Unternehmer Challenge



Praxis-Report:

"17 der besten Strategien, um noch in diesem Jahr 100.000 Euro Umsatz zu machen!"

LAMBERT AKADEMIE - DIE BUSINESS-AKADEMIE

Praxis-Workshop

17 schnelle Strategien, wie Sie noch in diesem Jahr 100.000 Euro zusätzlichen Umsatz machen können!

Von Dirk-Michael Lambert

© Copyright 2014 LAMBERT AKADEMIE GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieses Reports darf reproduziert oder in irgendeiner Form übermittelt werden, weder elektronisch, mechanisch oder in sonst irgendeiner Form. Sie dürfen den Inhalt, oder Auszüge davon, nicht verkaufen, weitergeben oder sonst wie vervielfältigen. Kein Teil dieses Reports darf ohne vorherige schriftliche Genehmigung des Verfassers publiziert, reproduziert oder in irgendeiner Form übermittelt werden, weder elektronisch, mechanisch oder in sonst irgendeiner Form oder sonst wie gewerblich genutzt werden.

Inhalt

Die besten Strategien, um noch in diesem Jahr 100.000 Euro zusätzlichen Umsatz zu machen!

1.	Vorab	. 3
2.	Umsatz-Strategie #1: Lassen Sie von Sich hören	. 4
3.	Umsatz-Strategie #2: Nutzen Sie Gutscheine	. 9
4.	Umsatz-Strategie # 3: Nutzen Sie Partner -Marketing	10
5.	Umsatz-Strategie # 4: Machen Sie Webinare	11
6.	Umsatz-Strategie # 5: Reaktivierung passiver Kunden	11
7.	Umsatz-Strategie # 6: Ihre Besucher zum Handeln bewegen:	14
8.	Umsatz-Strategie # 7: Integrieren Sie klare Angebote	15
9.	Umsatz-Strategie # 8: Entwickeln Sie ein Unwiederst. Angebot.	18
10.	. Umsatz-Strategie # 9: Installieren Sie Follow-Up Prozesse	19
11.	. Umsatz-Strategie # 10: Beeindrucken Sie Ihre Kunden	20
12.	. Umsatz-Strategie # 11:Instalieren Sie einen Autoresponder	20
13.	. Umsatz-Strategie # 12: Geben Sie Ihren Besuchern einen Grund	21
14.	. Umsatz-Strategie # 13: Starten Sie E-Mail-Marketing	22
15.	.Umsatz-Strategie # 14:Bieten Sie eine Video Demonstration	24
16.	. Umsatz-Strategie # 15: Erstellen Sie ein Video	25
17.	. Umsatz-Strategie # 16:Starten Sie einen E-Mail-Newsletter	26
18.	. Umsatz-Strategie # 17: Bauen Sie Dringlichkeit in Ihre Ang	27

Vorab

Erfolg schreibt sich mit 3 Buchstaben: "t", "u" und "n"!

Kennen Sie den Haupt-Unterschied zwischen einem Schwätzer und einem echten Macher?

Genau!

Ein Schätzer schwätzt und ein Macher lässt seine Taten lauter sprechen als seine Worte!

Was ich damit sagen will, "80% von Erfolg ist überhaupt aufzutauchen!"

Die meisten reden lieber lang und breit darüber, was sie alles machen könnten und ...

... tun dann gar nichts, oder machen das weiter, was sie bisher immer gemacht haben!

Aber: "Wer immer das gleiche tut, wird auch immer die gleichen Ergebnisse erhalten!"

In diesem Report sind eine Menge erprobter Ideen aus meiner Praxis als Marketing- & Business-Coach!

Aber sie sind allesamt wertlos, wenn Sie sie nicht mit Ihrer Leidenschaft und Ihrem Siegeswillen zum Leben erwecken!

Also: Lesen Sie sich den ganzen Report in Ruhe durch. Markieren Sie die 3 besten Ideen, für Ihr Business und dann fangen Sie mit einer Idee an...

...und bleiben so lange dabei, bis sie damit Geld verdienen. Dann gehen Sie zur nächsten und dann zur dritten usw...

Herzlichst,

Dirk-Michael Lambert Gründer der LAMBERT-AKADEMIE Im November 2014

P.S.:

Bitte schreiben Sie mir Ihr Feedback, Ihre Erfolgstories und Ihre Fragen an: dml@lambert-akademie.de oder ...

Sie erreichen uns unter

phone 06157-9865 910

Umsatz-Strategie #1

Lassen Sie von sich hören! - Zum Beispiel mit einer psychologisch getexteten Email-Kampagne...

Gelegenheit macht Liebe, Kontakte machen Umsatz.

Das Problem: Viele Selbständige & Unternehmer halten sich zurück damit, was "von sich hören zu lassen"!

Warum? - Wir wollen ja Niemandem auf die Nerven fallen.

Aber: Klappern gehört zum Handwerk und in den heutigen überfüllten Märkten müssen Sie schon mehr tun als "Ihren Laden einräumen, sich hinter die Theke stellen und auf Kunden warten"!

Mal ehrlich, wovor haben Sie Angst?

Das Sie ein, zwei Personen auf die Füße treten?

Die folgende Email-Kampagne hilft Ihnen sich als "Good-Guy" ins Gespräch zu bringen und wird sofort Käufe auslösen und somit Umsatz produzieren!

Probieren Sie es aus! -- Was haben Sie zu verlieren...? - Nichts! - Aber alles zu gewinnen!

Email-Kampagne

Der Umsatz-Booster

[1 Email] Über Nacht Umsatz produzieren

Zielgruppe: Ihre Datenbank von Interessenten und/ oder Kunden mit denen Sie schon Kontakt hatten.

Ziel: Sofort Umsatz produzieren, quasi "auf Knopfdruck".

In dieser Kampagne benutzen wir vier unterschiedliche Strategien:

- 1. **Reziprokes Marketing** Indem wir erst einmal geben ("Danke!") schaffen wir den Effekt, dass sich der Empfänger fragt, "Ok, was kann ich zurück geben?"
- 2. **Spezielle Gruppe** Das funktioniert wie geschmiert! Menschen lieben es, zu einer speziellen Gruppe zu gehören. Also geben Sie Ihnen das Gefühl, wertgeschätzt zu werden.
- 3. **Aktions-Angebot** Ein einmaliges Angebot stimuliert durch einen guten Preis, ist immer ein Aufmerksamkeits-Magnet.
- 4. **Dringlichkeit** Diese Aktion ist exakt gültig für 3 Tage! D. h., jeder weiß, ich muss mich in den nächsten beiden Tagen entscheiden, sonst ist diese Gelegenheit für immer verloren.

Mit dieser Aktion sollten Sie - ein gutes Angebot, das Nutzen für Ihre Empfänger bietet, unterstellt - zwischen zwei und fünf Prozent Konvertierung erreichen (sales conversion).

Was ist eigentlich das Geheimnis wirklich erfolgreicher Email-Kampagnen?

Nun, es geht darum, die Alltags-Hypnose Ihrer Empfänger zu durchbrechen mit einer interessanten, werthaltigen oder überraschenden Botschaft, die die Aufmerksamkeit Ihrer Empfänger neu fokussiert.

