

# Mehr Geld durch E-Mail-Marketing (Newsletter-Marketing)

Empfängerlisten schnell aufbauen  
und E-Mails automatisch versenden.



Reproduktionen, Übersetzungen, Weiterverarbeitung oder ähnliche Handlungen zu kommerziellen Zwecken sowie Weiterverkauf oder sonstige Veröffentlichungen sind ohne die schriftliche Zustimmung des Autors nicht gestattet.

Diese Publikation wurde nach bestem Wissen recherchiert und erstellt. Verlag und Autor können jedoch keinerlei Haftung für Ideen, Konzepte, Empfehlungen und Sachverhalte übernehmen.

Die publizierten Verdienstchancen sind Beispiele und als Denkanstöße zu verstehen, um jeweils zu eigenen Lösungen zu gelangen. Entwicklungen, Geschäftsmodelle im Internet unterliegen einem schnellen Wechsel der Gegebenheiten, Präferenzen der Anwender, den jeweils geltenden juristischen Voraussetzungen, Bedingungen und müssen deshalb regelmäßig an die aktuellen Konditionen angepasst werden.

Verlag und Autor fordern nicht dazu auf, sich ohne entsprechende Kenntnisse selbständig zu machen, im Online-Handel – oder überhaupt im Internet kommerziell tätig zu werden.

Informieren Sie sich über gesetzliche Vorschriften, technische- sowie kaufmännische Erfordernisse. Sorgen Sie stets für regelmäßige Datensicherungen und Abwehr von externen, virtuellen Angriffen, schädlichen Codes, Viren, Spyware, Spam, Trojaner.

Konsultieren Sie vor konkreten Vorhaben einen fachkundigen Berater Ihrer Wahl.

Kommerziell orientierte Webseiten sollten immer einer juristischen Prüfung unterzogen werden. Stellen Sie keine Seite ins Internet, deren Inhalt und Form nicht den gesetzlichen Bestimmungen entspricht.

Als Leserin und Leser dieses Media-eBooks möchten wir Sie ausdrücklich darauf hinweisen, dass keine Erfolgsgarantie oder Ähnliches gewährleistet werden kann.

Auch kann keinerlei Verantwortung für jegliche Art von Folgen, die Ihnen oder anderen Lesern im Zusammenhang mit dem Inhalt dieses Buches entstehen, übernommen werden. Der Leser ist für die aus diesem Buch resultierenden Ideen und Aktionen selbst verantwortlich.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung .....</b>	<b>4</b>
<b>Kapitel I:</b>	
<b>Erklärung des Grundprinzips.....</b>	<b>8</b>
<b>Kapitel II:</b>	
<b>Auf die richtige Technik kommt es an .....</b>	<b>20</b>
<b>Kapitel III:</b>	
<b>Schritt-für-Schritt-Anleitung.....</b>	<b>32</b>
<b>Kapitel IV:</b>	
<b>Starten Sie Ihre E-Mail-Marketing-Maschine.....</b>	<b>36</b>
<b>Wichtige Fachbegriffe .....</b>	<b>51</b>
<b>Checkliste:</b>	
<b>30 Praxis-Tipps für erfolgreiches E-Mail-Marketing ..</b>	<b>58</b>
<b>Schlusswort .....</b>	<b>63</b>

## Einleitung

Das Internet ist erwachsen geworden und der Verkauf von Produkten und Dienstleistungen im Internet hat sich bereits seit vielen Jahren als neuer Vertriebskanal fest etabliert. Es gibt kaum noch Unternehmen, die nicht durch Online-Marketing ihre Einnahmen erhöhen und Ihre Marktpräsenz stärken wollen. Von allen Online-Marketing-Maßnahmen nimmt eine Werbeform eine ganz besondere Rolle ein – das professionelle Versenden von E-Mail-Botschaften.

E-Mail-Marketing ist für jedes Unternehmen unabdingbar, das im Internet erfolgreich sein will. Es ist die effektivste Waffe zum Geld verdienen im Internet.

Doch warum ist E-Mail-Marketing (auch genannt: "Newsletter-Marketing") die beste und ertragreichste Werbe-Maßnahme im Internet-Business?

Nun, das liegt zum einen an der enormen Reichweite dieses Mediums. Es gibt heutzutage praktisch keinen Internetnutzer mehr, der nicht mindestens eine E-Mail-Adresse besitzt. Und über die Hälfte aller User rufen ihre E-Mails sogar täglich ab.

Natürlich werden E-Mails meist zur direkten Kommunikation im privaten und geschäftlichen Bereich genutzt. Dennoch hat nach einer Studie jeder deutsche Internetnutzer im Schnitt etwa 6,3 Newsletter abonniert. Ja, Sie lesen richtig! Jeder Web-User wartet auf mehrere bestellte E-Mail-Botschaften, um diese aktiv und aufmerksam zu lesen – freiwillig!

Interessant: Es wird knapp die Hälfte aller aktiv bestellten, kommerziellen Werbesendungen gelesen. Und bei eng umgrenzten

Spezialgebieten sind es sogar gute zwei Drittel aller E-Mails, die von den Abonnenten aufmerksam verfolgt werden.

Doch eigentlich verwundert das auch nicht, denn die Abonnenten wollen bequem und regelmäßig über ihre Lieblingsthemen informiert werden! Vielleicht haben Sie ja auch schon den einen oder anderen Newsletter abonniert!?

So angesagt, wie soziale Netzwerke (Facebook & Co.) auch sein mögen, in Sachen Erreichbarkeit lässt Newsletter-Marketing alle anderen Arten der Kundenwerbung weit hinter sich. Professionelles E-Mail-Marketing bringt sogar mehr als Top Platzierungen in den bekannten Suchmaschinen. Nicht wenigen Internet-Unternehmen ist es schon gelungen, sich von den Werbemonopolen Google & Co. unabhängig zu machen.

Neben der enormen Reichweite ist Newsletter-Marketing aber auch wegen der geringen Kosten extrem beliebt. Sie können an Ihre Interessenten praktisch umsonst so viele Angebote zusenden, wie Sie wollen. Das Marketing lässt sich zudem vollkommen automatisieren. Einmal richtig eingestellt läuft diese Werbemaßnahme vollautomatisch ab.

