

Der 123 Onlinewerbung Newsletter Ausgabe Nr. 1/0709

Teil 1: „Warum Sie eine E-Mail-Adressenliste brauchen“

Einführung

Eine Webseite erstellen und dann versuchen, Besucher dorthin zu bekommen das ist der typische Start ins Internet. Allerdings werden Sie schnell feststellen, dass dies kaum einmal die halbe Strecke auf dem Weg zum Erfolg ist. Die andere Hälfte ist effizientes E-Mail Marketing. Internet Marketing ist kein einseitiger Prozess, das ist ein Geben und Nehmen: Leute kommen auf Ihre Webseite, angezogen durch attraktiven, interessanten Inhalt und geben Ihnen ihre E-Mail Adresse. Im Gegenzug liefern Sie ihnen regelmäßig interessante und wertvolle Informationen via E-Mail.

Webseiten sind von ihrer Natur her ziemlich passive Kreaturen. Die liegen im Netz herum, wie ein Schoßhund vor dem warmen Kamin, und wackeln höchstens faul mit dem Schwanz bis jemand die Türe öffnet. Jetzt erwachen die guten Webseiten-Hunde zum Leben und treiben sie an den gewünschten Platz und zur gewünschten Handlung.

E-Mail Nachrichten hingegen sind aktive Tiere, ähnlich einem Bernhardiner: immer bereit, sich dorthin durchzukämpfen, wo sie gebraucht werden; das Fässchen am Hals mit der Einladung, sich auf Ihrer Webseite nach den neuesten Angeboten umzusehen.

Auf Ihrer Webseite versuchen Sie, Besucher über guten Inhalt in das Innere der Seite zu führen. Ihre E-Mails hingegen bringen Nachrichten und werfen diese in den Postkasten des Interessenten.

Die meisten Webseiten würden schnell wieder verschwinden, müssten sie von Erstbesucher-Aufträgen leben. Sie müssen Besucher wieder und wieder zu Ihrer Webseite führen, um einen Erstauftrag, vor allem aber auch einen Folgeauftrag - zu bekommen. Dieses, für das Überleben so wichtige Ziel erreichen Sie durch Geben und Nehmen!

Entscheidend dabei ist, dass Sie von Ihren Besuchern eingeladen werden, ihnen eine E-Mail zu schicken. Hat man Ihnen diese Erlaubnis (engl. permission) erteilt, dann haben Sie einen Marketing Zauberstab in die Hand bekommen.

E-Mail Marketing

Haben Sie oder jemand in Ihrem Betrieb Freude am Schreiben, dann können Sie sofort mit einem monatlichen Newsletter starten. Denken Sie aber daran, dass so ein Newsletter Einsatz, Hingabe und Selbstdisziplin erfordert. Als Gegenleistung wird Ihr Geschäft einen kräftigen Aufschwung erleben. Sie werden Vertrauen bei Ihren Abonnenten aufbauen und diese wieder und wieder zu Ihrer Seite bringen. Tun Sie das regelmäßig, Monat für Monat, wird sich ein Markenbewusstsein für Ihre Produkte oder Dienstleistungen entwickeln und steigern.

Sie wissen nicht, über was Sie schreiben sollen, dann sehen Sie sich nach Gratis-Inhalten im Netz um. Oder Sie beauftragen jemanden, für Sie zu schreiben.

Texten lässt sich allerdings auch erlernen, Texte werden nicht geboren.

Hier noch ein Tipp: Es gibt ein hervorragendes Buch zum Thema „schreiben lernen“:

Es heißt **„Federleicht lebendig schreiben“**

Bestellen können Sie das Buch beim AK-Buchvertrieb:

[Hier klicken:](#)

WWW.AKBuchvertrieb.de

Es gibt einen gewaltigen Bedarf an guten Informationen zum professionellen Einsatz von E-Mail Marketing. Ungefähr die Hälfte aller Anfragen, die ich zu Online Marketing bekomme, betreffen E-Mail Marketing, Newsletter, Versand, Spamfilter, Auswertung und Statistiken usw.

Ganz allgemein formuliert: unter E-Mail Marketing verstehen wir jede Art von Marketing Aktivitäten, in die E-Mails mit einbezogen werden. Das können Newsletter sein, E-Mail Diskussionsgruppen, aber auch Follow-Ups mit E-Mails sein. Überdies - auch die Aufnahme einer Signatur in Ihre ausgehenden E-Mails ist E-Mail Marketing.