Genau das tut diese konkrete Email-Kampagne!

"Danke, Peter Mustermann!"

Welche Aussage wäre besser geeignet, durch die Hypnose Ihrer Empfänger durchzudringen und eine sofortige Unterbrechung deren Gedanken zu erreichen!

Und dann platzieren Sie Ihr Angebot als spezielle Danke-Aktion mit Deadline und Preis-Geschenk.

*** Email-Kampagne ********************

Betreff: Danke, Peter Mustermannn!

(Danke ist eine exzellente Betreffzeile, speziell mit der persönlichen Ansprache. Hier fragt sich jeder: "Oh, wofür habe ich ein Danke verdient? Was habe ich Gutes getan?)

Hallo Peter Mustermannn,

Bis Freitag, den 19. Juni, 24:00 Uhr (3 Tage in der Zukunft) können Sie mein <Produktname> im Wert von € 497, - für die Hälfte (fett formatier, um Überflieger sofort auf diese wichtigste Nachricht zu stoßen!) bekommen. (Das ist bei Dienstleistung, oder einem digitalen Produkt natürlich verlustfrei möglich. Wenn Sie keinen so großen Nachlass auf Ihr Produkt geben können, dann packen Sie ein Paket, z.B. Ihr Produkt für € 297,- plus ein digitales Produkt € 197,- plus eine Dienstleistung € 297,- = insgesamt € 793,- für NUR € 397,-.)

Ich mache diese spezielle Aktion, um Danke zu sagen an alle guten Kunden der (Ihr Firmenname oder: alle Leser des xyz-Newsletter o.ä.) für den sagen-haften Zuspruch im ersten Halbjahr 2009. (oder die Treue im abgelaufenen Jahr o.ä.)

Hier bekommen Sie Ihr <Produktname> für die
Hälfte: http://www.domaine.de/AktionsLink/

Und hier sehen Sie, was <Produktname> Ihnen bringt...

http://www.domaine.de/Verkaufsseite/
Nicht auf dieser Seite bestellen! Dort zahlen Sie
den regulären Preis!) (Damit reiben Sie ihm nochmals Ihren
günstigen Rabatt unter die Nase.)

* Testen Sie jetzt mein <Produktname> für die Hälfte und Sie erhalten zusätzlich kostenlos fünf Bonus-Geschenke. *

(Dieser Teil wird fett formatiert, so dass alle, die Ihr Email überfliegen, im ersten Absatz lesen für die Hälfte, und hier nochmals für die Hälfte und zusätzlich kostenlos 5 Bonus-Geschenke.)

Wenn 50% Rabatt noch nicht genug sind, um Sie und Ihr Online-Marketing auf Vordermann zu bringen,

dann werden es folgende kostenlose Gratis-Geschenke sicherlich schaffen.

(Hier geben Sie jeden Bonus, den Sie wegschenken können, um die ganze Aktion wirklich wertvoll erscheinen zu lassen! Dinge, die für Sie kostenlo,s oder günstig im Einkauf sind, für den Kunden aber einen enormen Wert darstellen, z.B. Checklisten, Audio-/ Video-Mitschnitte von Vorträgen/ Seminaren, Informationsprodukte usw.)

* Geschenk #1: Die Lambert-Methode!

Dieses 33 Minuten Audio-Seminar wird das Problem zu geringer <Hauptproblem Ihrer Zielgruppe> für immer beenden!

- * Geschenk #2: Der <Bonus No 1>! Ich gebe Ihnen den <Bonusname>, der nachgewiesen bis zu 58% mehr <Nutzen> produziert.
- * Geschenk #3: Praxis-Report: "Die 5 besten Wege um <Nutzen für Ihre Zielgruppe>." (88 Seiten)
- * Geschenk #4: Gutschein über ...

100 € Rabatt auf alle Bestellungen bis zum <Datum> über mindestens € Mindest-Betrag.

* Geschenk #5:Was-Auch-Immer

<Nutzen, Nutzen, Nutzen>.

Wow! Das sind eine Menge Gratis-Geschenke…

und Sie erhalten sie alle zusätzlich KOSTENLOS, wenn Sie mein <Aktions-Angebot> für 50 Prozent testen.

("testen" ist viel eleganter als kaufen. Das ist risikolos und hat nichts mit Geldausgeben zu tun!)

Gehen Sie jetzt auf diese Webseite, um sich Ihre Kopie meines <Aktions-Angebot> für 50 % zu sichern, bevor sie alle weg sind:

http://www.domaine.de/AktionsLink

Bis bald,

Dirk-Michael Lambert

P.S.:

Dieses einmalige 50 % Angebot endet exakt am
<Datum>, den 18. Juni um 24:00 Uhr (3 Tage in der Zukunft). Falls Sie dieses revolutionäre <Aktions-Angebot> haben wollen, über das alle
<Berufsgruppe Ihrer Kunden> sprechen ...und dabei noch 50% sparen, dann gehen Sie jetzt auf: --> http://www.domaine.de/AktionsLink

LAMBERT-AKADEMIE GmbH

Die LAMBERT-AKADEMIE GmbH ist spezialisiert darauf, Unternehmern zu helfen, mehr Geld zu verdienen durch besseres Marketing und effektivere Verkaufsprozesse.

Im Schnitt erreichen ihre Klienten
38 Prozent mehr Umsatz im ersten Jahr.

- -> www.Angebots-Link-No-1
- -> www.Angebots-Link-No-2
- >www.Angebots-Link-No-3

Umsatz-Strategie #2

Nutzen Sie Gutscheine!

Ein Klient von mir verkauft Hemden übers Internet auf einem Shop. Jedes Mal, wenn er einen Gutschein an seine Liste von 23.000 Empfängern schickt, macht er zwischen €10.000 und €30.000 Euro Umsatz.



Geschenk-Gutscheine sind ein exzellentes Medium, um neue Kunden in Ihr Geschäft zu holen. Wenn Sie einem zufriedenen Kunden z.B. sagen: "Wenn Sie zufrieden mit uns waren, dann empfehlen Sie uns bitte weiter!", das hat der vergessen, nachdem er aus der Tür ist.

Aber wenn Sie ihm drei Gutscheine für seine Arbeits-Kollegen, Bekannten, Freunde, Geschäftspartner usw. geben, dann schreien diese Gutscheine förmlich danach, ausgeteilt zu werden.

Gutscheine eignen sich auch hervorragend, um sie an Geschäftspartner weiter zu geben. Sie sind eine einfache Möglichkeit für mehr Umsatz und ein Instrument, um in das Empfehlungsgeschäft zu investieren.

Gestalten Sie schöne Geschenk-Gutscheine und bieten Sie diese systematisch in Ihren Verkaufsräumen an, am Point Of Sale (POS), im Internet, im PS Ihrer Anschreiben, Ihren Emails usw.

Online-Gutscheine können Sie mit Ihrem Shop integrieren und zeitlich limitieren, also "Nur gültig bis 30. November 2010!

Menschen wollen einen Grund haben, um zu reagieren. Und ein exzellenter Grund ist immer noch ein Gutschein, der auf Ihre Angebote gezielt ist.