Und der wichtigste Grund: E-Mail-Marketing hat enorm hohe Erfolgsquoten. Denn Sie haben die Möglichkeit, Ihre Webseitenbesucher mehrfach auf Ihr Angebot aufmerksam zu machen. Das ist revolutionär, denn auf einer normalen Verkaufshomepage haben Sie nur ein einziges Mal die Chance, Ihren potentiellen Kunden von Ihrem Produkt zu überzeugen.

Mit dem mehrfachen Versand von Nachrichten an den Interessenten ist das grundlegend anders, denn Sie können ihn ja öfters von Ihrem

Angebot überzeugen und weitere Angebote unterbreiten. Damit erhöhen Sie Ihre Verkaufsquote, schaffen ein Vertrauensverhältnis zu Ihrem Empfänger und erhöhen Ihre Gewinne. Und wie gesagt, das alles automatisiert und zu äußerst günstigen Konditionen.

Mit diesem ausführlichen Profi-Leitfaden *"Mehr Geld durch E-Mail-Marketing (Newsletter-Marketing) – Empfängerlisten schnell aufbauen und E-Mails automatisch versenden"* erhalten Sie ausführliche Einblicke in die wesentlichen Bestandteile von professionellem E-Mail-Marketing. Sie erfahren, wie Sie die E-Mail-Adressen Ihrer Interessenten sammeln und Gewinn bringend nutzen können. Profitieren Sie von meinem Wissen, um den maximalen Erfolg bei minimalem Aufwand zu erreichen.

Im Kernbereich dieses Werks finden Sie eine einfache webbasierte Schritt-für-Schritt-Anleitung. Diese zeigt Ihnen "step by step", wie Sie kostenlos und schnell Ihre eigene E-Mail-Marketing-Geldmaschine starten können.

Sollten Sie bei der Lektüre dieses Media-eBooks Begriffe nicht verstehen, so bitte ich Sie, in das Kapitel IV unter "Fachbegriffe" zu schauen. Dort habe ich für Sie die wichtigsten fachchinesischen Ausdrücke erläutert.

Und noch eine Sache: Um Irritationen vorzubeugen möchte ich noch darauf hinweisen, dass in diesem Ratgeber sowie in der webbasierten Schritt-für-Schritt-Anleitung mal der Begriff "E-Mail-Marketing" und mal die Bezeichnung "Newsletter-Marketing" verwendet werden. Beide Wörter beschreiben das Gleiche: Und zwar das Online-Marketing mit dem Versand von elektronischen Botschaften!

Sind Sie bereit? Erhöhen Sie Ihre Kaufquote, senken Sie Ihre Marketingkosten und verdienen Sie mehr Geld – dieser Leitfaden zeigt Ihnen, wie das geht!

Auf geht's!

Ihr Sven Meissner

## **Kapitel I:**

### **Erklärung des Grundprinzips**

Immer wieder liest man, dass der langfristige Erfolg im Internet von einer großen und qualifizierten "Liste" abhängt. Legendär ist auch der Satz: *"In der Liste liegt das Geld"*. Und ich kann Ihnen nun aus meiner langjährigen Erfahrung sagen – es stimmt!

Damit Sie langfristig und krisensicher Geld im Internet verdienen können, sollten Sie sich so schnell als möglich eine große Liste mit zahlreichen Abonnenten bzw. potentiellen Kunden aufbauen. Das heißt, Sie sammeln die E-Mail-Adressen möglichst vieler Menschen, die ein grundlegendes Interesse an Ihrem Themenfeld haben. Mit ihnen verfügen Sie gleichzeitig über viele potenzielle Käufer Ihrer Produkte.

Je umfangreicher Ihre Abonnenten-Liste ist, umso größer ist der mögliche Hebeleffekt, mit dem Sie die Umsatz-Lawine losstreten können. Denn ob Sie nun 100, 1.000 oder 10.000 E-Mail-Adressen mit ihrem Verteiler erreichen, macht sich sehr deutlich bei Ihren Einnahmen bemerkbar.

Und je früher Sie mit dem Sammeln der Mail-Adressen Ihrer potentiellen Kunden beginnen, desto eher können Sie in den Genuss der gewaltigen Möglichkeiten des Newsletter-Marketings kommen.

Lernen Sie aus meinen Anfänger-Fehlern vor mehr als acht Jahren, als ich selbst noch kein professionelles E-Mail-Marketing betrieben hatte. Damals gab ich für meine Kundenwerbung viel Geld für Homepage-Anzeigenwerbung aus. Das funktionierte auch so halbwegs. Ich hatte sehr viele Webseitenbesucher. Man spricht hier übrigens auch von "gutem Traffic". Nur ist es normal, dass die meisten



Webseitenbesucher beim ersten Besuch einer Website nicht gleich zuschlagen und Produkte kaufen. Bei mir sah es nicht anders aus. Ein Großteil der Besucher verschwand ruck zuck wieder von meiner Verkaufs-Website. Und zwar auf Nimmerwiedersehen...

Und genau daran musste ich etwas ändern. Ich musste dafür sorgen, meine durch Werbung teuer rekrutierten Webseitenbesucher irgendwie "dingfest" zu machen, so dass ich sie öfter mit meinen Angeboten konfrontieren kann. Vielleicht auch mit anderen Angeboten (z.B. preiswerteren). Denn grundsätzlich interessierten sich diese Leute ja für mein Angebot. Sonst wären sie nicht auf meine Webseite gekommen.

Mein Fehler bestand darin, dass ich die Interessenten, ohne die Abgabe ihrer E-Mail-Adresse, einfach wieder von meiner Verkaufshomepage gehen ließ.

Und auch Kunden, die bereits bei mir gekauft hatten, wurden nicht in meine Versand-Liste aufgenommen. Das waren alles krasse Unzulänglichkeiten, die ich dann zum Glück schnell erkannt und korrigiert habe.

