ihre Emails erwartet. Sollten Sie planen, ein Ebook oder einen EMailkurs zu promoten, dann ist ein sehr guter Weg, eine massive Liste aufzubauen, indem Sie vorab ein Kapitel des Ebooks als kostenlose Leseprobe abgeben. Dieses geben Sie ab, noch bevor das eigentliche Produkt veröffentlicht wurde.

Jeder, der sich für Ihr Produkt interessiert, wird sich dann eintragen, um zu sehen, ob es sich lohnen wird, das Ebook oder den Kurs zu kaufen. Haben Sie dann noch ein eigenes Partnerprogramm, schicken sogar andere Herausgeber von Newslettern Ihnen die Leads. Natürlich gegen eine entsprechende Gewinnbeteiligung. Dabei können Sie auch beides vergüten, die Leads und die Verkäufe. Denn es sind ja alles Aktionen, die Sie ohne die Hilfe der anderen nicht hätten.

Wenn Ihr Produkt gut geschrieben ist und beim Publikum ankommt, dann werden Sie es als sehr einfach empfinden, eine große Liste von Leuten aufzubauen, für die Ihr Werk von Interesse ist und bei denen die Wahrscheinlichkeit hoch sein wird, dass diese die Vollversion Ihres Ebooks kaufen, wenn es herauskommt.

Auf diese Weise kann man auch eine virale Kampagne einleiten, weil die Leute in Ihrer Nische sich dann auch in Foren und auf Blogs über Ihr Vorabkapitel des Ebooks unterhalten werden. Das Interesse wird somit bis zu Ihrem Produktlaunch aufrechterhalten.

Genauso machen es ja auch die großen Filmstudios, wenn der neueste Blockbuster bald in die Kinos kommt. Nicht selten geht der Hype um einen Film schon 2-3 Monate vor der Erstaufführung los.

Sie müssen aber nicht unbedingt alles selber machen. Sie können vieles auch outsourcen, indem Sie einzelne Aufgabenbereiche an erfahrene Freelancer abgeben. Auf den folgenden Plattformen können Sie Leute finden, die Ihnen Aufgaben, beispielsweise für die Promotion Ihres Ebooks, abnehmen:

<http://www.myhammer.de>

<http://www.projektwerk.de/>

<http://www.freelancermap.de/>

<http://projects.resoom.de/>

<http://de.gigajob.com/job/>

<http://www.freelance-boerse.de/>

<http://www.interlance.de/>

Und es gibt mit Sicherheit noch Dutzende von weiteren Plattformen, wo Sie Ihre Aufgaben als Projekte ausschreiben können.

Wesentlich günstiger ist es wenn Sie schon fertige Ebooks kaufen, am besten Sie kaufen PLR Private Label Rights eBook Lizenzen da Sie diese immer auf dem neusten Stand halten und kontinuierlich verbessern können.

Auf ebooks-space.de finden Sie hochwertige PLR Lizenzen für viele verschiedene Nischen die Sie für dem Verkauf und dem Listenaufbau nutzen können.

Wie Sie eine konversionsstarke Squeezeseite erstellen

Um Ihnen dabei zu helfen, eine möglichst konversionsstarke Squeezeseite online zu bringen, möchte ich Ihnen kurz einen Überblick darüber geben, was die wichtigsten Elemente einer solchen Seite sind und was Sie unbedingt für Ihre eigene Seite benötigen:

Unwiderstehliche, aufmerksamkeitshaschende Überschriften

Die Überschrift sollte das erste sein, was einem Besucher ins Auge sticht, wenn er auf Ihre Seite kommt und deswegen sollte diese so formuliert sein, dass diese dem Besucher sofort klar macht, worum es auf Ihrer Seite geht. Wenn die Headline interessant genug ist und auch die weiteren Stichpunkte stimmig sind, dann müssten Sie relativ einfach neue Abonnenten über eine solche Seite gewinnen können.

Der Text von Ihrer Überschrift muss wesentlich größer sein, als der Rest des Textes auf Ihrer Seite und nach Möglichkeit auch in einer anderen Farbe als der normale Text (rot oder blau funktionieren sehr gut)

Sie können und sollten auch mit Unterstreichungen in der Überschrift arbeiten, um den wichtigsten Teil Ihrer Aussage noch mehr hervorzuheben. Zudem können Sie `<h1>` and `<h2>` Tags benutzen, um Ihren Text zu vergrößern und um die Crawler der Suchmaschinen anzuziehen und so bessere Rankings zu erhalten.

Die Überschrift sollte zentriert auf der Seite sein und der Hauptteil der Seite kann darunter dann in 2 Bereiche unterteilt sein. Im linken Teil sind dann noch einige

Stichpunkte, die noch etwas mehr erklären und auf der rechten Seite oder unten kann dann das Eintragsformular für Ihren Newsletter sein. So bleibt dies relativ nah an der Headline und sticht ebenfalls sofort ins Auge.

Inhalt/Haupttext

Der Inhalt sollte sehr kurz gefasst sein, so dass der Besucher nur einen kurzen Überblick über das Thema erhält und über das, was Sie ihm zu bieten haben. Vermeiden Sie Squeezeseiten, die endlose Absätze von Text auf der Seite drauf haben. Die Seite soll ja nur eine Sache tun: Besucher in Abonnenten verwandeln, deswegen sollte die Seite klar aufgebaut sein, präzise sein und natürlich aufregend!

Sie sollten Ihre Seite Split-Testen, um herauszufinden, bei welchen Variationen sie die höchste Anzahl an Abonnenten produziert.

Nachfolgend ein Überblick, woraus die Seite noch besteht:

1) Stichpunkte, um Vorteile anzupreisen

Stichpunkte fassen wichtige Aspekte noch einmal in kurz zusammen und lenken die Aufmerksamkeit auf Ihr spezielles Angebot und erklären, warum der Besucher sich für Ihren Newsletter eintragen sollte.

Dies ist eine einfache Möglichkeit, die größten Vorteile als Stichpunktliste einzutragen.

Wenn Sie beispielsweise einen Report anbieten, der sich mit den „Geheimnissen zum Finden eines Heimjobs“ befasst, könnten Ihre Stichpunkte für die Vorteile folgendermaßen lauten:

- Finden Sie heraus, wie Sie einen gutbezahlten Telearbeitsjob finden, auch wenn Sie über kaum Erfahrung mit dem Internet verfügen!
- Vermeiden Sie verheerende Heimarbeitsbetrügereien, die es in dieser

Industrie gibt und die genau auf Menschen wie Sie abzielen!

- Entdecken Sie die Website für Freelancer, die 99.9% der neuen PC Heimarbeitern einen neuen Job verschafft und zwar direkt in der ersten Woche.
- Verfassen Sie ein aufregendes Arbeitsprofil, das so konzipiert ist, dass es die Chefs der gutzahlenden Firmen direkt aufhorchen lässt und das quasi garantiert, dass Sie aus der Masse hervorstechen!

2) Behalten Sie immer Ihren FOKUS

Eliminieren Sie alle (internen und externen) Links, die auf irgendwelche anderen Seiten führen und sorgen Sie dafür, dass Ihre Seite bei der Sache bleibt.

Vermeiden Sie jegliche Ablenkungen für den Besucher, denn die einzige Option auf Ihrer Seite sollte sein, dass sich dieser einträgt oder dass er Ihre Seite schließt.

Verhindern Sie, dass der Besucher verwirrt oder abgelenkt wird, denn sonst sehen Sie diese Person nie wieder.

Also keine Navigationsmenüs, wo der Besucher hin- und herspringen kann, keine Plugins und keine Links zu irgendwelchen Artikeln.

Ihre Seite sollte lediglich die bereits genannten Punkte enthalten und die einzigen Links sollten die sein, die zu Ihren Datenschutzbestimmungen führen und zu Ihrem Impressum (beides ganz unten auf der Seite und nicht zu groß), damit der Besucher notfalls nachsehen kann, mit wem er es genau zu tun hat. Ein Impressum ist Pflicht.

3) Klarer und starker „Call To Action“

Wenn Sie wollen, dass Ihre Squeezeseite möglichst viele Abonnenten einbringt, dann müssen Sie Ihrem Besucher klare Anweisungen geben, was er auf Ihrer

Seite zu tun hat und dass er notfalls noch einmal seinen Wunsch bestätigen muss, Ihr Abonnent zu werden (double Optin).

Gehen Sie nicht davon aus, dass die Leute schon wissen, was zu tun ist. Denn nicht jeder hat schon Erfahrungen mit dem Eintrag für einen Newsletter gesammelt und es kann bei jedem das erste Mal sein, dass dies in seinem oder ihrem Leben vorkommt. Deswegen müssen Sie Ihre Anweisungen so präzise wie möglich formulieren, damit es wirklich JEDER versteht.

Auch auf der Seite direkt nach dem Eintrag sollten noch einmal die Anweisungen stehen, wie der Interessent genau seine Emailadresse bestätigen soll und was dabei zu tun ist. Dies steht zwar meistens auch direkt in den Emails, die den Link enthalten, aber oft ist es so, dass sich die Leute die genauen Anweisungen gar nicht genau durchlesen.

Bevor die Interessenten die Emailadresse nicht bestätigt haben, können Sie diese nicht kontaktieren. Deswegen sind genaue Anweisungen das A und O bei der Abonentengewinnung.

Dies können Sie aber in der Regel alles automatisch einrichten, indem Sie eine zweite Seite auf Ihrem Server erstellen und worauf der Interessent dann weitergeleitet wird, wenn er den ersten Schritt gemacht hat und sich für Ihren Newsletter eingetragen hat.

Wie Ihre Squeezeseite, sollte auch Ihre Bestätigungsseite einfach aufgebaut sein und nur die wichtigsten Details enthalten. Auch auf dieser Seite sollten keine Links zu anderen Seiten vorhanden sein, damit der potenzielle Abonnent nicht von der Bestätigung der Emailadresse abgelenkt wird.

Maximale Resultate durch intensive Promotion

Ist die Squeezeseite erst einmal eingerichtet und der Autoresponder vorbereitet, wird es Zeit, dass Sie sich daran machen, eine effektive Emailkampagne zu entwickeln, die sofort aktiviert wird, wenn ein Websitebesucher zu Ihrem Abonnenten wird.

Und so funktioniert es:

Ihr Besucher trägt über Ihre Squeezeseite seine Informationen ein und bestätigt seine Emailadresse und den Wunsch, Ihren Newsletter in Zukunft zu erhalten.

Jetzt tritt Ihr Autoresponder in Aktion und schickt Ihrem neuen Abonnenten eine Willkommensemail, die Sie für die neuen Abonnenten geschrieben haben. Diese wird innerhalb weniger Minuten nach dem Eintrag und der Bestätigung verschickt.

Ihr Autoresponder schickt Ihrem Abonnenten dann weiterhin neue Emails und zwar in vorgegebenen Zeitabständen. Sie können sogar die Zeiten ab dem Eintrag bis zur nächsten Email in Ihrem Autoresponder-Adminbereich einstellen.

Beispiel: Sie erstellen 4 Emails, die nach folgendem Zeitplan verschickt werden:

Email 1: Versand sofort nach dem Eintrag. Eine Dankes- und Willkommensemail in der Sie auch den Downloadlink für Ihr kostenloses Ebook eingetragen haben.

Email 2: So eingestellt, dass sie 3 Tage nach dem Eintrag in Ihre Liste rausgeschickt wird. Vom Inhalt her sollte diese möglichst einen Link zu einem Gratisartikel oder einem Gratisreport enthalten.

Email 3: Geht 7 Tage nach dem Eintrag raus und bewirbt eines Ihrer Produkte

oder das eines Joint Venture Partners.

4th Email: Geht 10 Tage nach dem Eintrag raus usw.

Sie müssen dabei eine gute Balance finden zwischen reinen Werbemails und Mails mit gutem Content oder Gratisgeschenken. Je mehr Sie Ihren Abonnenten geben, desto eher werden diese auch durch Käufe bei Ihnen etwas zurückgeben.

Bei manchen funktioniert auch die aggressive Herangehensweise im Emailmarketing, also das Verschicken von hauptsächlich Werbemails. Aber für die meisten ist es am besten, eine gute Mischung beizubehalten, sonst trägt sich ein Großteil Ihrer Abonnenten schnell wieder aus Ihrem Newsletter aus.

Erst, wenn Sie eine gute Beziehung zu Ihren Abonnenten aufgebaut haben, können Sie auch mal mehr Werbemails verschicken. Diese werden dann wesentlich erfolgreicher von den Einnahmen her, als wenn Sie keine Beziehung zu Ihren Abonnenten aufgebaut haben.