Umsetzung: Überlegen Sie, welche Angebote Sie mit einer Gutscheinaktion stimulieren können und informieren Sie sich bei Ihrem Shop-Provider, welche Optionen Sie für Gutscheine haben.

Umsatz-Strategie #3

Nutzen Sie Partner-Marketing

Was ist der Hauptgrund, für verpasste Verkaufs-Chancen?

Richtig: Misstrauen!

Wo können Sie Vertrauen und Respekt SOFORT bekommen?

Ganz einfach, indem Sie einen symbiotischen Werbe-Partner dazu gewinnen, Ihr Angebot an seine Liste von Interessenten und Kunden zu empfehlen! Am besten ein Partner, der eine große Liste Ihrer profitabelsten Kunden aufgebaut hat und eine starke Beziehung aus Vertrauen und Respekt zu diesen Empfängern genießt.

Stellen Sie sich vor, wenn er eine Email an seine Liste von 80.000 Ihrer Zielgruppe schickt mit der Empfehlung, sich Ihr Angebot genauer anzuschauen...! Was Sie dazu brauchen, einen geeigneten Partner und seine Bereitschaft, Ihr Angebot an seine Liste zu empfehlen.

Ein Partner bekommen Sie aus dem Internet....

Suchen Sie ´nach Webseiten mit einem Newsletter bzw. einer Optin-Strategie, die sich mit Ihrem Angebot decken, aber nicht direkter Mitbewerb sind.

Dann kontaktieren Sie diese Geschäfte und machen es für sie einfach und profitabel, Sie an deren Liste zu empfehlen.

Einfach machen Sie es Ihrem Partner, indem Sie ihm beweisen, dass Sie überdurchschnittliche Oualität und Service bieten.

Profitabel machen Sie es ... Na...?

Genau, Sie geben ihm einen Teil des Profits von jedem vermittelten Geschäft ab!

Das Wichtigste? Ganz einfach: raus aus der Komfortzone und ran an den Speck, Äähhhh... Partner! Also Partner auswählen und anrufen!

Ein Tipp, entwickeln Sie einen Kontaktköder, also ein Gratis-Geschenk, wie einen Insider-Report, ein Gutschein, eine Checkliste, die Ihr Partner an seine Liste gibt. Ein Geschenk ist immer eine gute Idee, eine Probe Ihrer Kompetenz zu geben und die Beziehung anzufangen.

Stellen Sie eine Optinseite auf, wo sich die Interessenten eintragen können um Ihr Gratis-Geschenk zu bekommen und dann bieten Sie sofort ein Angebot gegen Geld an.

Umsatz-Strategie #4

Machen Sie Webinare um Ihren Verkauf anzukurbeln

Nochmals: Was ist der Hauptgrund, für verpasste Verkaufs-Chancen?

Richtig: Misstrauen!

Einer der schnellsten Wege auch bei wildfremden Menschen sofort Vertrauen aufzubauen ist, dass Sie denen etwas Wertvolles kostenlos schenken, z.B. wertvolle Informationen um deren schmerzhafteste Probleme zu lösen.

Da reicht ein Insider-Report von 4-8 Seiten, eine Checkliste, ein Video oder manchmal auch nur eine Internet-Adresse mit einer wertvollen Ressource...

Den gleichen Effekt hat ein Webinar!

Aber ein Webinar ist noch viel besser, weil es nicht als Werbung daher kommt, sondern als Gratis-Content und hochqualifizierte Leads produziert. Denn jeder der sich 60 Minuten auf Ihr Webinar anmeldet ist wirklich aktuell interessiert an dem, was Sie da bieten.

Im Webinar können Sie jetzt Ihre Kompetenz beweisen und eine Beziehung aus Vertrauen und Respekt erzeugen.

Am Ende geben Sie dann Ihr Angebot als die optimale Lösung für die Probleme, die Sie Ihrem Besucher im Webinar bewusst gemacht haben.

Umsatz-Strategie #5

Reaktivierung passiver Kunden...

[1 Email] - Über-Nacht Sofort-Umsatz durch Reaktivierung "toter" Kunden

Mit dieser Kampagne machen Sie Über-Nacht Sofort-Umsatz durch die Reaktivierung Ihrer passiven Kunden...

Im Schnitt verlieren wir etwa 50 Prozent der Neukunden. Sie gehen zurück zu Ihrem bisherigen Lieferanten, oder suchen weiter nach neuen Quellen. Erst der zweite Kauf ist ein Signal für Zufriedenheit.

Neukunden zu gewinnen ist wesentlich teurer und aufwendiger, als Bestandskunden zu aktivieren, oder unzufriedene Kunden zu reaktivieren.

Jedes Geschäft verliert Kunden aus dem einen oder anderen Grund. Diese Kundenabwanderung zu stoppen, verbreitert die Kundenbasis und schafft regelmäßig zusätzliches Einkommen.

Drei Haupt-Gründe hierfür:

- 1) Ihr Kunde braucht Ihr Produkt/ Dienstleistung nicht mehr, bzw. hat keinen Nutzen mehr daraus,
- 2) er hat eine unschöne Erfahrung mit Ihrem Geschäft,
- 3) er hat aus unwichtigen Gründen aufgehört, bei Ihnen zu kaufen und die Kaufbeziehung nicht wieder aufgenommen.

In jedem Fall liegt es in Ihrer Verantwortung, Ihren Kunden zu helfen, die Kaufbeziehung wieder aufzunehmen.

*** Email-Kampagne ********************

Gerade heute ist mir aufgefallen, [oder ich bin überrascht, dass] wir schon eine Weile nichts mehr von Ihnen gehört haben. Da wir in der Vergangenheit einiges für Sie gemacht haben, habe ich die Hoffnung heraus zu finden, warum nicht.

Vielleicht haben wir ja irgendetwas falsch gemacht. In diesem Fall bin ich sehr daran interessiert, was vorgekommen ist, damit wir das wieder gut machen können und für die Zukunft auch für alle anderen Kunden abstellen können.

[Hier nutzen Sie das Prinzip der Reziprokität und Ihr Kunde wird fast so etwas wie ein Schuldgefühl empfinden, dass er lange nichts bei Ihnen gekauft hat. So bauen Sie die Grundlage für seine Loyalität in der Zukunft.

Außerdem führen Sie hiermit einen Grund an, warum Sie ihn kontaktieren. Und Ihre aufrichtige Sorge kommt natürlich positiv rüber. Und einen Grund anzugeben, ist immer gut.]

Außerdem möchte ich Sie aufmerksam machen auf soundso... [Hier geben Sie ein aktuelles Angebot ggf. mit einem "Wiedergutmachungs-Rabatt" an, ein neues Produkt, eine neue Dienstleistung, ein upgrade, oder was immer Sie gerade haben, verbunden mit seiner ursprünglichen Kaufbeziehung mit Ihnen.

Ein Geschenk, wenn er das Angebot wahrnimmt, ist natürlich immer ein guter Hebel.