Was macht E-Mails zu einem derart wirkungsvollen Marketing Instrument?

Nun, zum ersten, E-Mail Marketing kann praktisch jedermann einsetzen. Es erfordert anfangs keine besonderen Investitionen, der Start ist fast kostenlos.

Alles was Sie am Anfang brauchen, sind E-Mail Adressen und ein E-Mail Programm (Im nächsten Newsletter nenne ich Ihnen das Programm mit dem ich arbeite und zeige Ihnen wie Sie es einsetzen können)

Ich werde Ihnen Möglichkeiten aufzeigen, wie Sie Ihre eigene Liste mit E-Mail Kontakten aufbauen. Kontakte, die Sie dann immer und immer wieder anschreiben können.

Die Marketing Todsünde Nr.1

Sie vergessen, nach der E-Mail Adresse zu fragen!

Was hab ich da alles versäumt! Wie lange hat das gedauert, bis ich begriff, dass Webseiten, die sich nur aufs Verkaufen konzentrieren, keinen Erfolg haben können. Aber mir hat es damals ja auch niemand gesagt. Wir schicken heute von unserem Verlag extra Werbebriefe an die Kunden und bitten sie um die Mail-Adresse. Das kostet zwar Aufwand und Geld für das Porto, aber wenn ich dann die E-Mail-Adresse habe, kann ich den Kunden ohne weitere Kosten anschreiben.

In der Zwischenzeit weiß ich, dass über 90% der Besucher einer Webseite bei Ihrem ersten Besuch NICHT kaufen.

Oder glauben Sie wirklich, jemand legt beim Erstbesuch gerade Ihre Seite zu seinen Favoriten und kommt dann regelmäßig wieder zurück?

Ihre Besucher tun das ebenso wenig wie meine!

Sie MÜSSEN da schon ein Verkaufssystem entwickeln, mit dem Sie Ihre Besucher wieder und wieder kontaktieren können - allerdings nicht mit unerwünschten E-Mails und Verkaufsangeboten.

Es bedeutet ganz einfach, dass Ihre Zielgruppe möglicherweise interessiert ist, von Zeit zu Zeit zu erfahren, was es bei Ihnen Neues gibt, was Sie anzubieten haben. Geben Sie Ihren Besuchern daher die Möglichkeit, diesen Wunsch zu äußern.

Das habe ich daraus gelernt: Es ist einfacher, die E-Mail Adresse eines Besuchers zu bekommen, als einen Auftrag. Verständlich!

Warum wohl, sollte jemand bei Ihnen etwas kaufen - wenn er nicht einmal bereit ist, Ihnen seine E-Mail Adresse zu geben?

E-Mail Marketing ist ein aktives Instrument. Eines, dessen Einsatz Sie selbst bestimmen und auch beeinflussen können. Sie brauchen nicht zu warten, bis Ihre Webseite irgendwo aufgenommen und dann von jemand gefunden wird, wie das bei Suchmaschinen der Fall ist. Sie alleine legen den Zeitpunkt fest, an dem Sie Ihre Kunden ansprechen. Und Sie bestimmen auch den Inhalt Ihrer Nachricht.

Ein weiterer, wesentlicher Vorteil ist die persönliche Ansprache Ihrer Kunden, Sie können Ihre E-Mails personalisieren.

E-Mail Marketing eignet sich daher besonders für so genanntes Follow-up das Nachfassen, also für Kampagnen, mit denen Sie spezielle Informationen zu bestimmten Themen oder Produkten versenden und darüber versuchen, sich den Auftrag zu holen.

Einer der Hauptgründe, warum so viele Einsteiger im Online Marketing scheitern!

In Diskussionen mit anderen Internet Anbietern über Marketing Techniken erstaunt mich immer wieder, dass die MEISTEN von ihnen dieses Instrument komplett ignorieren, - ein Instrument, das ich für meinen Online Erfolg als das Wichtigste ansehen.

Fast alle wissen, wie sie Besucher auf Ihre Webseiten bringen, auch wie sie gute Werbetexte schreiben (beides ist natürlich wichtig für den Erfolg). Aber sie vergessen das, was ich als das entscheidende Instrument im Online Marketing ansehe... das follow-up,..das Nachfassen.