Sie müssen Ihre Liste einfach darauf konditionieren, dass von Ihnen auch immer wieder mal reine Promotionmails verschickt werden. Es liegt an Ihnen, herauszufinden, was am besten funktioniert, wie oft Sie Ihre Liste kontaktieren und ob diese auf Ihre Angebote reagieren.

Haben Sie keine Angst davor, ein bisschen zu experimentieren und neue und innovative Wege zu finden, Ihre Liste zu vergrößern und zu halten.

Hier sind einige Möglichkeiten, wie Sie Ihre Liste am schnellsten und am einfachsten aufbauen können:

Erstellen Sie mehrere Squeezeseiten

Anstatt nur eine einzige Seite für das Sammeln der Leads zu erstellen, sollten Sie sich überlegen, ob es nicht klüger wäre, mehrere unterschiedlich Squeezeseiten zu erstellen mit jeweils anderen Angeboten und Unterthemen.

Im Bereich Internet Marketing könnten Sie beispielsweise auf einer Seite ein Ebook zum Thema „Facebook Marketing“ abgeben, auf der anderen Seite ein Ebook zum Thema „Twitter Marketing“ und auf wieder einer anderen Seite eines zum Thema „Nischenmarketing“.

Indem Sie dies tun, sprechen Sie unterschiedliche Zielgruppen innerhalb Ihrer Hauptnische an, denn nicht jeder hat an jedem Unterthema ein gleiches Interesse. Denn, wer beispielsweise Facebook nicht mag und damit absolut nichts am Hut hat, der wird sich auch kein Ebook darüber herunterladen wollen.

Der ist dann vielleicht mit einem Ebook zum Thema Nischenmarketing besser bedient.

Je mehr unterschiedliche Squeezeseiten Sie benutzen, desto größer die Wahrscheinlichkeit, dass sich ein Interessent von einem der Unterthemen angesprochen fühlt und sich in Ihre Liste einträgt.

Im Prinzip können Sie allerdings für alle Seiten die gleiche Autoresponder-Nachrichtenserie benutzen. Allerdings müssen Sie zumindest die erste Nachricht für jede Seite anpassen und auch den jeweiligen Downloadlink zum Produkt anpassen, da Sie ja auf jeder Seite ein anderes Produkt weggeben.

Benutzen Sie Ihre Squeezeseite als Zielseite in Ihren Social Media Profilen

Wenn Sie schon etwas länger im Bereich Internet Marketing tätig sind, werden Sie wahrscheinlich schon mehrere Profile auf den ganzen Social Media Plattformen haben.

Und da wird ja meist auch nach Ihren Websites gefragt. Verlinken Sie in den Profilen einfach direkt auf Ihre Optin-Seiten und Sie werden alleine durch Ihre Aktivitäten im Bereich Social Media neue Abonnenten dazugewinnen.

Dies gilt im Prinzip für alle Plattformen wie Facebook, Twitter, Xing und selbst Youtube, wenn Sie auch da aktiv sind und regelmäßig Videos posten.

Artikelmarketing

Artikelmarketing ist eine sehr effektive (und kostenlose!) Marketingstrategie und kann Ihnen vielen Besuchern verhelfen. Es lässt sich eine Menge an Traffic generieren, wenn man die richtigen Keywords anvisiert und nur Artikel schreibt, bei denen die Konkurrenz nicht schon riesig ist.

Bei Artikelmarketing geht es hauptsächlich darum, qualitativ hochwertigen Content anzubieten, der für Ihr Zielpublikum gedacht ist und der dafür sorgen soll, dass sich die Leser auch für Ihre Website interessieren, um mehr über Ihre Person zu erfahren.

Artikelmarketing erfordert keine große Vorbereitung und wenn man schreiben kann, dann kann man fast sofort loslegen. Aber auch, wenn Sie selber nicht so gut darin sind, guten Content zu produzieren, ist es möglich, über Artikelmarketing Besucher zu gewinnen und Geld zu verdienen.

In diesem Fall betreiben Sie einfach Outsourcing und heuern andere Autoren an, die diese Schreiarbeiten für Sie erledigen. Entsprechende Freelancer-Websites habe ich Ihnen ja bereits in einem vorhergehenden Abschnitt genannt.

Auch, wenn Sie ein knappes Budget haben, sollte es immer wieder mal möglich sein, ein kleines Paket von Artikeln, bestehend aus jeweils ca. 350-500 Wörtern, schreiben zu lassen.

Fangen Sie damit an, jede Woche 3-5 Artikel an die Artikelverzeichnisse zu schicken und bevor Sie sich versehen, werden Sie einen gleichmäßigen Besucherstrom zu Ihren Squeezeseiten generieren können. Je mehr Artikel Sie veröffentlichen, desto mehr Besucher können Sie für Ihre Seiten erwarten.

Es ist allerdings sehr wichtig, dass die Artikel auch von der Qualität her passen, denn sonst klicken die Leser nach dem Durchlesen Ihrer Artikel nicht zu Ihrer Website rüber und dann sind die Chancen vertan, darüber neue Abonnenten zu

gewinnen.

Diese Artikel repräsentieren Ihre Person und Ihre Marke und deswegen ist es wichtig, dass Ihre Artikel die Leser beeindrucken, denn sonst dürfte es später auch schwer werden, Ihre Infoprodukte an den Mann oder an die Frau zu bringen, wenn die Leser denken, dass Sie nur Mist schreiben.

Achten Sie darauf, wie Sie Ihre Autorenbox erstellen, die sich jeweils am Ende eines Artikels befindet.

Die Autorenbox ist ein kleiner Abschnitt am Ende des Artikels, in dem Sie 2-3 Sätze über sich selbst schreiben können und von wo aus Sie zu Ihrer eigenen Website verlinken dürfen.

In diesem Abschnitt müssen Sie dafür sorgen, dass der Leser neugierig auf Ihre weiteren Artikel und Produkte wird und natürlich sollten Sie von dort aus direkt auf Ihre Squeezeseite verlinken, damit Sie darüber wiederum neue Abonnenten gewinnen.

Allerdings gibt es auch sehr viele Artikelverzeichnisse, wo es eine solche Autorenbox nicht gibt und wo Sie einfach nur ein paar Ihrer Keywords zu Ihrer Homepage verlinken können. Auch da sollten Sie natürlich direkt auf Ihre Squeezeseite verlinken.

So wird dann auch Ihre Squeezeseite besser in den Suchmaschinen gelistet bei Anfragen nach Ihren Keywords. Denn Links von anderen Websites spielen eine große Rolle für das Ranking in den Suchmaschinen, aber das ist wiederum ein ganz anderes Thema.

Hier ist ein Link zu einer Liste mit sehr vielen deutschsprachigen Artikelverzeichnissen:

<http://www.nxplorer.net/Artikelverzeichnisse.html>

Wie Sie mit Ihren Emailkampagnen Geld verdienen

Es folgen einige Möglichkeiten, wie Sie mit Ihrer Liste möglichst schnell Geld verdienen können:

1) Affiliateprodukte vermarkten

Sie können einfach Produkte promoten, bei denen Sie für jeden Verkauf eine Provision vom Produktbesitzer bekommen. Dazu müssen Sie einen speziellen Affiliatelink benutzen, damit die Verkäufe auch richtig zugeordnet werden können.

Dazu müssen Sie nicht einmal direkt an die Programmbetreiber herantreten, sondern viele Produkte, die Sie vermarkten können, können Sie sich direkt bei den großen Plattformen wie Clickbank.com heraussuchen.

2) Werbeplätze verkaufen

Es gibt viele Vorteile, wenn Sie Werbeplätze innerhalb Ihres Newsletters verkaufen, inklusive der Tatsache, dass Sie Ihre Preisstruktur selber festlegen können. Dabei gilt natürlich, dass je mehr Abonnenten Sie für Ihren Newsletter haben, desto höhere Preise können Sie für Werbungen in Ihrem Newsletter verlangen.

Sie können den Werbetreibenden sogar anbieten, Standalone-Emails zu verschicken, wo also nur die Werbung an die Abonnenten rausgeschickt wird und nichts weiter. Allerdings sollte man dies auch nicht übertreiben, da man damit auch viele Abonnenten wieder vergraulen kann, wenn jeden zweiten Tag eine Email für andere verschickt wird.

Ich persönlich würde es nicht empfehlen, es sei denn, Sie begrenzen dies auf 1-2 Standalone Mails für andere im Monat.

Sie können und sollen natürlich auch sieben, was in Ihrem Newsletter beworben werden darf. Denn sonst kommen Ihre Konkurrenten und bewerben Produkte, die Sie selber auch im Programm haben. Damit Sie überhaupt Werbung in Ihrem Newsletter verkaufen, müssen Sie ein wenig von der Demografie Ihrer Liste preisgeben.

Sie sollten zudem erst einmal mindestens 1.000 Abonnenten für Ihren Newsletter haben, bevor Sie Werbeplätze und Mailings anbieten.

3) Verkaufen Sie Private Label Content

Private Label Material ist inzwischen auch in Deutschland ein Begriff und man diese Art von Content, den Sie verändern dürfen, komplett abändern. Damit haben Sie in kürzester Zeit die Möglichkeit, eigene Produkte zu erstellen. Sie brauchen die vorhandenen Produkte nur ergänzen oder umschreiben, um dem Werk Ihre eigene, persönliche Note zu geben.

Dann brauchen Sie nur noch den Verkaufsbrief und die Grafiken anzupassen und schon haben Sie ein Produkt, das Sie immer wieder verkaufen können.

Diese Art der Produktentwicklung ist sehr schnell und unkompliziert und am besten ist, Sie konzentrieren sich auf PLR Pakete von Schreibern, die nur eine begrenzte Stückzahl ihrer Werke verkaufen, damit Ihr Paket noch exklusiver wird. Denn, dann fällt natürlich ein Großteil an Konkurrenz weg.

Egal, wo Sie den Private Label Content kaufen, Sie sollten sich immer die Mühe machen und diesen erst komplett durcharbeiten und verbessern, bevor Sie das Produkt verkaufen. Denn sonst könnte es Ihnen passieren, dass Sie etwas verkaufen, was von der Qualität her eigentlich nicht Ihrem gewohnten Standard entspricht.

Dies muss nicht einmal ein besonders zeitintensiver Prozess sein, wenn Sie von vornherein darauf achten, dass Sie die Werke nur bei Produzenten hochwertiger

Produkte einkaufen. Auf jeden Fall sollten Sie aber den Titel des Werkes komplett abändern, ein Vorwort einfügen und ein Schlusswort.

4) Erstellen Sie Ihre eigenen Produkte

Da Sie direkten Zugang zu potenziellen Kunden über Ihre Liste haben, wissen Sie wahrscheinlich schon, an welcher Art von Produkten Ihre Abonnenten interessiert sind. Der nächste logische Schritt wäre also, Produkte zu erstellen, die auf die Bedürfnisse und Wünsche Ihrer Liste eingehen.

Ziehen Sie auch in Betracht, eine Umfrage zu starten, um herauszufinden, welches Produkt Sie als nächstes erstellen sollten. Auch darüber können Sie erst einmal abschätzen, was genau von Ihren Abonnenten gewünscht wird.

Dabei können Sie die Interessenten am Ende der Umfrage ruhig auf eine weitere Squeezeseite führen, wo die Leute, die sich eintragen, dann weitere Infos zum Start Ihres Produktes erhalten und wo diese dann auch vielleicht einen etwas früheren Zugang bekommen, als die breite Masse.

Machen Sie Split-Tests!

Das Split-Testen der Squeezeseiten ist ein wichtiges Element für eine erfolgreiche Emailmarketing-Kampagne.

Egal, wie schön Sie Ihre Website designt haben, oder wie genau Sie einzelne Bereiche Ihrer Seite aufgebaut haben, man kann einfach nicht vorhersagen, wie Ihre Besucher auf eine bestimmte Art von Seite reagieren werden, ohne, dass Sie einige Layouts direkt verglichen haben, von den Optin-Raten her.

Eine kostenlose Alternative, wie Sie Ihre Seiten und Konversionen testen können, ist, indem Sie Google's Website Optimizer nutzen, ein kostenloses Tool, dass Ihnen bei den Split-Tests hilft.

Sie können sich hier kostenfrei eintragen:

<http://www.google.com/analytics/>

Entwickeln Sie Ihre eigene Marke!

Es ist wichtig, dass Sie auch für sich und Ihre Produkte ein Markenbewusstsein aufbauen, das von Ihren Abonnenten direkt erkannt wird und mit dem diese die Qualität Ihrer Produkte verknüpfen. Denn, dann haben Sie es wesentlich leichter, Abonnenten in Käufer umzuwandeln.

Jede Email, die Sie verschicken, sollte auch direkt daran arbeiten, Ihre Marke zu stärken. Dies bedeutet, dass Sie sehr aufpassen müssen, was für eine Art von Produkten Sie promoten und zudem müssen Sie jedes Mal, bevor Sie eine Werbemail als Affiliate rausschicken, kontrollieren, ob das Produkt, das Sie anpreisen, wirklich so gut ist, wie Sie behaupten.