Sie sind für uns ein wichtiger Kunde, darum lege ich Ihnen eine Geschenk-Karte über € 100,- bei, als Symbol für Wertschätzung für Ihr Geschäft [Ihre Treue] in der Vergangenheit.

[WICHTIG! Sie müssen ein konkretes Angebot machen mit einem Call-To-Act-Now! Entwickeln Sie kreativ einen Namen hierfür. Z.B. ein Treue-Bonus/-Rabatt, oder "Wiedergutmachungs-Gutschein", oder – Rabatt usw...

Die Kosten können Sie berechnen als den Betrag, den Sie bereit sind zu zahlen, um einen inaktiven Kunden zurück zu bekommen.]

So erhalten Sie Ihren "€ 100,- Rabatt-Gutschein für Treue Kunden":

[Gutscheine sind immer ein wirksames Mittel, um Umsatz zu motivieren und führen zu sofortigem Goodwill bei Ihren Kunden.

Seien Sie kreativ und bieten Sie etwas angemessen für Ihre Zielgruppe und Ihr Geschäft.]

- 1. Rufen Sie uns an unter [Telefon-Nr] und sagen Sie, dass Sie Ihre "Gutscheinkarte für treue Kunden" haben möchten.
- 2. Senden Sie mir eine Email an: [Ihre Email-Adresse] mit dem Betreff: "Gutscheinkarte für treue Kunden".
- Schicken Sie und beiliegendes Fax einfach zurück an: [Ihre Fax-Nr].
- 4. Holen Sie sich Ihre "Gutscheinkarte für treue Kunden" beim nächsten Besuch in unserem Geschäft.

[Hier geben Sie ein bis zwei Reaktionsmöglichkeiten an. Nicht unbedingt alle vier. Nehmen Sie was am besten funktioniert für Ihre Zielgruppe. Machen Sie es leicht zu reagieren.

Wichtig ist, dass Sie ein konkretes, wirklich gutes Angebot machen. Nur für gute Kunden. Und! ... bauen Sie Dringlichkeit ein mit einem Call-To-Act-Now! Zum Beispiel mit einer einmaligen Aktion, oder mit begrenzter Zeit ("nur bis zum 31.8.2010 24:00 Uhr").

Ich freue mich auf Ihre Antwort.

[Ihre lesbare Unterschrift mit Ihrem vollen Namen]

P.S. Ihr Geschenk [Hier fügen Sie den Namen Ihrer Aktion ein] wartet auf Sie und ich möchte sicherstellen, dass Sie es auch erhalten! [Geben Sie hier nochmals die beste Reaktions-Möglichkeit, um an das Geschenk zu kommen.]

Das gleiche Mail/ Email können Sie dann nach 7 Tagen nochmals wiederholen an alle, die nicht reagiert haben.

Umsatz-Strategie #6

Ihre Besucher zum Handeln bewegen: Was sind die 7 mächtigsten Worte, die Menschen zum Kauf bewegen?

Traffic auf Ihrer Webseite ist nicht alles. Sie müssen Ihre Besucher auch dazu bringen, zu reagieren, oder zu kaufen. Die 7 mächtigsten Worte, die Menschen dazu motivieren zu kaufen, kommen hier:

Nur heute - baut sofort Dringlichkeit auf und fokussiert die Wahrnehmung Ihres Interessenten auf Ihre Botschaft. Jetzt muss er sich entscheiden, ob er Ihrer Botschaft folgt, oder nicht. Aufschieben ist ausgeschlossen.

Nur für Sie - Benutzen Sie "Sie" und "Nur für Sie" in Ihren Marketing-Texten. Schreiben Sie, als wenn Sie speziell und ausschließlich zu einer bestimmten Person sprechen. Das baut

eine persönliche Verbindung von Ihnen zu Ihrem Leser und schafft das Gefühl dass Sie ihn wichtig nehmen.

Garantiert - Garantierte Ergebnisse sind eine der mächtigsten Strategien, um Kauf-Ängste aufzulösen und die Kaufentscheidung so zu beschleunigen. Garantieren Sie ein spezifisches Ergebnis, oder Geld zurück, die Lieferzeit, bestimmte Lebensdauer, usw...

Umsatz-Strategie #7

Integrieren Sie klare erkennbare Direct-Response Angebote, die die wichtigsten Fragen Ihrer Zielgruppe beantworten!

Mit dieser Strategie allein hat ein Klient von mir seine Anfragen von seiner Webseite vervierfacht! Zur Erinnerung: Menschen wollen im Internet nicht lange Texte lesen, vor allem, wenn sie als langweilig getextete Verkaufsphrasen und Image-Broschüren daher kommen.

Im Grunde sucht jeder Besucher Ihrer Webseite Gründe, warum Ihre Webseite langweilig, nutzlos und darum weg zu klicken ist! ...

Darum, geben Sie Ihren Besuchern keine Chance dazu weg zu klicken! Geben Sie ihm etwas Positives anzuklicken. Etwas, was seine Probleme und Ziele anspricht. Surfer wollen klicken. Surfer wollen nicht kilometerlange Texte lesen, - sie wollen klicken!

Also geben Sie ihnen, wonach sie suchen: Deutlich erkennbare Reaktions-Elemente, die einen Nutzen versprechen:

- Z-B. ein Link mit der Aufschrift: Hier geht's zu den kostenlosen Diät-Tipps! Oder,
- Ein Button mit der Aufschrift: Ja, ich will garantiert mehr Neukunden!" Usw...

^{***} Ein Klient von mir hat die Anfragen auf seiner Homepage um das Vierfache gesteigert, einfach, indem er kleine Buttons auf seine Webseite integriert hat mit klaren Response-Elementen:

MKW-LASER KURZINFO PRODUKTE ANWENDUNGSGEBIETE VORTEILE LITERATUR TERMINE SHOP KONTAKT LAX LASEROSCHE LASERVAMM POWENTWOWL ANGESTI A

Vorher:

Nachher:



Sie sehen, durch die optisch klar herausstechenden Direkt-Response Elemente ist dem Besucher sofort klar, was er tun soll ... nämlich klicken! ...Auf den orangen oder grünen Button.

Diese kleine Veränderung hat meinem Klienten viermal soviel Anfragen über seine Homepage beschert!

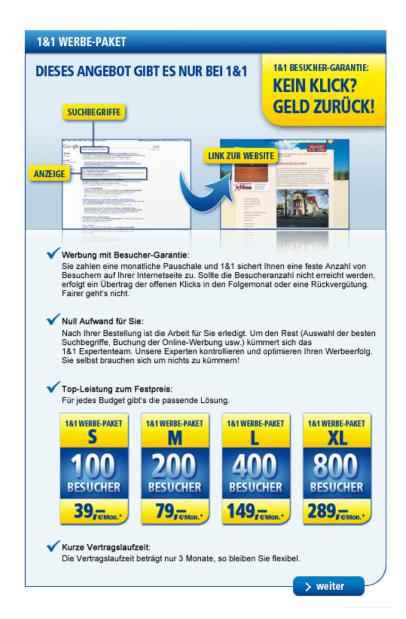
Sie wollen eine Reaktion von Ihren Besuchern? Dann geben Sie ihnen eine Möglichkeit zu reagieren: über Links´, Buttons und klickbare Elemente!