Im Nachhinein kann ich da nur die Hände über den Kopf zusammenschlagen, wenn ich nur daran denke. Was für ein großer Marketing-Fehler! Sie haben es da heute leichter als ich damals, da Sie aus meinen Fehlern lernen können. Sie müssen nicht erst Ihr Geld verbrennen, um erfolgreiches Online-Marketing zu betreiben. Sie profitieren mit diesem Ratgeber unmittelbar von meinen Erfahrungen!

Jedenfalls sind mir später durch das E-Mail-Marketing deutlich weniger Interessenten durch die Lappen gegangen. Und auch Einmal-Kunden konnte ich so zu Wiederholungskäufern und Stammkunden machen.

Und was ich kann, das können auch Sie! Fangen Sie also so früh als möglich damit an, sich einen E-Mail-Abonnenten-Stamm von möglichen Käufern professionell aufzubauen.

Jedoch vorab ein wichtiger Hinweis: E-Mail-Adressen alleine bringen Ihnen noch gar nichts. Erst mit der Erlaubnis des Interessenten, dass Sie ihm auch tatsächlich Nachrichten senden dürfen, gewinnt Ihre Liste an Wert.

Schauen wir uns nun dieses einzigartige Marketinginstrument einmal genauer an.

## **Die Vorteile für Sie und Ihre Interessenten**

Auch wenn ich mich wiederhole: Ich rate Ihnen, so schnell als möglich mit dem professionellen E-Mail-Marketing zu beginnen.

Anstatt eine einfache Verkaufswebseite zu schalten, die nur geringe Kaufraten erreicht, gehen Sie lieber den indirekten Weg. Sichern Sie zunächst die Kontaktdaten Ihrer Webseitenbesucher. Und danach machen Sie Ihre Interessenten neugierig und bieten ihnen regelmäßige, kostenlose und relevante Informationen an – per E-Mail natürlich! Durch diesen geringen Mehraufwand können Sie eine enorm hohe Wirkung erzielen und Ihren Umsatz gewaltig steigern!

Lassen Sie mich Ihnen die vielfältigen Vorteile des E-Mail-Marketings aufzeigen und Ihnen die Gründe nennen, weswegen sie damit Ihren Verkaufs-Erfolg langfristig ankurbeln und Ihre Gewinne stark steigern können.

- **Hohe Kaufquoten**

Interessenten sind selten bereit, bereits beim ersten Besuch einer Webpräsenz zu kaufen. Sie wollen sich erst umschaun und vergleichen. Beim E-Mail-Marketing machen Sie sich diesen "Umstand" zu nutze. Der Interessent kann unverbindlich seine E-Mail-Adresse abgeben und erhält dadurch dann das, was er eigentlich möchte: Kostenlose und relevante Informationen. Und natürlich Angebote zu Ihren Produkten. So steigt mit Ihrem Newsletter-Marketing die Kaufquote gegenüber einer simplen Verkaufshomepage drastisch.

- **Geringe Kosten**

Newsletter-Marketing ist günstig. Viel günstiger als alle anderen in Frage kommenden alternativen Werbeformen. Sie müssen keine preisintensive Werbeagentur beauftragen, denn Sie schreiben und versenden Ihre Nachrichten ganz einfach selbst. Auch haben Sie keine Druckkosten. Und der E-Mail-Versand an Ihre Empfänger ist total gratis.

- **Sofort einsetzbar**

Beim Versand von Marketing-E-Mails haben Sie keinerlei Wartezeiten. Sie müssen nicht auf Grafiker, Druckerei, Versand und andere Dinge warten. Setzen Sie Ihre Marketing-Maßnahmen sofort und unmittelbar um.

- **Echte Interessenten**

Die Empfänger Ihres Newsletters erhalten Ihre Nachrichten, weil diese Ihre E-Mails ausdrücklich bestellt haben. Damit signalisieren die Empfänger das Interesse an Ihrem Themenfeld und Ihren Produkten. Ihre Angebote erhalten hierdurch eine höhere Relevanz, und Streuverluste sind sehr gering.

- **Hohe Response**

Ihre Angebote sind für Ihre Newsletter-Abonnenten interessant und zudem lediglich einen Mausklick entfernt. Entsprechend hoch ist i.d.R. die Öffnungs- und Klickrate. Mit anderen Werbeformen erreicht man diese Aufmerksamkeit und Aktivität bei Interessenten nur sehr selten.

- **Automatisiertes Marketing**

Einmal eingerichtet läuft Ihr Newsletter-Marketing vollautomatisch. Angebote werden zeitgesteuert an Ihre Empfänger versendet, und Ihre Interessenten können sich selbst in Ihre Liste ein- und austragen.

- **Erfolgskontrolle**

Beim E-Mail-Marketing können Sie fast zu 100% den Erfolg Ihrer Werbemaßnahmen nachvollziehen. Mit den verschiedenen Kennzahlen, wie Öffnungs-, Klick- und Kaufquote, können Sie Ihr Marketing perfekt auf Ihre Zielgruppe abstimmen bzw. optimieren und Ihre Umsätze erhöhen.

- **Reputation**

Durch relevante und gute Informationen, die Sie regelmäßig an Ihre Zielgruppe versenden, verstärken Sie innerhalb Ihres Themengebiete Ihr positives Image. Ihr Ansehen steigt, und Sie stärken Ihre Marktposition.

- **Krisensicher**

Durch das E-Mail-Marketing schaffen Sie sich eine solide Grundlage für Ihr Einkommen. Denn selbst bei einem Ausfall Ihrer Werbemaßnahmen oder Webpräsenz können Sie Ihre potentiellen Kunden erreichen und Ihre Produkte vermarkten. Sie können also selbst dann mit Ihrer Liste noch Geld verdienen, obwohl sie

aktuell keine Werbung schalten. Damit bedeutet E-Mail-Marketing Sicherheit auch in Krisenzeiten. Viele Internet-Marketer überstehen auf diese Weise auch ganz locker die heißen Sommer- und Ferienmonate, obwohl kaum Menschen online sind. Bei anderen Marketern hingegen reißen diese saisonbedingten mageren Zeiten riesige Löcher in die Geldbeutel.