In der Regel erhalten Sie vorab Zugang zu dem Produkt, wenn Sie den Produktbesitzer darum bitten, weil Sie das Produkt erst prüfen wollen. Auch, wenn Sie das Produkt nicht selbst erstellt haben, werden Ihre Abonnenten darauf achten, ob das Produkt wirklich so gut ist, wie Sie in Ihrer Werbemail behauptet haben.

Ist dem dann doch nicht so, werden diese Sie zu Recht verantwortlich machen wollen, wenn es sich um ein minderwertiges Produkt gehandelt hat.

Sie sollten deshalb immer eine Testversion des Produktes anfordern – ohne Ausnahme. Haben Sie kein solches erhalten, sollten Sie das Produkt auch nicht bewerben. Nur so können Sie wirklich sicher sein, dass Ihre Empfehlungen auch in Zukunft für bare Münze genommen werden und dass Sie dies nicht machen, nur um ein paar Euro zu verdienen.

Ihre Emails sollten fokussiert und relevant sein. Wenn Sie sich irgendwann in eine andere Nische bewegen wollen, dann sollten Sie eine komplett neue Liste dafür aufbauen. So können Sie nicht beispielsweise von Internet Marketing in die Gesundheitsnische wechseln und den Leuten plötzlich erzählen, was diese gegen hohen Blutdruck tun können.

Das funktioniert nicht und mit so etwas bringen Sie Ihre Leser gegen sich auf!

Segmentieren Sie Ihre Listen für eine bessere Zielgruppenerfassung!

Das Segmentieren hat eine größere Bedeutung, als nur dafür zu sorgen, dass Ihre Emails beim Empfänger ankommen. Das Segmentieren hilft Ihnen auch dabei, Ihre Nachrichten besser auf Ihre Empfänger auszurichten, da diese, wie wir ja schon gesehen haben, durchaus aus vielen verschiedenen Quellen kommen können (Giveaways, Joint Ventures, eigener Blog etc.). Dadurch erreichen Sie bessere Responseraten und somit mehr verkaufen.

Wenn Sie also beispielsweise eine Liste für "Internet Marketer" aufbauen, dann ist es sehr wahrscheinlich, dass viele Ihrer Abonnenten völlig verschiedene Hintergründe und Erfahrungen in diesem Bereich haben. Einige werden vielleicht völlige Anfänger sein, während andere schon viele eigene Produkte verkauft haben und immer noch verkaufen und sich mehr Tipps für Fortgeschrittene erhoffen.

Sie könnten, um bei dem Beispiel mit den Internet Marketern zu bleiben, eine Liste für Anfänger aufbauen und eine andere, wo Sie die Marketer ansprechen können, die schon über wesentlich mehr Erfahrungen verfügen.

Dementsprechend könnten Sie auch unterschiedliche Produktgruppen entwickeln. Eine für Anfänger und eine für Fortgeschrittene, denn Letztere

würden kaum Produkte für komplette Anfänger kaufen wollen.

Lassen Sie Ihre Listen nicht erkalten!

Sie müssen sich darauf konzentrieren, in ständiger Kommunikation mit Ihren Abonnenten zu bleiben. Das bedeutet jetzt nicht, dass Sie ihnen jeden Tag etwas schicken müssen, aber Sie sollten so etwas wie einen Zeitplan haben, so dass sich Ihre Abonnenten darauf einstellen können, 1-2 die Woche eine Email von Ihnen zu bekommen.

Ihre Abonnenten werden Ihre Emails dann erwarten – vor allen Dingen, wenn Sie diese immer an den gleichen Tagen rausschicken. Dadurch werden Sie bessere Öffnungsraten für Ihre Emails bekommen, wodurch Sie dann letzten Endes auch mehr verdienen.

Je konsistenter Sie mit Ihrem Emailversand sind, desto einfach wird es, Ihre Abonnenten auch daran zu gewöhnen, dass Sie nicht immer nur kostenlosen Content rausschicken, sondern dass Sie auch immer mal wieder Werbung für Produkte machen.

Denn, Sie wollen ja schließlich auch von etwas leben. Das können Sie nicht, wenn Sie nur kostenlose Sachen rausschicken...

Profitable Werbe-Emails schreiben

Wie schon gesagt 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 Email-Titel verfasst oder eine Email schreibt, die auch die gewünschten Resultate bringt. Es ist absolute Zeitverschwendung, wenn Sie eine langweilige Email schreiben, die nur bei 1% der Empfänger die gewünschte Reaktion auslöst. Eine gut geschriebene Email 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 Emails drastisch zu erhöhen. Dieser Report wird Ihnen helfen, das Meiste aus Ihrer Liste heraus zu holen und mit jeder einzelnen Email, die Sie versenden, viel mehr Geld zu verdienen.

Denn warum wollen Sie sich mit nur 1% Conversion-Rate 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% Conversion 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 Email schreiben, müssen Sie herausfinden, was die wichtigsten Fragen und Probleme Ihres Marktes (Ihrer Nische) sind.

Große Unternehmen investieren Tausende von Euros in Marktforschungs-Unternehmen, die, z. B. mit Umfragen, die Probleme, Fragen und das 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 Email 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 da stehen, 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 Email 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 Email 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!

Email-Titel für maximale Öffnungs-Raten

Damit Ihre Emails eine Wirkung erzielen können, müssen sie gelesen werden. Die meisten Emails 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 Email-Titel, die Aufmerksamkeit erregen und die Menschen praktisch zwingen, Ihre Nachricht zu lesen!

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




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

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

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

Inhalt Ihrer Nachricht sein.

Hier sehen sie ein paar sehr uneffektive Email-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 Email-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 Emails, 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 Emails werden oft einfach übersprungen.

Überlegen Sie sich bei der Erstellung Ihrer Email-Titel, was die dringendsten Probleme und Fragen Ihrer Kunden sind und verwenden Sie diese in Ihrem Email-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 Email 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 Email zu bewegen. Oft sind die Leute sehr beschäftigt und mögen keine Verkauf-Emails.

Daher müssen Sie diese wichtigen Dinge beachten, damit die Menschen auch Ihre gesamte Email-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 Email ist es, die Leser zu Ihrem Sales-Letter zu führen. Erst Ihre Verkaufs-Seite soll verkaufen.

Ein gute Möglichkeit für den Anfang Ihrer Email 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 Email 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 Email 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 Email 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.

Sie sehen, effektive Emails zu schreiben, ist gar nicht so schwer.

Wenn Sie die in diesem Ebook aufgezeigten Richtlinien bei der Erstellung Ihrer Emails und Autoresponder-Nachrichten umsetzen, können Sie die Wirksamkeit Ihrer Mails deutlich steigern.

Sicherlich wird es Ihnen nicht sofort gelingen, die „perfekte“ Email-Nachricht und den „perfekten“ Email-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.

Listenaufbau-Strategien

Machen Sie Ihren Content sachbezogen, das hält Ihre Leser bei Laune und steigert die Zahl derer, die Ihren Newsletter weiterempfehlen

Wie ich es sehe, ist eines der größten Probleme, die Newsletter und Ezine(Internetmagazin)-Herausgeber haben, dass sie über Themen schreiben, die niemand interessieren. Sie schreiben einfach über was auch immer, von dem sie denken, dass Leute darüber unterrichtet werden wollen, noch dazu ohne jegliche Recherche. Das ist ein großer Fehler.

Andere Herausgeber haben zwar eine gut definierte Nische, aber auch sie schreiben in ihren Newslettern Artikel, die für die Leser nicht von besonderem Interesse sind. Es ist sinnlos, einen Newsletter über Münzsammeln zu haben, aber Artikel über Briefmarkensammeln zu veröffentlichen, nur weil man sich nicht die Mühe gemacht hat, den passenden Content zu finden.

Das Problem ist leicht zu lösen: Versenden Sie einfach eine Email an Ihre Leser und fragen Sie sie, was sie lesen möchten. Auch können Sie andere Newsletter aus Ihrem Fachgebiet abonnieren, um zu sehen, worüber diese schreiben.

Fügen Sie mehr Newsletter-Eintragungsmöglichkeiten in Ihrer Website ein

Klingt ziemlich simpel, aber nur wenige Webmaster tun es tatsächlich. Wenn Sie eine Website mit 100 Unterseiten haben, dann sollten Sie auch 100 Eintragungsmöglichkeiten für Ihren Newsletter anbieten.

Sie können solch ein Eintragungsfeld im Grunde überall auf einer Seite platzieren: am Beginn, in der Mitte oder am Ende eines Seitentextes.

Solange Sie guten Content auf Ihrer Website veröffentlichen, werden Sie kein Problem haben, Abonnenten für Ihren Newsletter zu bekommen.

Eine interessante Möglichkeit für eine Content-Seite ist der folgende Weg:

Gehen Sie auf diese Website und sehen Sie, was der Webmaster macht, um Newsletter-Abonnenten zu bekommen. Es ist sehr clever:

<http://www.associateprograms.com>

Bieten Sie ein außergewöhnliches Geschenk an

In der Vergangenheit hatte ich ein Problem, Gratisartikel anzubieten, um Newsletter-Abonnenten zu bekommen, aber ich weiß jetzt, dass es prima funktioniert, wenn man es richtig macht.

Warum hatte ich ein Problem damit?

Nun, ich will eigentlich Eintragungen von Besuchern, die meinen Newsletter wollen, nicht, weil sie auf das dazugehörige Geschenk scharf sind.

Der beste Weg, etwas gratis anzubieten, ist, etwas Kostenloses selbst zu kreieren und nicht etwas, von dem Sie wie 500 andere Webmaster nur die Nachdruck- oder Wiederverkaufsrechte haben.

Sie aber wollen etwas Einzigartiges, etwas, das Ihren Newsletter stark aufwertet.

Wissen Sie, was ein wirklich guter Bonus für eine Newsletter-Anforderung ist? Gute frühere Ausgaben Ihres Newsletters!

Verwenden Sie virale Gratis-Ebooks, um neue Abonnenten zu gewinnen

Sie haben die vorgenannten Methoden umgesetzt, aber Sie wollen noch mehr? Sie wollen Tausende Neuabonnenten für Ihren Newsletter bekommen, ohne einen Cent für Werbung auszugeben?

Virales Marketing ist der Weg! Schreiben Sie virale Ebooks, die herumgereicht werden und sich wie ein Virus verbreiten.

Virale Ebooks zu schreiben, ist nichts Neues, aber immer noch eine großartige

Methode, um Ihren Newsletter bekannt zu machen.

Es gibt ein paar probate Methoden, ein virales Ebook zu kreieren:

Entweder bieten Sie es gleich als Gratis-Produkt an oder aber Sie verlangen eine Gebühr und vergeben dafür im Gegenzug Nachdruck- bzw.

Wiederverkaufsrechte, so dass die Käufer es weitervertreiben und Geld im weiteren Verlauf machen.

Ich selbst bevorzuge die Reprint-Route. Das Sache ist nur die, wenn sich einmal der Neuheiten-Charakter des ersten Ebooks abgenutzt hat, müssen Sie ein neues schreiben und dann wieder eins und und dann wieder eins usw.! Alle nach derselben Masche, alle mit Wiederverkaufsrechten und alle mit Ihren Newsletter-Eintragungs-Formularen gepflastert.

Das Ziel ist nicht, großes Geld aus dem Ebook-Verkauf zu machen, sondern mehr Abonnenten zu bekommen.

Also: Finden Sie eine Reihe von Publishern in Ihrer Marktnische, lassen Sie sie wissen, dass Sie ein neues Ebook erstellt haben, das diese verwenden und auf ihrer Website anbieten dürfen, geben Sie ihnen Werbeunterstützung durch einen Werbetext, erzählen Sie ihnen, dass sie das Ebook kostenlos haben können, um das Ebook mit oder ohne Nachdruckrechte an ihre Kunden verkaufen dürfen.

Da ist leicht verdientes Geld für jene und mehr Abonnenten für Sie!

Verwenden Sie Pop-up Fenster

Popup Fenster sind immer noch eine effektive Methode, neue Abonnenten zu bekommen, besonders in Nischen.

Pop-ups für Ihre Website zu erstellen, ist so einfach wie Kartoffelschälen. Allerdings gibt es verschiedene Arten von Popup-Fenstern.

Da gibt es das Entry Popup Fenster, das sich öffnet, wenn jemand eine Seite betritt, sowie das Exit Popup Fenster, das aufgeht, wenn der Besucher die Seite verlässt.