Überlegen Sie doch selbst einmal: um einen Abschluss zu erzielen, brauchen Sie im Allgemeinen 5 bis 10 oder sogar mehr Kontakte mit einem ernsthaften Interessenten. Ich habe die Erfahrung gemacht, dass im Durchschnitt 10 Kontakte der Realität am nächsten kommen.

Was TUN Sie, um diese Anzahl Kontakte mit JEDEM Interessenten auch zu bekommen?

Im Marketing können Sie sich nicht passiv verhalten und darauf hoffen, dass jemand, der ein ernsthaftes Interesse an dem hat, was Sie anbieten, irgendwann später von selbst wieder auf Ihre Webseite zurückkommen wird, um sich noch einmal zu informieren. Das zu glauben, ist an der Grenze zum bewussten finanziellen Selbstmord.

Ihr gesamtes Marketing muss AKTIV sein, SIE sind derjenige, der sich darum kümmern muss, dass es zu diesen 10 Kontakten kommt! Denken Sie nicht einmal im Traum daran, das Ihren Interessenten zu überlassen. Im Internet steht uns das mächtigste Instrument der gesamten Marketingwelt zur Verfügung und doch setzen es nur wenige zu ihrem Vorteil ein.

Dieses Instrument heißt E-Mail!

Denken Sie doch einmal nach: kennen Sie irgendeine Methode, irgendein Instrument, mit dem Sie regelmäßig bei Dutzenden, Hunderten oder gar Tausenden Interessenten nachfassen können - JEDEN Tag, jede Woche usw. ohne einen Cent ausgeben zu müssen?

Im Offline-Geschäft müssen Sie dafür ein Vermögen an Porto ausgeben, (glauben Sie mir, ich weiß von was ich rede!)

Mit E-Mail hingegen können Sie Hunderte, Tausende und noch mehr Nachrichten verschicken. So oft Sie wollen. Daher gibt es eigentlich keine Entschuldigung dafür, wenn Sie bei Ihren Interessenten nicht regelmäßig am Ball bleiben.

Im nächsten Newsletter zeige ich Ihnen wie Sie offline an E-Mail-Adressen kommen, und warum Sie im Internet immer was verschenken müssen.

Außerdem zeige ich Ihnen den Werbetext eines Mailings, der von Februar bis Mai dieses Jahres 64.870.- € in die Kasse spülte.

Hier noch zwei Tipps:

Ich werde immer wieder gefragt mit welcher Software man Landingpage oder einfache Webseiten erstellen kann:

Hier die Antwort: Gehen Sie auf die Seite:

<http://www.nvu-composer.de/> oder <http://kompozer-web.de/> und laden Sie sich die Software Kompozer herunter, sie ist komplett in deutsch, einfach zu bedienen und kostenlos.

Eine deutsche Anleitung finden Sie hier: <http://de.wikipedia.org/wiki/KompoZer> oder auf der Seite <http://www.juergen-klose.de/vhs/kompozer-anleitung.pdf>

Egal ob offline oder online Business, wer Erfolg haben möchte muss richtig planen.

Dazu habe ich noch einen Buchtipp für Sie: „**Erfolg ist planbar**“

Klicken Sie hier und lesen Sie alles weitere:

<http://www.panthon.de/Erfolg/Hofmann.html>

Viel Erfolg
wünscht Ihnen



Peter Kirchmeier

Impressum: Verlag Peter Kirchmeier, Ringstraße 3, 76356 Weingarten, Fax: 07244/3750

Steuernummer: DE 143537190 Email: pkverlag@pkverlag.de

Haftungsbeschränkung:

Der Inhalt dieses kostenlosen Newsletters wurde mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt. Der Verlag Peter Kirchmeier übernimmt jedoch keine Gewähr für die Richtigkeit, und Aktualität der bereitgestellten Inhalte. Die Nutzung der Inhalte dieses Newsletters erfolgt auf eigene Gefahr des Nutzers. Dieser Newsletter enthält Verknüpfungen zu Webseiten Dritter . Diese Webseiten unterliegen der Haftung der jeweiligen Betreiber. Der Verlag Peter Kirchmeier ist nicht verantwortlich für die Inhalte externer Internet-Seiten.