Die Regel lautet: je mehr klickbare Elemente auf einer Webseite erkennbar sind, umso mehr Reaktionen, also Klicks werden Sie auch erzeugen. Und klickende Besucher bleiben länger und kaufen häufiger.

Welche Möglichkeiten für DirectResponse-Elemente auf Webseiten haben Sie?

- Den Abruf eines Reports, einer Checkliste
- Die Abfrage von Informationen, Preisen
- Den Eintrag in Ihren Verteiler (Geben Sie ihnen einen Grund warum!)
- Die Abforderung eines Gratis-Geschenkes, z.B. einer CD, dann haben Sie gleich einen Grund die Adresse mit zu erfassen!
- Abruf eines individuellen Angebotes, usw...

Überlegen Sie sich einfach, welche Hauptfragen treiben jemanden, der über bestimmte Suchworte auf Ihre Webseite kommt und geben Sie ihm die Antworten dazu in Direct-Response Elementen.



Wollen Sie gute Beispiele für Direct Reseponse Elemente sehen?

Dann gehen Sie z.B. auf die Seiten von:

- www.1und1.de
- www.amazon.de
- www.ebay.de
- usw...

Hier z.B. geht es um ein Angebot von 1&1, dass Ihnen Besucher auf Ihre Webseite bringt:

Mit garantiert 100, 200 oder 800 Besuchern - oder Geld zurück!

Spezifisch, überzeugend und klar erkennbare gelbe Bestell-Buttons, die aus der Seite heraus springen!

Die Hauptnutzen sind noch einmal als Headline über die Textblöcke platziert.

Das verstärkt beim Überfliegen den Kaufwunsch und steigert Ihre Klickrate auf die Bestell-Buttons.

Ihre Umsetzung: Checken Sie Ihre Webseite. Welche klickbaren

Direkt-Response Elemente haben Sie integriert? Führen diese Elemente klar den Besucher zum nächsten Schritt, hin zu Ihrem Angebot? Haben Sie Antworten auf die wichtigsten Fragen Ihrer Zielgruppe vorbereitet in Form von klickbaren Direct-Response Elementen?

Welche Direkt-Response Elemente, oder Angebote können Sie integrieren und wogegen wollen Sie seine Email-Adresse tauschen?

Der Trick, wenn Sie verkaufen wollen ist, ein Angebot prominent auf Ihrer Webseite zu platzieren und Ihrem Besucher ermöglichen, es anzunehmen, indem Sie ihm ermöglichen, darauf zu klicken. Verkauf ist eben KEIN Suchspiel!

Umsatz-Strategie #8

Entwickeln Sie ein unwiderstehliches Angebot, eine Marketing-Botschaft, die Sie wirkungsvoll von Ihrem Mitbewerb differenziert!

Der Hauptgrund, warum neue Interessenten nicht bei Ihnen kaufen, ist, dass Sie misstrauisch sind. Sie bleiben lieber bei ihrem bisherigen Lieferanten, oder tun gar nichts, als das Risiko einer negativen Kauferfahrung einzugehen. Anders ausgedrückt: sie haben Angst über den Tisch gezogen zu werden, gerade im Internet!

Darum ist es sinnvoll, um mehr Interessenten über das Misstrauen hinweg zu helfen, dass Sie beim Erst-Kontakt ein unwiderstehliches Angebot unterbreiten, z.B.: "Wir verdoppeln die Ergebnisse Ihrer Mailings, oder wir sind gratis!"

Ein unwiderstehliches Angebot macht es für den Empfänger schwerer "NEIN" zu Ihnen und Ihrem Angebot zu sagen, als JA zu sagen! Beispiele guter Angebote:

- Wir liefern Pizza heiß, saftig und lecker, in30 Minuten oder sie ist gratis!
- Wenn unser Elektro-Motor in der Garantiezeit ausfällt, erhalten Sie in 24 Stunden zwei als Ersatz. Auf unsere Kosten. Und wir installieren den Ersatz-Motor! (Produzent von Elektroantrieben)
- Ich bringe Ihnen zwei neue Aufträge in der ersten Woche, oder ich koste Sie nichts! (Vertriebskraft)

Entwickeln Sie ein gutes unwiderstehliches Angebot und setzen Sie es als alles umfassende Werbe-Botschaft in all Ihre Werbeaktivitäten ein. So erfährt jeder Interessent als Erstes von Ihnen, warum er bei Ihnen kaufen soll, anstelle bei Ihren Mitbewerbern.

Zusammenfassend: Ihr Unwiderstehliches Angebot macht es für Ihre Interessenten leicht zu reagieren, in der Tat macht ein gutes unwiderstehliches Angebot es schwerer, Nein zu sagen, als JA zu sagen!

Beispiele:

- ⇒ "GRATIS! Nur heute: Audio-Programm 85 der besten Werbeideen für Selbständige und Berater!"
- ⇒ "400 Stunden gratis surfen!" (AOL)
- ⇒ "Nur diese Woche: 4 Teile kaufen und drei bezahlen! (Media Markt)
- ⇒ "GRATIS! Eine Massage geschenkt beim Kauf von 2 weiteren! (Massage-Anbieter)

Ihre Umsetzung: Was können Sie anbieten, um daraus ein unwiderstehliches Angebot zu entwickeln? Überprüfen Sie Ihre Top 30 Mitbewerber im Internet

Umsatz-Strategie #9

Installieren Sie systematische Follow-Up Prozesse

Was ist der Hauptgrund, warum wir die teuer gewonnen Leads (Interessenten) nicht in zahlende Kunden verwandeln?

Antwort? ... Ein fehlender systematischer Follow-Up Prozess nach dem Erstkontakt.

Was geschieht in Ihrem Unternehmen, wenn ein Interessent anruft, oder um weitere Informationen bittet? Ich hoffe, jemand erfasst seine Daten in einer Software und schickt ein Standard-Angebot, oder Informationspaket raus.

Und dann? ... Meistens nicht mehr sehr viel - jedenfalls nicht systematisch und kontinuierlich. Denken Sie daran:

Ein neuer Kontakt braucht in der Regel 7-9 Kontakte mit Ihnen und Ihrem Geschäft, bevor er genug Vertrauen aufgebaut hat, dass er kauft!

Das Gleiche gilt übrigens auch für Erstkäufer! - Der Hauptteil der Unternehmer glaubt, Marketing endet, wenn der Kunde gekauft hat. Echte Unternehmer wissen, jetzt fängt Marketing an.

Follow-Up ist der Schlüssel zu einer loyalen Kundenbasis. Nach dem Erstkauf, um die Beziehung auszubauen und nach dem ersten Angebot/ Mailing, um den noch unentschlossenen Interessierten zu helfen, die richtige Entscheidung zu treffen, per Telefon, persönlichem Gespräch, Mail, E-Mail, Newsletter etc.

Mein Tipp: Entwickeln Sie mit Ihrer Verkaufs-Mannschaft für jede Situation und Zielgruppe systematische Follow-Up Prozesse und installieren Sie diese in die Automatik Ihres Unternehmens.