Ich bevorzuge das Exit Popup. Wenn also ein User Ihre Website wieder verlassen will, bekommt er ein kleines Fenster zu sehen, das ihn fragt, ob er sich in Ihren Newsletter einschreiben möchte.

Dies kann allerdings auch zu Verärgerung führen. Deshalb sollten Sie ein Popup verwenden, das erkennt, ob der User Ihr Exit-Popup schon einmal gesehen hat; in diesem Fall öffnet es sich nicht.

Kaufen Sie Leads durch Co-Registration

Ein schneller und leichter Weg, Abonnenten zu bekommen, wenn auch nicht der beste; so würde ich Co-Registration beschreiben.

Manche Marketer schwören darauf und erzielen gute Resultate damit, bei anderen ist das Gegenteil der Fall und sie schmeißen die komplette Liste wieder raus, weil sie gespickt ist mit Fake-Adressen, Spam-Beschwerden und reinen Gratis-Jägern.

Was also ist Co-Registration?

Unter Co-Registration versteht man den Listenaufbau mit Adressen, die von einem entsprechenden Dienstleister gekauft wurden.

Dr. Ralph Wilson beschreibt es folgendermaßen:

"Co-Registration ist ein häufig genutztes Verfahren, eine Email-Liste aufzubauen oder zu vergrößern. Es funktioniert folgendermaßen: Nachdem User ein Eintragungsformular ausgefüllt haben oder bevor sie eine Website verlassen, bekommen sie die Möglichkeit, sich für ein oder mehrere Newsletter einzuschreiben. Wenn Sie unter diesen mit Ihrem Newsletter gelistet sind und die Seite ein entsprechendes Besucheraufkommen hat, werden Sie zahlreiche Neuabonnenten bekommen."

Sie zahlen eine Gebühr an diese Unternehmen pro Abonnent. Jedes Mal, wenn der Dienstleister Sie mit einem neuen Lead versorgt, wird diese Gebühr fällig. Sie liegt gewöhnlich zwischen 15 Cents und 1 Euro, abhängig von der Nische und ob Sie Doppel-Optin bzw. Einfach-Optin wollen.

Wählen Sie möglichst immer Doppel-Opt-in.

Die beste Methode, aus dieser Sorte von Abonnenten Geld zu machen, ist, zuerst etwas gratis abzugeben. Bauen Sie Vertrauen zu ihnen auf. Bieten Sie einen Gratis-Kurs an, geben Sie ihnen einige Bonusprodukte wie zuvor beschrieben usw.

Falls aber jemand wünscht, wieder aus der Liste gestrichen zu werden, dann tun Sie es sofort! Streiten Sie niemals! Es wäre tödlich für Ihren gesamten Newsletter.

Schreiben Sie Gratis-Artikel

Es ist zwar so vorgegeben, dass Sie Ihre Newsletter-Einschreibungs-Adresse in der Resource Box am Ende eines Artikels angeben, aber es ist nicht das beste Verfahren, Leser zu veranlassen, sich bei Ihnen einzutragen.

Es ist besser, via Autoresponder ein paar kostenlose E-Kurse, zu denen sich User eintragen können, zu schreiben und die Links geschickt in den Text Ihres Artikel einzuweben.

Hier die Erläuterung, was ich meine (und ich kann Ihnen versichern, kaum einer macht es so):

Angenommen Sie haben einen Newsletter über Eisfischen und Sie sind gerade dabei, ein paar Artikel zu schreiben, die zwecks Veröffentlichung versandt werden sollen. Ich würde nun so vorgehen:

Auf der Seite www.getresponse.com würde ich eine der Dienstleistungen buchen und dann beginnen, zwei oder drei E-Kurse über Dinge, die mit Eisfischen zu tun haben, schreiben und sie in meinen Autoresponder stellen.

Warum würde ich das so machen, wenn ich will, dass Interessenten sich in meinen Newsletter eintragen?

Nun, das Artikelschreiben wird immer bedroht von Leuten, die glauben, dass es ein Kavaliersdelikt ist, die Verfasserangaben wegzulassen. Sie stehlen einfach den Content und geben ihn als ihren eigenen aus.

Statt mich nun mit solchen Leuten jeden Tag herumzuschlagen, habe ich akzeptiert, dass solche Dinge passieren, aber treffe entsprechende Vorkehrungen. Und in der Tat, sie funktionieren in meinem Sinn.

Ich lasse nämlich schon in meinem Artikeltext die Leser wissen, dass es da einen tollen Internet-Kurs gibt, für den sie sich gebührenfrei eintragen können. Ich muss nicht unbedingt erwähnen, dass der Kurs von mir ist. Ich flechte die Information einfach in den Text mit ein, so dass es aussieht, als ob ich den Leser auf eine interessante Gratis-Sache hinweise.

Ich würde sie dann mit dem Autoresponder-Link versorgen und dem Wissen, wie sie sich eintragen können.

Denken Sie immer daran, wenn Sie die Resource Box Ihres Artikels schreiben: Sie müssen die Interessenten nicht auf eine Webpage lenken, um sich für Ihren Newsletter einzutragen.

Sie können Ihre Newsletter-Eintragungs-Informationen in die Resource Box wie folgt schreiben...

„Für weitere Informationen wie man jede Woche mehr Seebarsch fängt, tragen Sie sich in unseren Newsletter ein, indem Sie einfach eine leere Email an youremail@address-here.com schicken.“

Verwenden Sie einen Verkaufsbrief, um Abonnenten zu gewinnen

Dies ist etwas, das ich in letzter Zeit oft gesehen habe. Manche verwenden direkte Verkaufsbriefe, um neue Newsletter-Bezieher zu bekommen. Sie kreieren richtige Verkaufsbriefe, wie wenn sie irgendein Produkt verkaufen würden, doch am Ende befindet sich kein Kauf-Button, sondern ein Tragen-Sie-sich-hier-ein-Button.

Sie merken beim Lesen überhaupt nicht, dass es sich nicht um ein Verkaufsprodukt handelt, sondern realisieren den Unterschied erst ganz am Ende.

Das erzeugt bei den Leuten einen WOW-Faktor. Denn Sie stellen Ihren Newsletter so wertvoll dar, dass, wenn sie letztendlich feststellen, dass er kostenlos ist, die Leser sich sagen: „Wow, ich kann kaum glauben, dass die all

diese Informationen kostenlos hergeben!“

Das ist reines Marketing in seiner besten Form, und es ist aufregend. Marketing soll auch aufregend sein, genau wie das Leben.

Verwenden Sie mp3, um mehr Abonnenten zu gewinnen

Eine weitere tolle Idee, neue Abonnenten zu gewinnen: Audio-Interviews mit Experten. Ich gehe jetzt nicht ins Detail, wie man Audio Produkte erstellt, das ist ein Thema für ein anderes Ebook. Aber Experten per Telefon zu interviewen und das Ganze auf mp3 aufzuzeichnen, wird Ihren Newsletter über das ganze Internet verbreiten, besonders auf Gebieten abseits von Internet Marketing, wo die Leute nicht erwarten, so viel hochwertige Informationen gratis zu erhalten.

Wenn Sie Taktiken aus dem Internet-Marketing-Bereich nehmen und auf andere Marktnischen anwenden, wo man sie bislang nicht gekannt hat, werden sie deutlich mehr beachtet. Im Bereich Internet Marketing ist alles schon ausprobiert worden und wir alle sind beinahe immun selbst gegenüber den brilliantesten Methoden, da sie uns nahezu jeden Tag unterkommen, aber andere Bereiche sind noch empfänglich dafür.

Audio Interviews zu erstellen, ist überhaupt nicht schwer in Bezug auf das Equipment, und Fachleute zum Interviewen zu finden, ist ein Kinderspiel.

Wissen Sie, wie ich Experten jedes Fachgebiets beinahe aus dem Stehgreif finde?

Nun, die meisten FAQ-Seiten auf <http://www.faqs.org/faqs/> enthalten den Namen des Autors und seine Emailadresse. Diese Leute sind offenbar sachkundig auf ihrem Gebiet. Daher geben sie großartige Experten ab, die interviewt werden

können.

Sagen Sie ihnen, Sie möchten sie interviewen, weil Sie die Informationen lasen, die diese geschrieben haben und dass Sie glauben, dass Ihre Abonnenten deren Informationen zu schätzen wüssten.

Die meisten werden es tun, ohne einen Cent dafür zu verlangen, es schmeichelt sie ganz einfach, interviewt zu werden.

Sodann informieren Sie Ihre Kollegen-Publisher, dass Sie ein tolles Set mit mp3-Interviews erstellt haben, welches sie gratis haben können, um es ihren Kunden anzubieten.

Richten Sie auf Ihrer Website auch einen Download-Link zu diesen mp3s ein und platzieren Sie dicht dabei die Eintragungsmöglichkeit für Ihren Newsletter und sie werden überrascht sein, wie viele Besucher sich eintragen, nachdem sie Ihre mp3s angehört haben.

Machen Sie es auf keinen Fall so, dass diese Interessenten sich erst für den Newsletter eintragen müssen, bevor sie die mp3s anhören können!

Archivieren Sie Ihre alten Newsletter-Ausgaben

Nicht selten sind Leute wegen der allgemeinen Spam-Seuche zögerlich, Informationen über sich preiszugeben; das gilt besonders für ihre Email-Adresse, selbst wenn das, was Sie ihnen anbieten, kostenlos ist.

Aber wenn Sie Besuchern erlauben, Ihre früheren Newsletter-Ausgaben zu lesen, ohne sich erst eintragen zu müssen, können Sie ihnen zeigen, welche Qualität Ihr Content hat – und wird sie anschließend meist veranlassen, sich

auch in Ihren Newsletter-Verteiler eintragen zu wollen!

Sie denken vielleicht, dass die Archivierung und das frei zugängliche Lesen älterer Ausgaben den Wunsch Ihrer Seitenbesucher reduziert, sich einzutragen, weil sie die Informationen ja bekommen, ohne die Email-Adresse preisgeben zu müssen, aber das Gegenteil ist der Fall.

Weisen Sie sie einfach darauf hin, dass sie als Newsletter-Abonnenten die neuesten Informationen zwei Wochen früher bekommen gegenüber Nicht-Abonnennten!

Verwenden Sie einen bekannten und gebührenpflichtigen Autoresponder

Ich kann es nicht genug betonen. Verwenden Sie keine kostenlosen Autoresponder oder Mailinglisten!

Diese Dienstleister sehen in der Regel nicht nur unprofessionell aus, sie können auch von heute auf morgen dicht machen.

Außerdem werden Sie von Spammern benutzt und schlimm missbraucht.

Ich verwende www.tom-responder.com und hatte überhaupt noch nie Probleme. Dort bekomme ich alles, was ich brauche.

Posten Sie in freien Foren

Dies ist eine hervorragende Möglichkeit, nicht nur neue Adressen für Ihre Mailingliste zu generieren, sondern sich auch als Experte auf Ihrem Fachgebiet zu profilieren. Denn indem Sie hilfreiche Informationen in Foren Ihrer Nische posten, erhalten Sie eine Menge Aufmerksamkeit.

Ich gehe hier nicht ins Detail, denn es ist ziemlich einfach zu beginnen:

1. Finden Sie passende Foren in Ihrem Marktsegment.
2. Lesen Sie einige der alten Postings, finden Sie heraus, wer der Boss ist, wer guten Content liefert und wie die Regeln lauten.
3. Beginnen Sie, nützliche Informationen zu posten und fügen Sie Ihren Newsletter-Hinweis am Ende des Postings ein oder in der Signatur Box.

Womit die meisten Webmaster Probleme haben, ist nicht, gute Postings zu schreiben, sondern Foren zu finden, in denen sie posten können.

Aber diese Hausaufgaben sind für Sie gemacht. Gehen Sie auf die nachfolgend genannten Webseiten und tragen Sie das Thema Ihres Newsletters in das Suchfeld ein und Sie werden alle geeigneten Foren aufgelistet bekommen:

<http://www.hood.de/>

<http://www.forehverzeichnis.com/>

<http://www.spin.de/themen/>

Weitere Forenverzeichnisse können Sie sich selbst ergoogeln.

Tauschen Sie Anzeigen mit anderen Publishern

Dies ist eine einfache Methode, sofort neue Abonnenten zu generieren. Sie platzieren eine Anzeige für den Newsletter eines anderen Publishers in Ihrem Newsletter und der Kollege tut dasselbe für Sie.

Ich bin zwar nicht gerade ein großer Fan dieser Vorgehensweise, doch sie funktioniert. Aber es gibt ein paar Dinge, auf die Sie achten sollten:

Anzeigentausch mit anderen läuft prima, wenn Ihre Mailingliste noch klein ist und schnell wächst. Es ist aber schwierig, passende Tauschpartner zu finden, wenn Sie 10.000 oder mehr Abonnenten haben.