- **Kunden kaufen mehr**

Mit Newsletter-Marketing können Sie den Gewinn pro Kunde deutlich steigern. Bieten Sie Ihren Kunden ergänzende Produkte zu bereits getätigten Käufen an oder versuchen Sie Ihre Produkte doch mal mit einem anderen Preis anzubieten. Sie haben die Möglichkeit und die Freiheit, Ihren Abonnenten, so oft Sie wollen, diverse Angebotsvarianten unter die Nase zu halten – so lange, bis diese kaufen!

- **Kundenbindung durch Wiederholungs-Effekt**

Aufgrund der häufigen Erinnerung, die Sie in Form von Nachrichten versenden, bleiben Sie bei Ihren Interessenten stets präsent. Sie erhöhen das Vertrauen zu Ihren Kunden und steigern damit die Kaufbereitschaft. E-Mail-Marketing ist somit auch gleichzeitig die idealste Form der Kundenbindung.

Sie müssen mir zustimmen, die Vorteile sind einfach atemberaubend. Mit diesem Marketinginstrument vereinen sich alle positiven Eigenschaften modernen Direktmarketings. Und das Beste daran ist, dass Sie dieses Instrument sehr einfach, ja und sogar extrem kostengünstig, in Ihr bestehendes Internet-Business einbinden können. Dafür sind auch nur wenige grundlegende Schritte nötig, die ich Ihnen nun aufzeigen möchte.

## **Ihre E-Mail-Marketing-Geldmaschine - der Erfolgsgarant für Ihren E-Mail-Marketing-Erfolg**

Begehen Sie den größten Marketer-Irrtum bitte nicht! Hören Sie lieber auf mich. Werfen Sie Ihr Werbegeld NICHT zum Fenster raus, um krampfhaft möglichst viele Menschen EINMALIG auf ihr Web-Angebot zu lenken. Präsentieren Sie Ihren Webbesuchern NICHT gleich Ihre zahlreichen Produkt-Angebote auf einen Schlag. Damit überfordern Sie ihn nur.

Sorgen Sie stattdessen zunächst dafür, dass Sie diese erstmaligen Web-Besucher in dauerhafte Abonnenten verwandeln. Und anschließend lassen Sie Ihre Webseitenbesucher und potentiellen Kunden (natürlich ohne getätigten Kauf) einfach erst einmal wieder gehen.

Wenn Sie sich an diese Vorgehensweise halten, dann haben Sie gegenüber Ihren Wettbewerbern einen glasklaren Wettbewerbsvorsprung! Denn die sind marketingmäßig noch immer damit beschäftigt, mit altmodischer Webseitenwerbung potenzielle Kunden einmalig auf ihre Webseite zu locken (in der Hoffnung, dass davon viele kaufen). Im Gegensatz zu Ihnen begehen Ihre Konkurrenten damit grundlegende Marketing-Fehler, die heftige Konsequenzen nach sich ziehen können.

Da wird nicht nachgefasst, um den Interessenten beispielsweise das eigene Produkt mit Argumenten und Sonderangeboten nach und nach in kleinen Dosierungen schmackhaft zu machen. Fatalerweise denken die Meisten noch immer: "Ein Kunde kauft, oder er kauft nicht". Falsch gedacht!

Viele von diesen Webseiten-Betreibern, die auf E-Mail-Marketing verzichten, sammeln nicht nur keine E-Mail-Adressen. Viel schlimmer noch: Sie ignorieren mit diesem Verzicht eine ganze Reihe grundlegender und bewährter Internet-Verkaufsstrategien.

Sie können dem Kunden auf Ihrer Website weder alle Vorteile der eigenen Produkte aufzeigen, noch ist es möglich den Kundennutzen in ausreichender Form zu kommunizieren.

Das alles ist jedoch grundlegend falsch und eben viel zu KURZ gedacht. Es gibt eine Vielzahl von Gründen, warum ein potentieller Kunde vielleicht gerade heute nichts auf einer Webseite kauft. Vielleicht will er nochmal darüber nachdenken, vergleichen, oder es fehlt ihm in dem Moment des Webseitenbesuchs einfach das nötige Kleingeld. Aber das macht ihn doch nicht weniger interessiert. Er ist doch trotzdem ein potenzieller Kunde!

Nächste Woche erhält er vielleicht eine dicke Geldzulage von seinem Chef. Oder aber der Druck, sein Problem zu lösen, steigt so stark an, dass es für ihn gar keine andere Möglichkeit gibt als zuzuschlagen. Tja, und genau zu diesem Zeitpunkt ist es wichtig, dass er sich an Sie und Ihr Produkt erinnert. Idealerweise erhält er am selben Tag einen Newsletter mit einem tollen Angebot von Ihnen.

Wenn Sie bei Ihren Kunden nicht nachfassen, dann stehen die Chancen allerdings eher schlecht, dass diese zufällig wieder auf Ihre Webseite stoßen.

Deswegen empfehle ich Ihnen nochmal nachdrücklich, bauen Sie sich ein professionelles E-Mail-Marketing auf und sichern Sie sich diese enormen Wettbewerbsvorteile. Die Investition ist verschwindend gering und das Einrichten der Technik dank meiner Schritt-für-Schritt-

Anleitung wirklich einfach. Selbst die Inhalte für Ihren Newsletter (E-Mail-Nachrichten) sind für Sie gar kein Problem, denn Sie kennen sich ja in Ihrem Themengebiet bestens aus.

E-Mail-Marketing ist im Internet-Business wirklich so etwas wie der Stein der Weisen. Wenn Sie dieses Werbe-Werkzeug richtig beherrschen, dann bin ich fest davon überzeugt, dass Sie Ihre Umsätze spielend vervielfachen können.

Nachdem ich Sie von den vielen Vorteilen des Newsletter-Marketings überzeugen konnte, gebe ich Ihnen jetzt einen Leitfaden an die Hand, damit Sie Ihr Business zügig mit der Geldmaschine E-Mail-Marketing optimieren können.