Installieren Sie Checklisten für die 7-9 Kontakte, eine spezielle Software-Lösung, oder nutzen Sie Autoresponder, um Email-Sequenzen zu programmieren.

Für Ihre Nachbereitung: Überlegen Sie sich eine Sequenz von 7-9, oder mehr Informationen, mit denen Sie Ihre Besucher davon überzeugen können, dass Sie der richtige Partner für deren Kauf sind.

Umsatz-Strategie #10

Beeindrucken Sie Ihre Kunden mit elektronischen Reports und Broschüren (pdf)

Ein exzellenter Weg, um Ihre Interessenten zu beeindrucken ist, direkt nachdem Sie den Telefonhörer aufgelegt haben, eine elektronische Broschüre im pdf-Format per Email zuzusenden.

Dazu können Sie natürlich den (teuren) Adobe PDF Writer einsetzen, oder aber eine kostenlose Lösung (Freeware) finden Sie unter: http://www.cutepdf.com/

Eine Videoanleitung zur Installation von CutePDF, finden Sie unter:

http://businesscoaching24.com/online-marketing-praxis/beeindrucken-sie-ihre-kunden-mit-elektronischen-broschuren-pdf/

Eine Word-Vorlage, die Sie sofort einsetzen können, finden Sie hier ebenfalls.

Die PDF-Word-Vorlage können Sie mit "rechter Mousetaste - Speichern unter…" direkt herunter laden.

Für Ihre Broschüren fragen Sie Ihre Werbeagentur für ein pdf-Format, dass Sie als Anlage mit Ihren Emails versenden können. Das kostet die ziemlich genau 5 Minuten, um die aufwendigste Broschüre in ein pdf-Format umzuwandeln. (Also zahlen Sie nicht zuviel!)

Ihre Aufgabe: Machen Sie Ihren Report, Ihr Ebook oder Ihre Checkliste fertig und wandeln Sie sie in eine beeindruckend aussehende pdf-Datei um.

Wenn Sie ein grafisch ansprechendes Deckblatt integrieren, brauchen Sie vor aufwendig produzierten elektronischen Dokumenten sich nicht zu verstecken.

Umsatz-Strategie #11

Installieren Sie einen Autoresponder-Service für Ihre Email Follow-Up-Sequenzen!

Ein Autoresponder-Service ist der Motor für Ihr Online-Marketing. Egal, wann sich jemand auf Ihren Webseiten einträgt, sorgt der Autoresponder dafür, dass automatisch und ohne Ausnahme eine vordefinierte Sequenz von vorprogrammierten Emails an den Einträger gesendet wird.

Das spart Ihnen nicht nur eine Menge Arbeit, sondern sorgt auch dafür, dass jeder Besucher die 7-9 Kontakte erhält, die bei ihm hoffentlich Vertrauen und Kaufinteresse aufbauen und ihn Stück für Stück davon überzeugen, bei Ihnen zu kaufen.

Solch ein Autoresponderservice wickelt dabei das Einsammeln der Email-Adresse ebenso ab, wie das Versenden der Folge-Sequenz von 7-9 Emails. Bei den meisten Services können Sie sogar im Grunde beliebig viele Emails hintereinander programmieren und die exakten Zeitabstände angeben.

Bei FlatrateNewsletter.de können Sie die Abfolge sogar im Stundentakt angeben.

Wichtig dabei, Ihre Emails sollten so persönlich wie möglich rüber kommen und nicht wie anonym, unpersönliche, technische Kommunikationsagenten!

Also, schreiben Sie Ihre Autoresponder-Emails, als wenn Sie sie speziell an eine Person schreiben würden.

Ihre Umsetzung: Starten Sie einen kostenlosen Testzugang bei Flatrate Newsletter, einem Autoresponderservice für Ihre Follow-Up Sequenzen und installieren Sie Ihre Follow-Up Emails und machen Sie einen Optin-Test.

Umsatz-Strategie #12

Geben Sie Ihren Besuchern einen Grund, Sie zu kontaktieren!

Wussten Sie, dass die statistische Wahrscheinlichkeit um das rund 10fache steigt, dass ein Interessent bei Ihnen kauft, wenn er Sie kontaktiert, statt umgekehrt?

Also sollte der erste Schritt sein, dass Sie bei Ihrer Webseite überlegen, wie kann ich meine Besucher dazu bringen, mich zu kontaktieren?

Das ist ganz einfach, indem Sie Ihrem Besucher einen Grund geben, Sie zu kontaktieren. Und der beste Grund ist "Gratis!". Z.B. ein Gratis-Report: nur diese Woche! Also setzen Sie Dringlichkeit ein. Das steigert die Response!

Fragen Sie sich, was sucht mein Besucher? Welche Probleme/ Ziele hat er? Und dann entwickeln Sie ein Gratis-Angebot, dass seine Hauptprobleme und -fragen beantwortet. Am Besten in einer Form, so dass er die Antwort in 2-3 Minuten verstehen kann.

Das kann ein Insider-Report sein, ein Ebook, eine Checkliste, oder ein Online-Video mit nützlichen Informationen für seine Probleme und Ziele.

Ein Finanzberater kann z.B sagen: "Gratis Insider-Report! Die 5 sichersten Aktienanlagen, mit denen Sie Ihr Vermögen sicher durch die Krise bringen!"

Eine Werbeagentur kann sagen: "Gratis-Ebook: 88 der besten Werbeideen für Handwerker!" usw...

Erinnern Sie sich: Nur wenn es Ihnen gelingt, die Kontaktdaten (Email-Adresse) Ihrer Besucher zu schnappen, können Sie ihm 7-9 Follow Up Kontakte zusenden und so eine Beziehung aufbauen aus Vertrauen und Respekt, die wichtigste Voraussetzung für Ihren Verkaufs-Erfolg!

Jeder erfolgreiche Webseiten-Betreiber hat heute eine Webseite, die nichts anderes tut, als Email-Adressen von Besuchern zu schnappen, die so genannte Landingpage.

Eine gute Landingpage besteht aus einem Optin-Geschenk, dass Ihr Besucher erhält, wenn er sich einträgt in Ihren Verteiler und einem Optin-Formular mit Feldern für seine Email-Adresse, Vor- und Nachnahmen, usw.

Je nachdem, wie viele sich pro hundert Besucher in Ihren Verteiler eintragen, spricht man von einer entsprechenden Optin-Quote. Sind es 5 von 100, hat Ihre Landingpage 5% Optin-Quote.

Je mehr sich eintragen, umso mehr Umsatz werden Sie anschließend machen.

Aber bitte nicht ein langweiliges Feld mit dem Text: "Bestellen Sie hier unseren Newsletter!". Das ist in der heutigen Zeit, wo täglich Tausende, ja Millionen neuer Webseiten auf den Markt streben, pure Verzweiflung.

Ihr Optin-Geschenk muss beim Besucher den Effekt auslösen: "Das muss sich haben!". Das kann manchmal eine einfache Webadresse, oder eine einfache Information sein. Was immer gut funktioniert, sind auch Checklisten, oder Know How, das Sie in einem kurzen Video transportieren.