Wie finden Sie Herausgeber, die Anzeigentausch suchen? Nichts leichter als das! Machen Sie eine Suchanfrage bei Google etwa nach folgendem Muster:

„Ihre Nische Newsletter“ also zum Beispiel: „Modellbau Newsletter“

Danach kontaktieren Sie einfach alle Publisher, die Sie können und fragen Sie an, ob sie bereit sind, Anzeigenraum in deren Newsletter mit Anzeigenraum in Ihrem Newsletter zu tauschen.

Aber spammen Sie diese Leute nicht an. Tragen Sie sich vielmehr in deren Newsletter ein, besuchen Sie ihre Websites, schreiben Sie eine persönlich gehaltene Email, so dass diese erkennen, dass Sie nicht einfach nur Emailadressen abgrasen wollen, und Sie werden Erfolg haben.

Sie müssen nicht immer Anzeigentausch innerhalb genau derselben Nische betreiben. Verwandte Nischen sind auch ergiebig. Nur weil Sie einen Zimmerpflanzen-Newsletter herausgeben, heißt das nicht, dass Sie nicht mit einem Garten-Newsletter tauschen können. Sie verstehen, was ich meine.

Starten Sie einen Wettbewerb

Es ist meine Lieblingsmethode. Die Idee ist, dass Sie eine Anzahl Publisher zusammenbekommen, die alle damit einverstanden sind, diesen Wettbewerb mit ihrer Liste zu veranstalten, während Sie im Gegenzug das gleiche mit der eigenen Liste machen.

Um an dem Wettbewerb teilzunehmen, muss jeder Newsletter-Herausgeber sich in die Emailliste des/der anderen eintragen und umgekehrt.

Bei dem Wettbewerb kann es um alles gehen, abhängig von Ihrer Marktnische. Wenn zum Beispiel die kontaktierten Publisher Ebooks im Verkauf haben, könnten Sie dem Gewinner mehrere oder alle Ebooks gratis aus Ihrem Angebot als Prämie anbieten. Alles, was einen Wert hat, kann eingesetzt werden.

Installieren Sie eine Website speziell für diesen Wettbewerb und versehen Sie sie mit allen benötigten Informationen. Danach berichten Sie Ihren Abonnenten von diesem Wettbewerb und wie man daran teilnimmt. Jeder aus Ihrer Liste, der mitmacht, wird automatisch Abonnent der Newsletter der anderen Publisher; Im Gegenzug erhalten Sie natürlich auch deren teilnehmende Abonnenten.

Hier die Schritte im einzelnen:

1. Finden Sie vier oder fünf Newsletter-Herausgeber aus Ihrem Marktsegment.
2. Kontaktieren Sie sie und erklären Sie Ihre Idee sowie, dass Sie bereit sind, alle Vorbereitungen zu übernehmen. Alles was die Publisher tun müssen, ist, Ihnen die Newsletter-Eintragungs-Informationen zu geben und etwas, das für den Wettbewerb angeboten werden kann.
3. Errichten Sie eine Domain und erstellen Sie einen Werbetext, der Interessenten die Teilnahmebedingungen und Gewinn-möglichkeiten erklärt.
4. Schreiben Sie einen Mailingtext, den die Publisher verwenden können, um den Wettbewerb zu promoten.
5. Setzen Sie ein Datum fest, wann diese Publisher die Werbemail verschicken und wie oft.
6. Senden Sie diesen Herausgebern die Namen und Email-Adressen der Abonnenten.
7. Fügen Sie neue Abonnenten Ihrer eigenen List hinzu. Tragen Sie Sorge, dass

keine Adressen doppelt existieren.

8. Ermitteln Sie einen Gewinner.

Geben Sie Artikel-Empfehlungen

Diesen Tipp habe ich von Greg Schliesmann gelernt und ich wünschte, ich wäre einer der Publisher gewesen, mit denen er dieses Joint Venture gemacht hat, denn es resultierte in Tausenden von Neuabonnenten für jeden, der beteiligt war. Sie bringen wieder vier oder fünf Publisher zusammen, es können die gleichen sein wie zuvor, und holen Sie sich deren Zustimmung ein, einen Artikel, den Sie geschrieben haben, zu empfehlen.

Das ist alles, es ist nicht kompliziert, und wenn die anderen mitmachen, werden sie Tausende Neuabonnenten quasi über Nacht erhalten.

Sie schreiben nun einen Artikel über die besten Newsletter in Ihrer Nische, und dies sind natürlich diejenigen der Publisher, die einverstanden waren, Ihren Artikel zu empfehlen und zu bewerben.

Verfassen Sie aber diesen Artikel objektiv, statt Newsletter einfach nur offenkundig subjektiv anzupreisen; schreiben Sie, wie es ein Reporter tun würde. Jeder, der nun diesen Artikel veröffentlicht, wird neue Abonnenten bekommen, auch Sie, und alle werden glücklich sein.

Manchmal müssen Sie Ereignisse einfach selbst erzeugen, speziell im Internet Marketing, und nicht darauf warten, dass andere auf Sie zukommen. Sie lassen Dinge geschehen, Sie können das. Es ist nicht schwer, verlassen Sie einfach mal die üblichen ausgetretenen Denkmuster.

Diese Methode funktioniert für kostenpflichtige Produkte genauso gut, es müssen nicht ausschließlich Newsletter sein. Sie könnten alle Webmaster und Publisher

Ihrer Nische zusammenbringen und einen Artikel über die besten Produkte, die der Markt hergibt, schreiben. Auf diese Weise kommt jeder zu Verkäufen, nur durch die Verbreitung dieses Fachartikels.

Die Danke-für-Ihre-Eintragung-Seite

Ganz einfach. Bringen Sie wieder eine Gruppe von Publishern zusammen und sagen Sie ihnen, dass Sie bereit sind, neue Abonnenten Ihres Newsletters auf eine Seite zu lenken, wo man sich für deren Newsletter eintragen kann, falls diese Publisher damit einverstanden sind, dies ihrerseits auch für Sie zu tun.

Sie sehen so etwas immer mal wieder. Nachdem Sie sich auf einer Website für einen Newsletter eingetragen haben, werden Sie zu einer anderen Seite geführt, die einen weiteren Newsletter empfiehlt.

Das ist so etwas wie eine kleine Version von Co-Registration, aber es kostet Sie nichts.

Kaufen Sie Solo-Anzeigen

Wann immer ich Werbung in Internetmagazinen schalte, dann sind es Solo-Anzeigen. Diese werden für sich allein versendet, ohne konkurrierende Klein- oder andere Anzeigen.

Da diese Inserate allein stehen, müssen sie eine ziemlich gute Länge haben. Manche sagen, je kürzer eine Anzeige ist, desto besser ist sie, aus dem einfachen Grund, dass der Leser weniger zu lesen hat, in Wirklichkeit zieht eine gut geschriebene längere Anzeige viel, viel besser.

Üblicherweise gibt es Wortanzahl- und Längenlimits für diese Anzeigen, deshalb

sind Sie gut beraten, sich über die Konditionen kundig zu machen.

Wenn Sie wirklich das Beste aus einer Anzeige machen wollen, dann müssen Sie hart an einer fesselnden Schlagzeile arbeiten. Wenn Sie eine gute Headline schreiben können, sollte der Rest von sich folgen.

Schalten Sie Kleinanzeigen

Kleinanzeigen sind Fließtextanzeigen, in der Regel nicht länger als vier oder fünf Zeilen in Newslettern oder E-zines. Sie sind nicht so effektiv wie Solo-Anzeigen, dafür sind sie sehr günstig. Das Geheimnis ist auch hier, eine interessante Schlagzeile zu texten. Hier erst recht.

Sie holen das Meiste aus Kleinanzeigen heraus (das trifft auch auf jede andere Werbemaßnahme im Internet zu), wenn Sie die Leser ohne Umwege zur Eintragungsmöglichkeit für ein Gratisprodukt oder einen Gratiskurs führen, welche dann via Autoresponder geliefert werden. Wenn Sie erst einmal die Emailadresse haben, können Sie immer wieder nachwerben, bis ein Verkauf zustande gekommen ist oder sich der User ausgetragen hat.

Das ist mit Abstand die beste Methode, Kleinanzeigen zu verwenden.

Schalten Sie Sponsor-Anzeigen

Sponsor-Anzeigen befinden sich in der Regel ganz oben in einem Newsletter und sind das Erste, was Leser sehen. Sie kosten meistens halb so viel wie eine Solo-Anzeige, aber sie sind nicht annähernd so gut.

Für gewöhnlich sind sie fünf bis acht Zeilen lang. Konzentrieren Sie sich wieder auf die Schlagzeile und führen Sie die Leser direkt zu Ihrem Autoresponder.

Bauen Sie ein möglichst großes Netzwerk auf

Wo auch immer Sie sich befinden, vernetzen Sie sich mit andern Menschen. Sie wissen nie, wem Sie über den Weg laufen. Lassen Sie so viele Leute wie möglich wissen, was Sie tun und dass Sie einer der besten auf Ihrem Gebiet sind.

An Seminaren teilnehmen und Messen sowie Kongresse besuchen, ist jedes Mal eine riesige Gelegenheit, mit Personen Ihres Fachgebiets in Kontakt zu kommen und Beziehungen zu wichtigen Online-Businesses aufzubauen.

Sie wissen nie, wer Ihnen eines Tages aus Ihrem Kompetenz-Netzwerk hilfreich sein kann.

Kreieren und verkaufen Sie Ebooks mit Nachdruckrechten

Ob Sie es mögen oder nicht, aber ein eigenes Produkt zu haben, gibt Ihnen mehr Flexibilität bei Online-Werbemaßnahmen.

Und ob Sie es glauben oder nicht, ein Ebook zusammenzustellen, ist nicht viel mehr als eine Woche Arbeit, falls es richtig gemacht wird. Wenn Sie es richtig machen, können die Profite beinahe ein Leben lang fließen.

Ich bekomme immer noch Schecks für Arbeit, die ich vor zwei Jahren einmal gemacht habe und das verdanke ich der Power von Affiliate-Programmen und Ebooks mit viralem Marketing.

OK, kommen wir zum Wesentlichen. Was ist ein Viral-Marketing-Ebook und warum sollten Sie ein solches schaffen?

Ein Viral-Marketing-Ebook ist ein Ebook, dessen einziger Zweck unter allen Umständen die schnelle Verbreitung im Internet ist. Es ist nicht dazu gedacht, in erster Linie und direkt Geld zu machen. Sie wollen vielmehr, dass andere Leute es möglichst oft verkaufen und verschenken.

Warum?

Weil das Ebook voll ist mit Affiliate-Links (Partnerprogramm-Links) zu anderer Leute Produkte, und jedes Mal, wenn jemand Ihr Ebook verkauft oder verschenkt (kommt darauf an, wie Sie es haben wollen), sehen mehr Menschen Ihre Affiliate-Links – und das kostet Sie was? Genau: NICHTS!

Das beste Beispiel, das ich Ihnen in diesem Zusammenhang geben kann, ist das von Yanik Silver. Er kreierte zwei Marketing-Ebooks, die sich wie ein Lauffeuer über das Internet verbreiteten. Er gab jedem, der die Ebooks für 19 bzw. 17 Dollar kaufte, das Recht, es unbegrenzt zu verkaufen oder an Kunden zu verschenken.

Ich muss wohl nicht erwähnen, dass Tausende Wiederverkäufer und Webmaster begannen, es weiterzuverkaufen und somit im Internet bekannt machten. Bis zum heutigen Tag verdient er immer noch gutes Geld durch diese Ebooks, außerdem wurde er einer der bekanntesten Internet Marketer.

So, wie kreieren Sie nun ein virales Marketing Ebook? Hier sind die einzelnen Schritte:

Kreieren Sie eine Produktidee, die auf einem Affiliate-Programm basiert, welches Sie bereits bewerben.

Es ist nicht schwer, Ideen zu produzieren. Ich bringe immer wieder dieses Beispiel: Wenn Sie ein Partnerprogramm über Sportwetten bewerben, warum dann nicht ein Ebook schreiben, wie man ein erfolgreicher Wetter wird. Überall in Ihrem Buch können Sie nun Ihre eigenen Affiliate-Links empfehlen. Ein möglicher Titel wäre z.B.: 101 Insider-Geheimnisse über Sportwetten Wie Sie mit anderer Leute Geld wetten

Ein probater Weg, Ideen zu produzieren, ist, zu schauen, was andere bereits verkaufen und dies dann nachzuahmen. Sie müssen das Rad nicht neu erfinden, machen Sie die Dinge nicht schwerer, als sie sind.

Verschaffen Sie sich die Tools, die Sie brauchen, um Erfolg zu haben
Folgende Werkzeuge und Hilfsmittel brauchen Sie:

A) einen Domain-Namen

Wählen Sie einen möglichst kurzen Domain-Namen, der dennoch das Thema Ihres Ebooks gut beschreibt.