## **Auch Sie können eine E-Mail-Geldmaschine bauen**

Wenn das Geld "in der Liste" liegt, dann sollten Sie alles daran setzen, sich eine Liste aufzubauen. Die erste Voraussetzung sollte dabei sein, dass die Interessenten Ihrer Liste natürlich an Ihrem Themen-Gebiet wirkliches Interesse zeigen müssen. Ihre E-Mail-Abonnenten sollten für Ihre Angebote qualifiziert sein!

Damit Sie möglichst viele qualifizierte Abonnenten sammeln können, benötigen Sie zunächst die technische Grundlage für das Einsammeln von E-Mail-Adressen. Sie sammeln die Adressen ja nicht einzeln per Zettel und Stift. Vielmehr erfolgt das Sammeln der Adressen vollkommen automatisiert über Ihre Homepage.

Damit die automatische Adressen-Gewinnung einwandfrei funktioniert, benötigen Sie ein Programm, also ein Werkzeug, das Ihnen diese Arbeit abnimmt. Ein solches Werkzeug nennt sich "Autoresponder". Ein



guter Newsletter-Autoresponder nimmt Ihnen die meiste Arbeit ab und funktioniert automatisch und unauffällig im Hintergrund.

Wenn Sie also möglichst schnell mit Ihrem E-Mail-Marketing starten wollen, dann ist der erste notwendige Handgriff das Installieren der entsprechenden Technik. Denn ohne Eintragsformular (so genanntes "Opt-in-Feld") und "Liste" (Datenbank, in der die E-Mail-Adressen gespeichert werden) können Sie weder Adressen sammeln noch verwalten. Beides ist aber Voraussetzung, um die Geldmaschine "E-Mail-Marketing" einzusetzen. Worauf Sie bei der Auswahl des richtigen Autoresponder-Wergzeugs achten müssen und wie das Einrichten im Detail funktioniert, beschreibe ich in den Kapiteln II und III.

## **Füttern Sie Ihre Newsletter-Geldmaschine mit E-Mail-Adressen**

Wenn Sie die Technik nach meiner Anleitung installiert haben (was auch Sie mit meiner Beschreibung im Handumdrehen bewerkstelligen können – übrigens auch als "Technik-Laie"), dann geht es darum, Ihre E-Mail-Abonnenten-Liste zu füllen. Bringen Sie möglichst viel und qualifizierten Traffic auf Ihre Landing-Page mit der E-Mail-Adressen-Einsammelfunktion. Nutzen Sie dazu die vielfältigen Möglichkeiten der Online-Werbung. Ob Sie dazu kostenloses Nischenmarketing oder bezahlte Werbebanner schalten – wichtig ist, dass Sie für Ihre Liste in erster Linie qualifizierten Traffic gewinnen. Also Besucher, die ein tatsächliches Interesse an Ihrem Themenfeld und Ihren Produkten haben. Nur mit solchen Besuchern bzw. Abonnenten können Sie eine hochwertige Liste aufbauen und Ihre Umsätze vervielfachen. Je qualifizierter die Abonnenten, desto höher die Kaufquote.

Überzeugen Sie Ihre Webseitenbesucher durch gute Argumente davon, sich in Ihren E-Mail-Verteiler einzutragen. Legen Sie dabei alle Vorteile auf den Tisch und nutzen Sie werbepsychologische Mittel, um Ihre Besucher zu Newsletter-Empfängern zu machen.

Vergessen Sie dabei nicht: Durch den Eintrag in Ihre Liste gibt Ihnen Ihr Neu-Abonnent nicht nur seine E-Mail-Adresse. Er schenkt Ihnen auch sein Vertrauen. Und deshalb erteilt er Ihnen die Erlaubnis, regelmäßig E-Mails mit Informationen und Angeboten zu senden. Damit haben Sie schon den ersten Fuß in der Tür.

## **Bestücken Sie Ihre E-Mail-Geldmaschine mit wertvollen Infos und Angeboten**

Nachdem Sie die E-Mail-Adresse in Ihrem Verteiler haben, geht es dann im letzten Abschnitt darum, regelmäßig E-Mails mit relevanten Inhalten und Angeboten an Ihre Abonnenten zu versenden.

Das Wort "relevant" ist dabei besonders wichtig, denn nur mit wertvollen Informationen, mit denen Ihr Abonnent auch wirklich etwas anfangen kann, wird dieser Ihre Newsletter auch regelmäßig und intensiv lesen. Das gleiche gilt auch für Ihre Produkt-Angebote. Diese sollten für Ihren Abonnenten auch einen wirklichen Mehrwert liefern, damit er danach zum Stammkunden wird. Durch den regelmäßigen E-Mail-Versand bauen Sie ein Vertrauensverhältnis zu Ihren Empfängern auf und stärken so außerdem Ihre Reputation.

## **Wartung und Optimierung Ihrer Geldmaschine**

Wenn Sie Ihr E-Mail-Marketing nach meiner Beschreibung aufbauen, dann können Sie damit Ihre eigene Geldmaschine schaffen, von der Sie jederzeit und vor allem langfristig profitieren können.

Beachten Sie aber auch, dass Maschinen immer auch gewartet und weiterentwickelt werden sollten. Dazu gehört es auch, den Erfolg zu beobachten und auszuwerten. Diese Auswertung ermöglicht Ihnen, Ihre E-Mail-Geldmaschine nach und nach so zu optimieren, dass diese für Sie noch lukrativer werden kann. Prüfen Sie deshalb unbedingt die vorhandenen Statistiken, stärken Sie Ihre Verkaufstexte, arbeiten Sie an der Erhöhung Ihrer Eintragsquote (Opt-In-Rate) und versuchen Sie Ihren E-Mail-Service möglichst auch nach den Vorlieben Ihrer Abonnenten auszurichten. Denn: Glückliche und zufriedene Abonnenten besitzen die besten Voraussetzungen, zahlende Kunden zu werden.