Sie können auch eine einfache Frage stellen, um ihn zum Reagieren zu bringen:

"Wollen Sie wissen, wie Sie bis zu 48% Ihrer Steuer sofort vom Finanzamt zurückbekommen können?" Nach Eintrag seiner Email erhält er die Antwort. Jetzt hat er Sie kontaktiert und die Beziehung steht auf ganz anderen Füßen.

Ihre Umsetzung: Überlegen Sie 2-3 Strategien, wie Sie Ihre Besucher dazu bringen können, Sie zu kontaktieren!

Umsatz-Strategie #13

Starten Sie E-Mail-Marketing

Ein neuer Interessent braucht im Schnitt 7-9 Kontakte mit Ihnen, bevor er genug Vertrauen aufgebaut hat und kauft! Das geht meist nicht mit einem Besuch auf Ihrer Webseite. Darum

brauchen Sie ein Instrument und einen Prozess, mit dem Sie diese 7-9 Follow-Up Kontakte produzieren.

Im Internet liegt 80% - 90% Ihres Erfolges darin, Leads zu produzieren und zu aktivieren! Und Email-Marketing ist exakt das Instrument dafür.

Wenn sich jemand in Ihren Verteiler über Ihre Landingpage eingetragen hat, bedeutet das noch gar nichts!

Sie müssen ihn dazu bringen, sich bei Ihnen aktiv zu melden und zu signalisieren: "Das ist interessant, erzähl mir mehr!" Und genau das geht sehr einfach, mittels seriösen Email-Marketings.

Mein erstes Credo an meine Seminar-Teilnehmer lautet: "Hören Sie auf zu verkaufen!" … und fangen Sie an, Beziehungen aufzubauen auf der Basis von wertvollen Informationen, die Sie Ihrem Zielpublikum zukommen lassen.

Aber bitte nicht den Witz der Woche! Kaum jemand hat heute Zeit und Geld zu verschenken. Darum kommen Sie immer direkt zum Kern: Welches Ergebnis können Sie ihm helfen zu erreichen; - und sprechen Sie immer vom Helfen, nicht vom Verkaufen.

Niemand liebt es, etwas verkauft zu bekommen, aber jeder liebt es, einzukaufen. Darum helfen Sie Ihren Interessenten bei deren Einkauf mit werthaltigen Informationen und Sie sind Ihren Mitbewerbern einen Schritt voraus.

Mein Tipp: Geben Sie wertvolle Informationen für die Ziele Ihrer Kunden. Dadurch haben Sie viel mehr Aufmerksamkeit bei Ihren Email-Empfängern. Die Regel: pro vier Emails, ein Angebot.

Wenn Sie 10.000 Email-Adressen ehemaliger Kunden gesammelt haben und damit NICHTS machen, außer sie zu hüten, dann sitzen Sie auf einem Schatz, den Sie seit Monaten nicht heben!

Gelegenheit macht Diebe und Kontakte machen Umsatz!

Wenn Sie lernen wollen, effektiv per Email Beziehung auszubauen und zu verkaufen, dann gehen Sie auf ein einschlägiges Seminar, oder besorgen Sie sich sonst wie die notwendige Information.

Wir bieten ein Seminar auch als Video-Workshop an unter:

⇒ www.online-marketing-praxis.com/email-marketing-video/

Als Erstes benötigen Sie ein geeignetes Programm, mit dem Sie Ihre Emails versenden.

Empfehlungen sind z.B.:

⇒ flatratenewsletter.de

- ⇒ cleverreach.de
- ⇒ constantcontact.com
- ⇒ getresponse.com

Ihre Umsetzung: Überlegen Sie, wie Sie Email-Marketing in Ihren Marketing-Mix integrieren können und testen Sie die verschiedenen Email-Services wie die Genannten.

Eine Software zu kaufen, um Geld zu sparen, empfehle ich Ihnen nicht. Damit landen Sie sehr schnell in den Blacklisten als Spam-Versender, ohne das Sie es wissen und bekommen dann nur noch 40%, oder weniger Ihrer Emails überhaupt zum Empfänger und an den Spam-Filtern vorbei.

Arbeiten Sie mit den Profis, Ihre Erfolgszahlen werden es Ihnen danken.

Umsatz-Strategie #14

Bieten Sie eine beeindruckende Video-Demonstration Ihrer Kompetenz, oder von dem Nutzen Ihres Produktes!

Videos sind ein Publikumsmagnet und lassen Ihre Interessenten sehen und erleben wie es ist, das zu besitzen, was Sie verkaufen - und zwar ohne Risiko.

Das kennen wir alle von Wochenmärkten und aus der Fußgängerzone. Solche Videos können Sie genauso effektiv auf Ihren Webseiten einsetzen.

Der Hauptgrund, warum Menschen nicht kaufen, ist, dass Sie Ihnen nicht glauben. Darum ist es sinnvoll, wenn Sie die versprochenen Ergebnisse Ihres Angebotes einfach per Video präsentieren zum sofort anfassen und begreifen.

Schließlich kaufen Menschen niemals Ihr Produkt, sondern immer das Ergebnis, das sie sich davon versprechen! Also zeigen Sie, dass Tomaten-Pflanzen dreimal so groß werden mit Ihrem speziellen Wasser, oder das Rückenschmerzen mit Ihrer Energie-Massage, oder Ihrem Magnetband in 5 Minuten aufgelöst werden können, usw.

Außerdem können Ihre Webseiten-Besucher Sie in Ihrem Präsentations-Video live erleben und so eine viel persönlichere Beziehung zu Ihnen aufbauen. Das schafft Vertrauen und steigert die Abschlussquote.

Darum: zeigen Sie, wie man Ihr Produkt anwendet und damit Ergebnisse erzielt. Zeigen Sie sich in Ihrer typischen Berufskleidung und in persönlichen Szenen, z.B. hinter Ihrem

Schreibtisch, beim Aussteigen aus Ihrem Auto, beim Zusammenpacken nach einer Messe, usw.

Das gibt eine viel persönlichere Beziehung und schafft mehr Vertrauen.

Was genial ist, wenn Sie Vorträge halten, dass Sie einfach eine Kamera mitlaufen lassen. So haben Sie die besten Momente zur Verfügung und können ohne zusätzlichen Aufwand eine überzeugende Probe Ihrer Kompetenz ins Internet stellen

Tipp: Machen Sie Ihre Präsentationsvideos nicht länger als 2-3 Minuten. Danach wird es meist langweilig und in dieser Zeit können Sie die wichtigen Argumente leicht rüber bringen.

Ihre Umsetzung: Schauen Sie bei Youtube.de nach Videos zu Ihrer Branche und Ihren Produkten und sammeln Sie Ideen für Ihre eigenen Videos.

Umsatz-Strategie #15

Erstellen Sie ein professionelles Video in 10 Minuten

Mit <u>www.animoto.com</u> können Sie aus Bild- und/ oder Video-Material in 10 Minuten ein professionell wirkendes Video erstellen. Und das Beste: zu Nullkosten!

Probieren Sie es aus! Erstellen Sie sich Ihren kostenlosen animoto-Account (Zugang).