B) Webhosting

Lassen Sie mich Ihnen erst erklären, wofür Sie zahlen, denn die richtige Web-Host-Wahl ist ungemein wichtig. Sie brauchen ein Unternehmen mit 24/7-Support, also rund um die Uhr an jedem Tag der Woche. Wenn Ihre Seite plötzlich nicht mehr erreichbar ist und Sie niemand kontaktieren können, um sie wieder online zu bekommen, verlieren Sie Geld, und das oftmals nicht zu knapp.

C) Autoresponder

Sie brauchen einen verlässlichen Autoresponder, damit Sie Ihre Interessenten regelmäßig kontaktieren können. Über ihn verschenken Sie z.B. einen Gratis-E-Kurs oder ein Gratis-Ebook (um die Email-Adressen zu erhalten) und natürlich Ihren Newsletter. Das geschieht alles automatisiert, d.h. ohne Arbeitsaufwand für

Sie.

D) Zahlungsanbieter

Auch das Bezahlen Ihrer Produkte und Dienstleistungen lässt sich automatisieren. Es stehen verschiedene Zahlungsanbieter zur Verfügung, beispielsweise:

Über www.clickbank.com können Sie das Bezahlen über alle großen Kreditkartenanbieter akzeptieren. Clickbank stellt auch Tausende Partnerprogramme zur Verfügung. Die einmalige Setup-Gebühr beträgt unter 50 Dollar. Für jeden Verkauf bekommt Clickbank eine kleine Provision, aber das ist viel günstiger, als Zahlungen und Abrechnungen selbst durchzuführen. Was Clickbank im angelsächsischen Raum ist, ist www.shareit.de im deutschsprachigen.

E) Ebook Software

Sie sollten Ihr Ebook im PDF-Format anbieten, damit es auch jeder lesen kann. Manche Ebooks haben EXE-Format, aber das können Mac-User nicht lesen. Sie können Ihre Ebooks mit www.createpdf.com zu einem recht günstigen Preis erstellen.

Über FREEpdf geht so sogar kostenlos:

http://www.chip.de/downloads/FreePDF_19987224.html

3) Erstellen Sie eine Inhaltsübersicht

Ein Ebook in einem Zug fertig zu schreiben, ist schwer und zu versuchen, es ohne Inhaltsgliederung zu machen, ist nahezu unmöglich.

Für das erste Ebook, das ich jemals schrieb, brauchte ich über sechs Monate, doch jetzt schreibe ich sie in weniger als einer Woche, und das schließt Verkaufstext und Seitenerstellung mit ein.

Überlegen Sie sich also 12 bis 15 Kapitel und schreiben Sie sie nacheinander. Jede Seite sollte zwischen 700 und 1000 Wörtern haben. Liefern Sie nützliche Informationen, nicht solche, die man auch woanders gratis bekommt.

4. Schreiben Sie Ihren Content

Wie ich zuvor schon erwähnte: Sie brauchen Original-Content. Es gibt einfach schon zu viele Ebooks, in denen die Schreiber nur Informationen wiederkäuen, die man woanders gratis erhalten kann. So etwas mindert den Wert Ihres Ebooks, was zur Folge hat, dass es weniger Leute verbreiten und es somit weniger gelesen wird.

Falls es bei Ihnen mit dem Schreiben wirklich klemmt, empfehle ich, das folgende zu tun: Die beste Methode für eine Menge authentischer Informationen, ohne sie selbst zu schreiben, ist, Experten auf dem jeweiligen Gebiet zu interviewen.

Wenn Sie zum Beispiel ein Ebook schreiben, wie jemand sein Handicap im Golf verbessern kann, dann bin ich sicher, dass es nicht allzu schwer sein wird, zumindest einen lokalen Fachmann zu finden, den Sie persönlich, per Telefon oder wenigstens über das Internet ausquetschen können. All den Expertenrat packen Sie dann in Ihr Ebook, was zudem auch noch ein gutes Verkaufsargument ist.

Vergessen Sie beim Schreiben auch nie, was der Zweck des Ebooks ist. Der Zweck ist, Ihnen fortwährende Provisionen aus Partner-Programmen zu generieren. Deshalb scheuen Sie sich nicht, Affiliate-Links einzufügen. Nur sollten Sie es gewissermaßen taktvoll, dezent und an richtigen Platz machen. Eine weitere gute Idee ist, im Ebook eine Möglichkeit zu integrieren, sich in Ihren Newsletter einzutragen. So verdienen Sie nicht nur Provisionen über Verkäufe, sondern generieren auch noch neue Emailadressen für Ihre Mailingliste, ohne etwas extra dafür tun zu müssen.

Stellen Sie klar heraus, dass der Käufer des Ebooks das Recht hat, es als sein eigenes weiterzuverkaufen. Geben Sie deutlich an, dass er Wiederverkaufsrechte an dem Ebook hat und er es nach Gutdünken verkaufen oder verschenken kann.

5. Schreiben Sie einen Verkaufstext

Der Verkaufstext ist ganz entscheidend für Ihren Erfolg, denn er ist die Verkaufsgrundlage.

Einen Verkaufsbrief zu erstellen, ist eine Menge Arbeit, besonders wenn Sie neu im Geschäft sind. Die beste Methode – und die Methode, die ich benutze – ist, andere erfolgreiche Verkaufstexte nachzuahmen.

Falls Sie aus irgend einem Grund glauben, es nicht selbst machen zu können, haben Sie zwei Optionen:

- Sie verwenden eine Software, die hilft, einen Verkaufstext zusammen zu stellen.

- Sie heuern einen Ghostwriter.

6. Richten Sie eine 5-teilige Autoresponder-Email-Serie ein

Das probateste Mittel einen kostenlosen 5-tägigen Email-Kurs zu schreiben, zu dem sich Ihre Interessenten über das früher erwähnte Popup-Fenster eingetragen haben, ist, einzelne Kapitel aus Ihrem Ebook zu entnehmen und Sie als Leseproben und Appetitanreger zu verwenden.

Denken Sie daran, eine gewisse Dringlichkeit herauszustellen. Sie müssen diesen Interessenten, die nicht sofort gekauft haben, das Gefühl geben, eine

große Gelegenheit zu verpassen. Wenn Sie trotz des günstigen Preises nicht kaufen, ist es eher wahrscheinlich, dass sie nicht ernsthaft interessiert waren oder das es nur Gratisdinge-Sammler sind.

7. Machen Sie Werbung!

Je nach Thema besteht Ihre Zielgruppe wahrscheinlich aus unterschiedlichen Menschen. Doch ganz gleich, was Sie verkaufen, es gibt eine Gruppe, die will Ihr Ebook aus dem einen Grund, weil sie es nämlich selbst verkaufen will – das sind die Internet Marketer.

Selbst wenn Ihr Ebook vom Nilpferden handelt, worauf es diesen Leuten eigentlich ankommt, ist die Tatsache, dass sie es als ihr eigenes verkaufen dürfen. Aus diesem Grund laufen solche Ebooks immer gut.

Der Erfolgsschlüssel ist, eine Zielgruppe in Ihrer Nische zu finden und dann die entsprechenden Internet Marketer.

Starten Sie ein Partnerprogramm, um Ihren Newsletter zu bewerben

Falls Sie Co-Registration nicht sehr anspricht, könnten Sie ein eigenes Partnerprogramm starten, um Ihren Newsletter bekannter zu machen.

Dies ist in der Vergangenheit bereits mit Erfolg durchgeführt worden, vor allem wenn Sie wissen, wie viel Ihnen Ihre Abonnenten wert sind.

Wenn Sie wissen, dass jeder Abonnent Ihres Newsletters 1 Euro wert ist, würden Sie sicher gerne dafür 20, 30, 40 oder 50 Cents pro Adresse an Ihre Affiliates zahlen, wobei das ein guter Deal für beide Seiten ist.

Sie werden erst einmal kein Geld durch Ihr Partnerprogramm machen, indem Sie ein Produkt verkaufen, aber Sie bekommen dadurch eine lange Mailingliste mit Abonnenten, die mit der Zeit Käufer werden.

(Wenn Sie eine Liste mit 2.000 Adressen haben, die Ihnen durch Newsletter-Nachbewerbung monatlich 2.000 Euro Umsatz bringen, dann ist jede Adresse 1 Euro wert. Jeden Monat.)

Verwenden Sie eine dynamische Email-Signatur

Das hier ist so simpel, aber die Leute vergessen es entweder oder machen es nicht richtig: Wenn Sie jeden Tag ein paar Emails versenden, ist das eine gute Chance, neue Abonnenten zu akquirieren.

Alles was Sie tun müssen, ist, am Ende jeder ausgehenden Email eine 4-zeilige Textanzeige zu platzieren, die für Ihren Newsletter wirbt. Sie können dazu eine Kleinanzeige verwenden, die Sie bereits für die Werbung in anderen Newslettern oder Ezines verwendet haben.

Sie werden überrascht sein, wie viele Leute sich eintragen.

Pressemitteilungen: nicht tot, nur weiterentwickelt

Mark Twain hat einmal gesagt, das Gerücht über seinen Tod sei äußerst übertrieben gewesen. Das Gleiche kann von Pressemitteilungen gesagt werden; sie sind nicht tot, sie haben sich nur weiterentwickelt und verändert.

Diese PR-Fachleute, die die Todesgerüchte verbieten, möchten Sie glauben machen, dass Pressemitteilungen nie hätten geschrieben werden sollen, geschweige denn verteilt. Ich stimme mit dieser verstaubten Ansicht nicht überein.

Die Medien mit Pressemitteilungen zu überfluten, ist keine gute Praxis, seit Edward Bernays die erste PR Firma im Jahre 1919 eröffnete. Jeder kompetente

PR Mann weiß seit Jahren, dass eine Berichterstattung in den Medien fast nie direkt aufgrund einer Presse-mitteilung geschieht.

Lassen Sie uns über die Entwicklung der Pressemitteilung zu einem soliden Werkzeug sprechen, das Organisationen im digitalen Zeitalter hilft, einer breiten Öffentlichkeit Schlüsselnachrichten zu liefern.

In der noch nicht so lange zurück liegenden Vor-Internet-Vergangenheit zielten Pressemitteilungen ausschließlich auf Handels- und Verbraucher-Absatzkanäle. Die Medien dienten als Türhüter, die im Bezug auf die eingehenden Informationen Entscheidungen trafen, ob oder wie sie zu nutzen waren.

Heute dagegen ist es Organisationen dank des Internet möglich, die Medienfilter auf zahlreichen Wegen zu umgehen.

Bedenken Sie dies: Sowohl Journalisten wie auch Verbraucher nutzen das Internet zur Recherche. Mehr als 550 Millionen Suchanfragen werden täglich via Web gestellt. In den USA suchen User jeden Monat 27 Mio. Mal etwas bei Yahoo! News, Google News oder anderen Nachrichten-Suchmaschinen. In einer unlängst durchgeführten Umfrage durch Middleberg/Ross und dem Pew Internet Project erfahren wir, dass 98% der Journalisten täglich online gehen, 92% es zum Zwecke einer Artikel-Recherche tun, 76% neue Quellen und Experten finden, 73% Pressemitteilungen finden, 68 Mio. Amerikaner täglich online sind, 30% eine Suchmaschine benutzen, um Infos zu finden, 27% wegen Nachrichten online gehen.

Sie müssen in diesem neuen Zeitalter differenziert über das Schreiben von Pressemitteilungen denken. Sie können den Einfluss Ihrer PRs jenseits der Medien vergrößern, indem Sie sie für Suchmaschinen tauglich machen. So werden Ihre Pressemitteilungen im Endeffekt langanhaltende, such- und

auffindbare Online-Datenbanken Ihrer Organisation.

Nachdem sie richtig geschrieben sind – und auch den Bedürfnissen sowohl der Leser als auch der Suchmaschinen gerecht werden – müssen sie noch verbreitet werden. PR Web™ and PR Newswire sind meine zwei Favoriten. Beide Services helfen Ihnen, in die Nachrichten-Redaktionen und darüber hinaus zu gelangen.

PR Web emailt täglich Pressemitteilungen an 60.000 bis 100.000 weltweite Kontakte.

Journalisten, Analysten, freiberufliche Autoren, Medienkanäle, Nachrichtenredaktionen ebenso wie normale Internetuser sind eingeschrieben, diese Informationen zu empfangen. PRs werden auch über FTP, XML Feeds und ein Netzwerk eigener Websites verbreitet. Mit PR Web in Beziehung stehende Seiten gehören zu den 2.500 meist besuchten Websites.