Es gibt beim E-Mail-Marketing zum Glück eine Vielzahl von Stellschrauben, mit denen Sie Ihr E-Mail-Marketing weiter verbessern und einträglicher gestalten können. Nutzen Sie alle diese Möglichkeiten, die Ihnen bei anderen Marketing-Instrumenten so einfach und direkt nirgends zur Verfügung stehen.

## **Kapitel II:**

### **Auf die richtige Technik kommt es an**

Ich habe Ihnen bisher die zahlreichen Vorteile des Newsletter-Marketings aufgezeigt, und ich habe für Sie die wichtigsten Abschnitte des E-Mail-Marketings skizziert. Beim erfolgreichen E-Mail-Marketing kommt es jedoch nicht nur auf die richtige Zielgruppe und verkaufende Werbe-Texte an – vor allem die Technik ist es, die beim E-Mail-Marketing eine große Rolle spielt.

In den vergangenen Jahren gab es einen regelrechten Boom an Möglichkeiten, um E-Mails auch in großer Stückzahl sicher und effektiv zu versenden. Für uns Internet-Verkäufer, die E-Mail-Marketing betreiben, ist das natürlich eine komfortable Situation, da dadurch E-Mail-Marketing immer preiswerter und vor allem einfacher wird. Andererseits haben wir mit der großen Auswahl an Programm-Möglichkeiten auch die Qual der Wahl.

Welches E-Mail-Marketing-Programm ist wirklich gut für die eigenen Anforderungen geeignet? Es gibt hier eine ganze Latte an Kriterien, auf die man achten sollte. Und welcher Anbieter ist überhaupt seriös? Denn auch in diesem Bereich gibt es mittlerweile eine Schar von Abzockern, die versuchen, Neueinsteigern ein Abo aufs Auge zu drücken, für das dann monatlich Betrag X für die Nutzung der Newsletter-Software bezahlt werden muss.

In diesem Kapitel werde ich Ihnen einen Überblick über die verschiedenen technischen Möglichkeiten und Anbieter geben und Ihnen zeigen, wie Sie sich vor unseriösen Anbietern schützen können.

Zudem berate ich Sie dabei, welches Werkzeug für Sie am besten geeignet ist. Denn nicht jedes Werkzeug ist auch für jedes Unternehmen geeignet.

Sie wollen eine Geldmaschine schaffen und Ihr Internet-Business mit der Wunderwaffe E-Mail-Marketing optimieren, um damit Ihre Umsätze zu steigern? Prima, los geht's. Ich zeige Ihnen jetzt den kürzesten Weg zu diesem Ziel.

## **Warum nicht einfach den normalen E-Mail-Account nutzen?**

Häufig werde ich gefragt, wieso man denn nicht einfach die private oder geschäftliche E-Mail-Adresse zum Versenden von Werbe-E-Mails nutzen kann. Das wäre ja die einfachste Art, E-Mail-Marketing zu betreiben. Man schreibt einfach eine E-Mail und versendet diese zum Beispiel mit einem Klick an 50-100 Empfänger direkt aus dem E-Mail-Account.

Tja, und das funktioniert sogar tatsächlich. Allerdings stoßen Sie mit dieser "Hausfrauen-Methode" schnell an die technischen und rechtlichen Grenzen.

Die wenigsten E-Mail-Anbieter (z.B. Gmx, Yahoo oder Googlemail) oder Webseiten-Hoster erlauben den massenhaften Versand von E-Mails aus dem Account heraus. Sie laufen damit also Gefahr, dass man Ihren E-Mail-Zugang relativ schnell sperren wird.

Und auch wenn Sie nur an sehr wenige Empfänger E-Mails versenden, droht der Anbieter mit der Sperrung Ihres Accounts, und zwar spätestens dann, wenn Sie viele unzustellbare Nachrichten zurückbekommen. Und das kann schneller passieren als Sie denken,

da Sie ja beispielsweise keinen Einfluss darauf haben, ob Ihre Empfänger ihre E-Mail-Adressen ändern.

Der wichtigste Grund, dass diese einfache Art von E-Mail-Marketing-Kampagne scheitert, liegt allerdings bei der fehlenden Genehmigung. Sie benötigen die Erlaubnis, von jedem einzelnen Empfänger, dass Sie ihm auch E-Mails senden dürfen.

Das ist wichtig, denn Sie versenden Spam-E-Mails, wenn Sie ohne ausdrückliche Erlaubnis, E-Mails an Empfänger versenden. Und mit dem Versand von Spam, also unerwünschter Werbung, setzen Sie sich dem Risiko von hohen Strafgeldern aus.

Außerdem spricht gegen die Nutzung eines normalen E-Mail-Kontos, dass neue Empfänger nur manuell von Ihnen hinzugefügt werden können. Auch ist damit ein automatischer Versand Ihrer Werbung gar nicht möglich. All das ist richtig zeitaufwendig, kompliziert und schadet Ihrem Geschäft.

Glauben Sie mir, professionelles E-Mail-Marketing zum Geld verdienen sieht völlig anders aus.

Gehen Sie diesen ganzen Hindernissen einfach aus dem Weg und fangen Sie gleich richtig professionell an, Geld im Internet zu verdienen. Sammeln und versenden Sie legal und vollkommen automatisch Werbung per E-Mail. So sparen Sie jede Menge Zeit und Nerven. Und das Wichtigste: Sie können sich auf Ihr eigentliches Kerngeschäft konzentrieren!

## Professionelle Lösungen für Ihr E-Mail-Marketing

All die angesprochenen Probleme sind schon lange bekannt. Und so haben sich viele Anbieter gefunden, die professionelle Lösungen für das E-Mail-Marketing anbieten.

Diese Anbieter haben Autoresponder-Programme (spezielle Software) entwickelt, mit denen Sie Ihr E-Mail-Marketing auf hohem technischem Niveau ausüben können. Bitte verwechseln Sie diesen professionellen "Newsletter-Autoresponder" (auch "E-Mail-Autoresponder") nicht mit der simplen Urlaub-Abwesenheits-Funktion in Ihrem E-Mail-Postfach (*"Ich bin bis Ende Mai im Urlaub und melde mich nach meiner Rückkehr umgehend"* o.ä.). Diese Funktion wird auch häufig als "E-Mail-Autoresponder" bezeichnet.