Der Prozess, ein Video zu erstellen, erfolgt in drei Schritten:

- 1. Bild- und ggf. Video-Material hochladen; Texte einbauen
- 2. Musik hochladen, oder auswählen
- 3. Video erstellen lassen

Das war's. Jetzt läuft die Video-Maschine von animoto an und produziert Ihr individuelles, einzigartiges Video. Jedes animoto Video ist anders. Gefällt Ihnen das Produkt nicht, klicken Sie auf remix und es wird eine neue Version erstellt.

Der Einbau in Ihre Webseite ist einen Kopierbefehl entfernt. Auch das Hochladen nach YouTube und Co ist einfach gestaltet.

Die Gratis-Version erlaubt Videos bis 30 Sekunden. Das reicht für die meisten Fälle völlig aus.

In der bezahlten Version ist das animoto Logo ausblendbar und Sie haben erweiterte Optionen, wie einen Link am Ende des Videos, den der Betrachter klicken kann, um auf Ihrer Angebotsseite zu landen.

Ihre Aufgabe: Holen Sie sich Ihren animoto Account unter www.animoto.com und bauen Sie Ihr erstes Video in 10 Minuten oder schneller.

Umsatz-Strategie #16

Starten Sie einen E-Mail-Newsletter

Das Wichtigste in den heutigen umkämpften und überfüllten Märkten ist es, regelmäßig Ihre Zielkunden an den Wert Ihres Angebotes zu erinnern. Das ist schon fast 80% des Erfolgs!

Einer der besten Wege dazu ist ein gut gemachter Newsletter.

Solch eine regelmäßige Information aus Ihrem Hause ist ein Trojanisches Pferd ins Unterbewusstsein Ihrer Zielkunden. Denn solch ein Newsletter ist eben keine Werbung, sondern - hoffentlich - wertvolle und für die Ziele und Interessen Ihrer Zielgruppe nützliche Information.

So haben Sie regelmäßig einen Grund, Ihre Zielgruppe zu kontaktieren, ohne aufdringlich zu wirken! Und Sie kommen als Experte rüber und nicht als Werber!

Zur richtigen Frequenz: die ist für jede Branche und jeden Empfänger unterschiedlich. Wenn Sie Zitate zur täglichen Motivation verschicken, ist der tägliche Zyklus schon vorbestimmt. Verschicken Sie Aktien-Tipps, können Sie ebenfalls täglich, oder sogar noch häufiger etwas von sich hören lassen.

Für viele Branchen ist wöchentlich, 14tägig, oder gar monatlich ok. Es geht dabei darum, positiv im Gedächtnis Ihrer Empfänger hängen zu bleiben. Also, schreiben Sie keine Diplomarbeit, sondern kurz und knackige Artikel mit sofort umsetzbarer Information.

Ein intelligent gemachter Newsletter, bzw. Informationsdienst wird Ihren Umsatz deutlich steigern. Doch es geht nicht um einen Alibi-Newsletter, wie der bekannte Steuerberater-Newsletter: bekommen wir alle, aber lesen tut ihn kaum einer. Oder die IHK-Zeitschrift.

Es geht um tatsächlich nützliche Informationen, die einfach für Ihre Empfänger zu konsumieren sind. Also keine Diplomarbeit mit komplizierten Informationen und noch komplizierteren Satzkonstruktionen! Geben Sie klare Informationen und Impulse mit einfacher Sprache und so aufbereitet, dass man ihn lesen will.

Tipp: sagen Sie, was der Leser machen muss, nicht wie. Das Wie, verkaufen Sie ihm danach. Die Form ist 50% Ihres Erfolges.

Warum ist ein Newsletter so effektiv, dabei neue Interessenten und Kunden zu produzieren? Ein Newsletter ist ein trojanisches Pferd und eine der wirkungsvollsten Möglichkeiten, regelmäßig Ihre Werbebotschaft, Ihre Positionierung, Ihr Versprechen, Ihren Wettbewerbsvorteil in das Unterbewusstsein Ihrer Zielgruppe zu transportieren und Ihren Expertenstatus zu etablieren.

So geben Sie einfach, jeweils in einem kurzen Artikel, Informationen, welche Ergebnisse jemand mit Ihren Produkten/ mit Ihrer Dienstleistung erzielt hat und am Ende einen Link auf Ihr Angebot. Ganz natürlich, kein Verkaufsdruck. Sagen Sie z.B.: "Übrigens, unsere neue Dienstleistung garantiert Ihnen x% mehr/ weniger!"

Ihre Aufgabe: Starten Sie einen Online-Newsletter!

Checken Sie mal <u>www.constant-contact.com</u>. Dies ist ein absolut phantastischer Service, um professionelle Newsletter einfach, schnell und effektiv online zu versenden.

Besser geht's kaum. Doch halten Sie sich kurz und interessant. Das ist ein fast kostenloser Weg, um regelmäßig mit Ihren Zielkunden und Interessenten zu kommunizieren und Angebote zu machen. Informieren Sie sich über die technologischen Möglichkeiten.

Es geht nicht um Quantität, es geht um die Qualität Ihrer Information.

Bildzeitungsstil, aber nicht -Niveau! Schnell und direkt auf den Punkt, kurz und prägnant. Geben Sie nützliche Informationen, Ressourcen, Tricks und Insider-Tipps aus Ihrem Branchen-Wissen.

Umsatz-Strategie #17

Bauen Sie Dringlichkeit in Ihre Angebote ein!

Niemand liebt es, sich sofort zu entscheiden, darum schulden Sie es Ihren Interessenten, ihnen bei der Kaufentscheidung zu helfen. Sonst denken viele: "Hmm, das ist durchaus interessant, ich schaue es mir später mal in Ruhe an!" Leider ist später = NIE!

Darum geben Sie Ihren Interessenten einen Grund, Sie JETZT zu kontaktieren, bzw. JETZT aktiv zu werden. Beispiele:

- "Nur heute: Gratis Ebook …!"
- "Nur für kurze Zeit: Gartis-Ebook …" (Als Optin auf Ihrer Homepage/ Landingpage)

- "Angebot der Woche/ des Monats…!" (Oder "Empfehlung")
- Sonder-Aktion, nur für unsere treuen Kunden: 30% Rabatt auf alle ... gültig nur bis zum 30. Juni 24:00 Uhr!"
- Nur für die ersten 10 Reagierer biete ich eine 30 Minuten Gesichtspflege gratis!"
- Messeangebot! 30% Rabatt auf Ihren Erstauftrag von min. €5.000,-!!

Wichtig! Achten Sie darauf, das Ganze seriös aufzubauen. Sonst verlieren Sie das Vertrauen und den Respekt Ihrer Kunden und Interessenten.

Die üblichen Wege Dringlichkeit aufzubauen sind:

- Limitieren Sie die Verfügbarkeit!
- Begrenzen Sie die Zeit für einen Sonderpreis!
- Begrenzen Sie Bonus-Angebote!

Ihre Umsetzung: Überlegen Sie einen Weg von Dringlichkeit für Ihre nächste Email/Aktion, der mit Ihrem Unternehmens-Auftritt harmoniert und seriös und authentisch rüber kommt.