Jede von PR Web versandte Pressemitteilung ist Suchmaschinen optimiert, und PR Web garantiert, dass Ihre PM von Yahoo! berücksichtigt wird, welche weltweit die Nummer 1 der meist besuchten Websites im Internet ist.

Funktioniert das, fragen Sie? Lassen Sie mich ein frisches Beispiel geben. Ich benutzte PR Web, um eine Pressemitteilung über meinen Kunden Brent Dees und sein Focus Four Training für Unternehmer zu versenden. Der Herausgeber von Leadership Excellence mailte mich an, nachdem er die PM gesehen hatte, und bat Brent, einen Artikel für sein Magazin zu schreiben.

Der Großvater aller Press Release Services ist PR Newswire, welcher direkt in die Zentralcomputer von Tageszeitungen, Wochenblättern, nationalen Nachrichtendiensten, Handels-Publikationen und Funk- und Fernseh-Nachrichtenredaktionen liefert.

Allein in den USA erreicht er insgesamt 22.000 Medienstellen. Sämtliche Pressemitteilungen werden verbreitet und archiviert in mehr als 3.600 Websites, Datenbanken und Online Services. PR Newswire's eigene Website gehört zu den 2.000 meist besuchten Seiten im Internet.

Lassen Sie uns zum Schluss noch einen Blick in die Online-Nachrichtenredaktionen werfen. Ihr Hauptzweck ist, Journalisten mit leicht zugänglichen Daten über Organisationen zu versorgen, wie z.B. Lebensläufe von Führungskräften, Einkommenszahlen, Schlüsselkontakte und andere Fachinformationen. Eine Organisation sollte also hier Pressemitteilungen platzieren, besonders wenn Sie Führungskräfte, Investoren und einflussreiche Leute usw. erreichen will.

Technisch interessierte Verbraucher besuchen oft Online-Nachrichtenredaktionen aus denselben Gründen wie Journalisten: Sie erwarten, dort Fachinformationen zu finden.

Pressemitteilungen hinauszuschleudern und sie in den Medien unsortiert abzuladen, ist eine törichte Praxis. Aber sie als strategische Waffe benutzen, um auf einflussreiche Menschen und Führungskräfte im Digitalreich zu zielen, ist smartes PR-Management. Experten, die glauben, dass Pressemitteilungen tot sind, müssen sich weiterentwickeln, oder sie sind die Todgeweihten.

Quelle:

Harry Hoover is managing principal of Hoover ink PR <<http://www.hoover-ink.com>>. He has 26 years of experience in crafting and delivering bottom line messages that ensure success for serious businesses like Brent Dees Financial Planning, Focus Four, Levolor, New World Mortgage, North Carolina Tourism, Ty Boyd Executive Learning Systems, VELUX and Verbatim.

Geben Sie Ihrem Newsletter Persönlichkeit

Was macht den Unterschied zwischen den zahllosen Newslettern da draußen und Ihrem? Eine Sache und nur eine Sache:

Ihre Persönlichkeit.

Sie sind keine leblose Drohne; fügen Sie Ihrem Schreiben ein paar Funken bei, seien Sie witzig, seien Sie geistreich, seien Sie kontrovers – nur seien Sie nicht langweilig!

Erzählen Sie eine Geschichte. Geschichten sind hervorragend geeignet, Menschen zu fesseln, bevor sie merken, dass Sie Ihnen etwas verkaufen.

Nachfolgend finden Sie eine kleine Geschichte, die ich benutzte, um eine Arbeit im Heim-Affiliate-Prigramm zu promoten.

Sind Sie anders?

Ich kenne Sie nicht, aber ich habe immer gedacht, anders zu sein als meine Zeitgenossen. Dies ist eine amüsante Geschichte und wird wahrscheinlich die meisten, die dieses Ebook lesen, berühren.

Wenn die Kinder in meiner Schule in der Mittagspause spielten, wie Kinder eben so spielen, richtete ich meinen Shop her. Die Schulkantine bot nie eine große Auswahl an Süßigkeiten, deshalb brachte ich immer meine eigenen mit in die Schule, die ich von einem Laden in meiner Nachbarschaft hatte, wo sie viel billiger und sehr zahlreich waren.

Ich brachte immer eine Tüte voller Lutscher in die Schule, und Sie können mir glauben, ich war ein ziemlich beliebtes Kind. Andere Kinder fragten mich den ganzen Tag nach Lollies und es wurde ziemlich ärgerlich, deshalb musste schnell etwas geschehen.

Es machte mich regelrecht krank, von meinem schwer verdienten Taschengeld gekaufte Lutscher einfach herzuschenken. Also beschloss ich, meinen eigenen kleinen Lolly-Schwarzmarkt-Handel aufzuziehen. Ich kaufte alle Sorten von Lollies, die man in der Schule nicht bekommen konnte und hob den Preis um 500% an. Ich kaufte das Stück für 10 Cent ein und verkaufte für 50 Cent. Die Nachfrage war so groß, dass ich meinen Nachschub verdoppeln musste. An einem Tag konnte ich 20 Dollar machen mit Lollies, die ich für 5 Dollar eingekauft hatte.

Natürlich hatte ich gewisse „VIP“-Kunden, denen ich günstigere Preise einräumte, was nur fair war, da sie einen Großteil meines Geschäfts ausmachten. Ich hatte auch ein paar Leute, denen ich Lollies gratis gab, um des lieben Friedens willen.

Schließlich machten mehr Kids, was ich machte und ich hatte etwas Konkurrenz am Hals. Nach ein paar Monaten hörte ich auf, Lutscher zu verkaufen, als die Nachfrage zu hektisch wurde und der Laden in der Nachbarschaft meine Mutter anrief.

Ich wusste, ich hatte eine Leidenschaft im Leben, aber ich merkte nicht, was es war, bis ich in der 10. Klasse war und ich verließ die Schule, um eine Karriere in Direktwerbung zu verfolgen. Marketing war und ist mein Leben, ich liebe es. Ich lese alles, was ich in die Finger bekomme und habe eine Büchersammlung wie ein Buchladen. Natürlich, damals war ich nicht sicher, ob ich etwas ernsthaft mit

Marketing tun wollte, aber ich wusste, ich wollte nie für jemand anders arbeiten als für mich selbst.

Jeden Tag halte ich inne und denke darüber nach, was ich tun würde, wenn ich nicht die Freude, von zuhause zu arbeiten, entdeckt hätte, was ich auch meinem Vater zu verdanken habe, der mich lehrte, dass es mehr im Leben gibt, als jeden Tag von 9 bis 5 zu arbeiten.

Sorgen Sie dafür, dass Ihr Newsletter nicht auf Spamlisten landet

Hier sind ein paar nützliche Tipps, um sicherzustellen, dass man Sie keinen Spammer nennen kann.

Machen Sie sich mit den gesetzlichen Bestimmungen vertraut.

Verwenden Sie nur das Doppel-Opt-in Verfahren.

Speichern Sie die detaillierten Angaben über alle Ein- und Austragungen, insbesondere die IP-Adresse.

Kaufen Sie niemals Massen-Emaillisten aus dem Internet.

Wenn Sie Gebrauch von Dienstleistern für Co-Registration machen, versichern Sie sich, dass sie seriös arbeiten und keine zweifelhaften Methoden anwenden, um Traffic zu generieren.

Wenn Sie ein Partnerprogramm auflegen, sollten Sie eine Anti-Spam-Klausel in den Vertrag aufnehmen.

Vermeiden Sie im Betreff spamverdächtige Aufdrücke wie „gratis“, „kostenlos“, „spezial“, „garantiert“ usw.

Kaufen Sie niemals Massen-Emaillisten

Ich las gerade ein Posting in einem bekannten Marketing Forum, wo einer schrieb, dass er Zugang zu einer Liste mit 800.000 Email-Adressen habe von Leuten, die daran interessiert sind, Geld zu machen.

Er sagte, die Liste gehöre einem Freund und der sei bereit, sie ihm für ein Mailing zur Verfügung zu stellen unter der Bedingung, dass er seinen Namen nicht erwähne.

Das hätte bei ihm die erste Alarmglocke schrillen sollen. Er war auch nicht sicher, wie die Liste zusammen gestellt worden ist und wie die Abonnenten sich eingetragen hatten.

Außerdem war es auch nicht eine Riesenliste, sondern ein Bündel von Listen, die einfach zusammengefasst wurden.

Wenn der Typ sich wirklich entschließen sollte, die Liste anzumailen, wird er in große Schwierigkeiten geraten und er wird kein Geld verdienen, das die Anstrengung wert war.

Senden Sie niemals Emails an Listen, über die Sie nichts Näheres wissen!

Richten Sie eine Mitgliederseite nur für Abonnenten ein

Wollen Sie die Einschreibrate wirklich ankurbeln? Dann starten Sie eine Mitgliederseite nur für Newsletter-Abonnenten.

Der Schlüssel zum Erfolg ist, dass Sie auch wirklich fantastischen Content bieten können, so gut und so viel, dass Kunden wirklich bereit sind, dafür zu zahlen.

Und halten sie ihn ständig aktuell.

Noch etwas, das praktisch ist, wenn Sie eine Mitgliederseite führen, ist ein Organisations-Tool. Wer schon einmal eine Mitgliederseite gemacht hat, weiß, dass man nach eine Weile eine ganze Menge Content hat. Diesen gut zu organisieren, um ihn für die Mitglieder leicht auffindbar und lesbar zu machen, ist sehr wichtig.

Solch ein empfehlenswerter Artikel-Manager ist beispielsweise

<http://www.interactivetools.com/>

Diese Content Management Software lässt speziell auch technisch nicht so versierte User Nachrichten orientierte Websites leicht verwalten. Sie können damit Artikel, Kategorien und Autoren managen. Es lassen sie Graphiken hochladen, Texte im WYSIWYG-Editor erstellen und vieles mehr.

Das Tool kann einem beschäftigten Webmaster jeden Tag einige Stunden ersparen, sich mit HTML herumzuschlagen.

Erstellen Sie einen Gratis-Kurs für Neuabonnenten

Dieser Tipp ist nicht schwer umzusetzen. Mit solch einem Gratis-Kurs können Sie einfach alles promoten, sei es ein Partnerprogramm, ein eigenes Produkt oder was auch immer. Es ist der Umsatz-Beschleuniger, der es Ihnen erlaubt, Ihre Leads so oft Sie wollen, zu kontaktieren.

Ich muss Sie jedoch davor warnen, Ihre Kunden täglich anzuschreiben, vielleicht nicht einmal wöchentlich, sondern immer nur dann, wenn Sie etwas wirklich Substantielles anzubieten haben. Das hält Ihre Liste bei Laune und Ihre Mails

werden nicht als Junk Mails betrachtet, die keiner lesen will.

Vor allen anderen Dingen brauchen wir zunächst einen guten Titel. Niemand wird sich eintragen, wenn es ihn nicht interessiert. Viele Autoren scheitern hier mit einem ansonsten guten Report. Sie müssen Ihren Titel so spannend und präzise wie möglich wählen.

Hier ein paar Beispiele von wirklich armseligen Titeln:

- Geld machen online
- Anti-Migräne Report
- Kreieren Sie leicht Ihr eigenes Produkt
- Spielen Sie Cricket wie ein Profi

Ich war vielleicht ein bisschen zu hart, wenn ich diese Titel als armselig bezeichnete, aber ihnen fehlt einfach das gewisse Etwas, das die Fantasie der Leser entzündet.

Hier meine Vorschläge, die Titel mehr auszuschnücken. Nach diesem Prinzip kann jeder Titel aufgepeppt werden:

- Erzielen Sie schon in 7 Tagen Dauereinkommen mit Partnerprogrammen
- Stoppen Sie Migräne in 5 einfachen Schritten
- So kreieren Sie im Nu heiße Digital Produkte, die sich wie verrückt verkaufen
- Werfen wie Lee und schlagen wie Border – Cricket spielen wie ein Profi

So, was ist der leichteste Weg, einen eigenen 5-teiligen Kurs zu erstellen?

Das Beste ist, ca. fünf Artikel selbst zu schreiben über ein Thema, das Sie bewerben möchten und sie in einen Gratis-Kurs zu packen.

Das Problem, das die meisten haben, die das versuchen, ist, dass sie

Abertausende Worte auf einmal schreiben, müde werden und es nie vollenden.