Der Autoresponder, den ich jedoch meine, der ist etwas völlig anderes. Er ist einzig und alleine für den Zweck konzipiert, professionelles E-Mail-Marketing zu praktizieren. Er ist die Geheim-Waffe aller Online-Marketer, weil er so unglaublich mächtig ist.

E-Mail-Empfänger, die E-Mails/Newsletter aus so einem Autoresponder-System erhalten, können sich selbständig in Ihre Versende-Liste ein- und auf Wunsch auch wieder austragen. Der Versand von E-Mails an 500, 2.000 oder 10.000 Empfänger und mehr ist mit einem professionellen Autoresponder ein Kinderspiel.

Und eine besondere Form des Autoresponders, der "Follow-Up-Autoresponder", verschickt Ihre Werbung sogar vollautomatisch. Damit können Sie zum Beispiel festlegen, dass neu registrierte Empfänger sofort nach ihrer Eintragung eine E-Mail bekommen. Oder Sie legen fest, dass jeder Abonnent an Tag 2, Tag 4 und dann wieder nach 7 Tagen eine automatisch vorgefertigte E-Mail von Ihnen bekommt –

ohne, dass Sie auch nur einen einzigen Knopf drücken müssen. Ihre E-Mail-Geldmaschine läuft mit so einem "Follow-Up-Autoresponder" wie von Geisterhand!

Sie brauchen sich also nicht um das manuelle Einsammeln von Adressen oder auf den Versand Ihrer Werbung konzentrieren – das macht diese Maschine ganz alleine für Sie. Die gewonnene Zeit können Sie hingegen ganz für Ihr eigentliches Business investieren.

Und das Beste daran: Sie können an (fast) unbegrenzt viele Menschen E-Mail-Werbung verschicken. Und das auch noch so oft sie wollen!

Ach ja, und diese Lösungen funktionieren vollkommen unabhängig von Ihrem privaten E-Mail-Programm oder Ihrem PC. Selbst wenn Sie im Flugzeug sitzen, einen Kundentermin wahrnehmen oder Urlaub machen – Ihre E-Mail-Marketing-Geldmaschine läuft von alleine und arbeitet für Sie!

## **Die verschiedenen Arten von Autoresponder-Systemen**

Es gibt zwei verschiedene Möglichkeiten, Autoresponder-Systeme zu nutzen. Zum einen können Sie eine Komplett-Lösung mieten. Oder Sie kaufen eine Software, die Sie auf Ihrem eigenen Server installieren (so genannte "Inhouse-Lösung"). Beides hat seine Vor- und Nachteile, auf die ich gleich noch eingehen werde.

Zunächst möchten ich Ihnen aber die konkreten Unterschiede zwischen einem gewöhnlichem E-Mail-Autoresponder und einem Follow-Up-Autoresponder erklären:



## **Normaler Autoresponder**

Mit einem gewöhnlichen Autoresponder können Sie automatisch Daten, wie z.B. E-Mail-Adressen sammeln und danach E-Mails manuell oder halbautomatisch an Ihre Empfängerliste versenden. Wenn jemand gerade erst mit E-Mail-Marketing beginnt, hat dieser manuelle Nachrichten-Versand viele Vorteile.

Gerade zu Beginn ist es sicherer, jede Nachricht noch einmal vor dem Versand genau zu überprüfen. Zudem können Sie, durch diesen händischen Versand, auch problemlos auf aktuelle Ereignisse Bezug nehmen und anschließend auf das Feedback Ihrer Empfänger reagieren.

Allerdings stoßen Sie mit dem halbautomatischen Versand Ihrer Newsletter auch schnell an Ihre Grenzen. Zum Beispiel erhalten alle Empfänger immer gleichzeitig den gleichen Newsletter - ganz egal, wie lange der einzelne Abonnent bereits in Ihrem E-Mail-Autoresponder eingetragen ist und Ihre Nachrichten erhält. Wenn Sie also Ihre Interessenten mehrmals auf ein Angebot aufmerksam machen wollen, dann werden Neueinsteiger mit einigen E-Mails vielleicht nicht so viel anfangen können. Und auf der anderen Seite könnten Stammleser vielleicht von der 10. Wiederholung genervt Ihren Newsletter abbestellen.

Und das gilt nicht nur für Ihre Produkt-Angebote, auch Ihre kostenlosen Tipps, die Sie zum Beispiel im letzten halben Jahr an Ihre Abonnenten verschickt haben, werden die Neueinsteiger nicht zu sehen bekommen. Oder aber, Sie verschicken die Tipps nochmal, womit Ihre Nachrichten für Stammleser an Wert verlieren. Ein ganz schönes Dilemma, nicht wahr? Die gute Nachricht: Für dieses Problem gibt es eine sehr clevere Lösung -

den Follow-Up-Autoresponder!

### **Follow-Up-Autoresponder**

Mit einem Follow-Up-Autoresponder haben Sie die Möglichkeit, jedem Empfänger individuell eine zuvor festgelegte inhaltliche Abfolge von E-Mails zuzusenden.

So ein Follow-Up-Autoresponder ist deshalb sehr sinnvoll und profitabel, wenn Sie die automatischen Nachrichten in eine gut durchdachte, verkaufsfördernde Reihenfolge bringen, die sich am Eintragungsdatum des Empfängers orientiert.

#### Beispiele:

So erhält z.B. jeder Empfänger am 3. Tag nach seinem Eintrag "Angebot 1" und am 5. Tag den "Gratis-Tipp 2". Wenn sich Peter vor drei Tagen in Ihren Newsletter eingetragen hat, so erhält er heute automatisch die Newsletter-Ausgabe Nr. 3, den Sie für den 3. Tag nach der E-Mail-Registrierung festgelegt haben.

Anders bei Claudia, die sich erst gestern eingetragen hat - Sie erhält heute erst den zweiten Newsletter, den Sie für den ersten Tag nach der Eintragung im Autoresponder-System fixiert hatten.