Aber wenn Sie das Thema unterteilen, ist es viel einfacher. Beispiel: Wenn ich einen Gratiskurs schreiben sollte, wie man eigene Fischköder profitabel herstellt, dann würde ich etwa so vorgehen:

Lektion 1: Warum Fischköder so profitabel sind

Lektion 2: Wie Sie Ihre eigenen Fischköder am Küchentisch herstellen

Lektion 3: Wie Sie den gesamten Herstellungsprozess automatisieren

Lektion 4: Wie Sie Ihre Fischköder offline vermarkten

Lektion 5: Wie Sie Ihre Fischköder mit wenig Geld online vermarkten

In jede einzelne Lektion würde ich geschickt Links zu Partnerprogrammen einflechten und meinen Newsletter erwähnen. Der Inhalt der Lektionen muss von hoher Qualität sein und nicht irgend ein himmelschreiendes Blabla. Wenn Sie so verfahren, werden Sie sicher eine Menge Leute dazu veranlassen, sich bei Ihnen einzutragen oder zu kaufen.

Natürlich sollten Sie nicht einfach ein paar Artikel zusammen schmeißen. Sie müssen Sie schon ansprechend verbinden. Die erste Email beispielsweise könnte ein Dank sein für die Eintragung des Kunden, die einen Hinweis auf das Begrüßungsgeschenk enthält. Mit der ersten Lektion beginnen Sie sodann die Kunden schon an sich zu binden. Wenn Sie also solche Info-Artikel haben, ist das besser als alles andere und sie sollten vom ersten Tag an eingesetzt werden.

Gründen Sie Ihr eigenes Forum

Ein eigenes Forum ist eine großartige Chance, neue Abonnenten für Ihren Newsletter zu bekommen. Eine Community innerhalb Ihrer Website aufzubauen,

hat den Effekt, dass Besucher immer wieder zurück auf Ihre Seite kommen mit der Folge, dass es mehr als wahrscheinlich ist, dass sich User in den Newsletter eintragen.

Ein gutes Beispiel sehen Sie auf <http://www.howtocorp.com/>. Schauen Sie in das Forum. Der Webmaster hat sein Newsletter-Eintragungsfeld dort und auch Produktempfehlungen. Leute helfen gerne anderen Leuten und beantworten ihre Fragen. Und nach einer Weile müssen Sie nicht mehr viele Fragen selbst beantworten.

Der beste Weg, ein eigenes Forum zu starten, ist, es selbst zu tun und bei Ihrem Host zu hosten. Verwenden Sie keine Dienstleister, schon gar nicht kostenlose Services.

Wenn Sie bereits eine Reihe von Kunden und Interessenten haben, dann informieren Sie sie, dass Sie vorhaben, einen Newsletter ins Leben zu rufen und lassen Sie sie wissen, dass sie sich jederzeit eintragen und alle Informationen kostenlos erhalten können.

Diese Leute haben bereits ihr Interesse an Ihnen oder an dem, was Sie verkaufen, bekundet. Also macht es wirklich Sinn, dass sie mehr und öfter von Ihnen hören.

Richten Sie fortlaufende Dankeschön-Seiten ein

Dies ist ein Geheimnis, das niemand anwendet, den ich kenne und ich bin ziemlich sicher, dass das überhaupt jemand jemals getan hat.

Wie Sie wissen, wird einer, der sich in einen Newsletter eingetragen hat, anschließend auf eine andere Seite geleitet, die die Eintragung bestätigt.

Die meisten Webmaster setzen nur so etwas wie „Danke für die Eintragung in meinen Newsletter.“ Und dann folgt vielleicht noch ein Hinweis, ein bestimmtes Produkt zu kaufen. Dabei könnten sie die Gelegenheit viel besser nutzen.

Nachdem Ihr Neuabonnent sich eingetragen hat und auf die Dankeseite gekommen ist, sollte er dort die Gelegenheit bekommen, sich für einen weiteren Gratis-Newsletter oder -Kurs einzuschreiben, sofern Sie einen haben.

Auf diese Weise bekommen Sie den gleichen User in vielleicht drei oder vier Listen oder Kurse!

Erlauben Sie Usern, Ihren Newsletter in eigenen Werken zu verwenden

Erzählen Sie allen, die sich bei Ihnen bereits als Abonnent eingeschrieben haben, dass sie Ihren Newsletter an Freunde weiterleiten dürfen und sogar, dass sie Teile oder den gesamten Newsletter in eigenen Werken und Newslettern verwenden dürfen.

Natürlich unter der Bedingung, dass Sie einen Backlink setzen bzw. eine Quellenangabe inklusive Ihrer URL machen. Dies ist also wie Artikel schreiben, nur mit Ihrer Newsletter-Ausgabe anstelle eines Einzelartikels.

Versenden Sie Empfehlungsschreiben

Hier eine ganz clevere Methode, einen kleinen, aber stetigen Fluss von täglichen Neuabonnenten zu generieren.

Wann immer Sie ein Produkt oder eine Dienstleistung genutzt haben und zufrieden damit waren, schreiben Sie einen positiven Kommentar und senden

Sie ihn an den Lieferanten. Dieser wird sehr erfreut sein und das Testimonial zusammen mit einem URL-Link auf seiner Website veröffentlichen.

So erfahren Besucher anderer Websites auch von der Ihrigen!

Wenn Sie eine neue Domain registrieren, auf die speziell nur die Leser Ihrer Produktempfehlung kommen, können Sie den Erfolg sogar messen.

Bringen Sie andere Newsletter-Publisher dazu, Sie ständig zu erwähnen

Einer der allerbesten Wege, ohne Kosten Abonnenten zu gewinnen, ist, andere Herausgeber zu veranlassen, Sie ständig zu erwähnen. Dadurch wird bei deren Abonnenten Vertrauen aufgebaut und wenn sie sich dann schließlich Ihrem Newsletter anschließen, wissen sie bereits eine Menge über Sie und erwarten gespannt Ihre Emails.

Gut, aber wie bekommen Sie andere Publisher so weit, gerade Sie in deren Newslettern zu nennen?

Es gibt verschiedene Möglichkeiten: Veranstalten Sie einen Wettbewerb, behaupten Sie, etwas zu wissen/können, das kein anderer weiß/kann, verraten Sie dem Kollegen einen kleinen Insider-Tipp und erlauben Sie ihm, diesen seinen Abonnenten weiterzugeben und so weiter.

Bauen Sie Beziehungen zu diesen Newsletter-Schreibern auf und werden Sie deren Freund.

Seien Sie datensparsam

Wollen Sie wirklich, dass sich ein höherer Prozentsatz der Besucher Ihrer Website, Squeeze Page und so weiter für Ihren Newsletter einträgt, dann seien

Sie sparsam mit der Abfrage von persönlichen Daten.

Die User haben immer unterschwellig die Sorge, dass mit ihren Daten Missbrauch getrieben wird – nicht zu unrecht, wie man weiß.

Darum heißt die Goldene Regel:

Je weniger Daten, desto mehr Abonnenten!

Tatsächlich müssen Sie ja auch gar nicht wissen, wo einer wohnt oder wann er geboren ist. Alles, was Sie brauchen, um einen Newsletter zuzustellen, ist die Emailadresse.

Selbst die Abfrage von Vorname und Name ist nicht unbedingt notwendig. Sie können diese Eintragungsfelder zwar anbieten, aber optional, das heißt, der Neuabonnent kann sie preisgeben oder auch nicht. Er kann einen Nickname eintragen oder die Angaben ganz weglassen. Wie sich der User auch entscheidet, sein Abowunsch wird nicht zurückgewiesen, nur weil ein Feld nicht ausgefüllt ist.

Viralurl

Geld mit Affiliateprodukten verdienen. Kostenlos für Produkte werben. Ergebnisse in Zahlen erhalten die Ihren Erfolg definieren. Erfolgreiche Werbeaktionen wiederholen und erneut profitieren. Langfristig im Internet Geld verdienen. Für alle diese Vorteile können Sie den Service von Viralurl nutzen.

Sie können sich dort nicht nur als kostenloses Mitglied anmelden und Mitglieder in Ihre Downline werben, sondern auch als Premiummitglied.

Wenn Sie die sich für die Gold Upgradevariante entscheiden, haben von Anfang

an, alle Vorteile die eine eigene Emailliste bietet.

Aber das Beste ist, Sie können diese Vorteile sofort nutzen. Es dauert nicht Monate und Jahre um sich diese Liste aufzubauen und es ist um ein vielfaches günstiger. Als Goldmitglied können Sie auf mindestens 3000 Kontakte zurückgreifen.

Ehrlich gesagt sind bei Viralurl mehr Mitglieder. Doch pro versendete Email erreichen Sie halt immer 3000 Mitglieder. Da es aber mehr als 3000 sind werden diese immer wieder im Zufallsprinzip neu zusammengestellt, so daß sie auch die anderen Mitglieder erreichen.

Sie sollten bedenken, die Mitgliederbasis von Viralurl wächst täglich. Es werden immer mehr neue Mitglieder zu denen Sie Kontakt aufnehmen können.

Ja, ich weiß was Sie jetzt denken – das kostet mich ja Geld. Ja das stimmt.

Es kostet Sie genau 197 Euro für ein Jahr. Aber bevor Sie jetzt sagen das kommt für mich nicht in Frage erkläre ich Ihnen warum es die beste und günstigste Variante ist um zu starten.

Bei Viralurl kosten mehr als 3000 Kontakte gerade mal 197Euro und Sie können sofort Anfangen Geld zuverdienen. Angenommen Sie bewerben ein Partnerprodukt für einen Verkaufspreis von 28,00 Euro und erhalten 50% Provision, also 14,00 Euro.

Können Sie sich vorstellen innerhalb eines Jahres 15 Produktverkäufe zumachen, indem Sie über 3000 Leute ca. 100 mal im Jahr anschreiben dürfen? Das bedeutet für Sie 30.000 Emails in einem Jahr zu versenden! Denn genau das ist es was Sie bei einem Goldupgrade dürfen. Alle 3 Tage 3000 Leute mit einer Email anschreiben in der Sie Werbung für ein Produkt machen können, wo

Sie pro Verkauf eine Provision erhalten.

Aber das ist noch nicht alles, denn Sie können in aller Ruhe Ihre eigene Listeaufbauen. Sie können Ihre Squeeze Page aufsetzen, sie bei Viralurl Werben, und so Stück für Stück die Kontakte von Viralurl in Ihre eigene Liste holen. So werden aus Viralurlkontakten Ihre eigenen Kontakte.

Wirklich eine sehr effektive Methode. Infos: [Hier klicken](#)

Viral Mails

Ich hatte das Gefühl, dass es einfach kaum Möglichkeiten gibt auf dem deutschen Markt Werbung für eigene Seiten zu schalten?

Ich hatte schon wieder den ganzen Tag nach neuen Werbemöglichkeiten gesucht. Da meldete sich Thunderbird, ich hätte eine neue Mail in meinem Privat-Postfach. Sie war von einem Freund von mir. Es waren zwei Zeilen und ein Link: Ich bin zufällig drauf gestoßen! Ist komplett auf deutsch und mal was neues.

Da Sie von ihm war und ich mit viral Mails noch nichts gemacht hatte, klickte ich auf den Link. Das System war durch die Anleitungen leicht zu verstehen. Nachdem ich mich eingearbeitet hatte, schickte ich die ersten Mails auch schon raus.

Am nächsten Morgen ging ich dann an den PC und rief meine Mails ab. Und es tauchte von PayPal eine Zahlungsbenachrichtigung nach der anderen auf.

Leute zu erreichen, die noch nie von den eigenen Produkten gehört haben, sind einfach die interessierteren Kunden. Da Sie diese Produkte dann wiederum als neues Produkt an Ihre Liste schicken können.

Ich will Ihnen diese Möglichkeit nicht vorenthalten und kann Ihnen nur raten es auszuprobieren.

Diese Werbeform ist gang neu in dem deutschsprachigen Raum. Auf der Plattform Viral Mails können Sie neue Interessenten für Ihr Geschäft finden, neue Leads generieren oder einfach Affiliate Produkte bewerben.

Vorteile, die Sie mit einer Anmeldung bei ViralMails bekommen.

- Bauen Sie Ihre MLM Downlines auf
- Bewerben Sie Affiliate Programme
- Bauen Sie Ihre Liste auf
- Bewerben Sie Membershipseiten
- Gezielter Traffic für Ihre Verkaufsseiten
- Rekrutieren Sie neue Affiliates
- Generieren Sie neue Leads
- versenden Sie Mitteilungen über neue Programme, Produkte und Services.

Auch hier können in aller Ruhe Ihre eigene Listeaufbauen.

Sie können Ihre Squeeze Page aufsetzen, sie bei Viral Mails Werben, und so Stück für Stück die Kontakte von Viral Mails in Ihre eigene Liste holen. So werden aus Viral Mails kontakten Ihre eigenen Kontakte.

Infos: [Hier klicken](#)

Abschluss

Ich möchte Ihnen nochmals dafür danken, dass Sie Ihre Zeit und Aufmerksamkeit diesem Grundkurs gewidmet haben und ich hoffe, dass Sie Neues in Bezug auf Listenaufbau gelernt haben und dass die Informationen profitabel für Ihr Business sind.