Sie sehen, auf diese Weise müssen Sie Ihre Tipps und Angebote nur einmal verfassen und auch nur einmal in einer bestimmten Reihenfolge festlegen. Jeder Abonnent erhält dann diese Newsletter-Abfolge individuell und inhaltlich sinnvoll aufeinander abgestimmt zugesandt.

Aus diesem Grund, empfehle ich Ihnen dringend, bei der Auswahl Ihres Autoresponder-Systems oder -Anbieters auf dieses Detail zu

achten. Es sollten idealerweise entweder sofort oder später erweiterbar die Funktionen und Möglichkeiten des Follow-Up-Autoresponders gegeben sein. Denn wenn diese Option nicht gegeben ist, dann werden Sie früher oder später diese praktische Möglichkeit des automatischen Marketings schmerzlich vermissen.

Eine aktuelle Übersicht von Anbietern, die gute Follow-Up-Autoresponder mit den genannten wichtigen Funktionen zur Verfügung stellen, finden Sie im [Online-Portal dieses Ratgebers](#).

Nun aber, wie bereits angekündigt, zu den Vor- und Nachteilen der Miet- und Kauflösung.

## **Mieten Sie Ihren Autoresponder**

Viele Anbieter stellen Ihnen komplette Autoresponder-Lösungen gegen regelmäßige Mietzahlungen zur Verfügung. Das bedeutet, Sie erhalten alles, was Sie für professionelles E-Mail-Marketing benötigen, komplett aus einem Guss. Dazu gehört die Nutzung der speziellen Software inklusive der notwendigen Infrastruktur.

Das ist für Sie nicht nur die einfachste, sondern auch die günstigste Variante, professionelles E-Mail-Marketing zu testen und auch damit zu starten.

Der Ablauf damit ist in etwa so einfach, wie eine E-Mail-Adresse oder ein Webhosting einzurichten. Sie melden sich bei einem Autoresponder-Anbieter an, und schon können Sie mit dem Einrichten Ihrer ersten E-Mail-Marketing-Kampagne beginnen.

Sie müssen sich dabei keinerlei Gedanken über die Serverauslastung, Backup Ihrer Daten oder Softwareupdates machen. Sie konzentrieren

sich wirklich nur auf das Wesentliche – auf den Inhalt Ihrer E-Mail-Werbung und auf das Sammeln von Daten und Adressen, die Sie für Ihr Internet-Marketing-Business benötigen!

Tipp:

Einige Anbieter ermöglichen Ihnen sogar den kostenlosen Einstieg in das E-Mail-Marketing. Das passiert häufig als Einstiegs-Angebot. Hier können Sie dann z.B. an bis zu 2.000 Empfänger kostenlos Ihre E-Mail-Newsletter verschicken. Und wenn Sie dann mehr E-Mail-Empfänger in Ihrer Liste haben, dann verlangen die Autoresponder-Anbieter einen entsprechenden marktüblichen, monatlichen Obolus (was ja dann für Sie keine Rolle spielt, da Sie bei über 2.000 Abonnenten bereits viel Geld verdienen sollten).

Bei manch anderen Anbietern ist das E-Mail-Marketing mitunter sogar vollkommen kostenlos. Und das unabhängig davon, wie viele Empfänger Sie in Ihrer Liste haben. Jedoch finanzieren sich solche Gratis-Anbieter über Werbung.

Vor- und Nachteile der beschriebenen kostenlosen Einstiegs-Miet-Autoresponder:

Vorteile:

- Gar keine bis geringe Einstiegskosten
- Sie müssen sich keine Gedanken über die Technik machen

Nachteile:

- Ihre Daten gehören zwar Ihnen, liegen jedoch auf dem Server einer fremden Firma (des Anbieters)

- Langfristig können die Kosten höher ausfallen (z.B. weil bei höherer Abonnentenzahl höhere Preise verlangt werden. Bei der werbefinanzierten Variante leidet die Kaufquote, weil der kostenlose Anbieter in Ihren Newsletter-Ausgaben seine Werbung schaltet)

Die verschiedenen Autoresponder-Anbieter für Mietlösungen finden Sie im Online-Portal dieses Ratgebers. Schauen Sie hier:

[Online-Portal \(HIER klicken\)](#)

Übrigens: Für die ausführliche Schritt-für-Schritt-Anleitung dieses Ratgebers habe ich einen Miet-Autoresponder-Anbieter für Sie herausgesucht, mit der Sie Ihren E-Mail-Autoresponder im Handumdrehen einrichten können. Und zwar ohne, dass dabei Kosten anfallen. Mehr dazu erfahren Sie im Kapitel III dieses Ratgebers sowie im [Online-Portal](#).

## **Kaufen statt mieten**

Bei einer Kauf-Variante haben Sie die größtmögliche Flexibilität und Sicherheit. Alle Daten bleiben bei Ihnen, und niemand kann Ihnen in Ihr Business rein reden.

Sie kaufen die Software beim Anbieter und installieren sie auf Ihrem eigenen Webserver.

Die technische Betreuung des Servers und der Software liegt dabei allerdings ganz bei Ihnen. Wieder ergeben sich Vor- und Nachteile:

Vorteile:

- Ihre wertvollen Adress-Daten bleiben ausschließlich bei Ihnen
- Sie sind frei. Ihnen kann niemand Vorschriften machen

#### Nachteile:

- Gleich zu Beginn hohe Einstiegskosten/Investitionskosten
- Technisches Know-How muss bei Ihnen in mehreren Bereichen vorhanden sein (Umgang mit Server, Datenbanken, Softwareupdate etc.)

Einen Überblick über die verschiedenen Software-Lösungen auf dem deutschen und englischen Markt finden Sie im Online-Portal dieses Ratgebers. [Schauen Sie HIER](#)

### **Meine Empfehlung**

Für den völligen Neueinstieg in das E-Mail-Marketing empfehle ich Ihnen dringend, dass Sie Ihren Autoresponder zunächst mieten. Damit überlassen Sie die komplizierten technischen Dinge den Technik-Experten.

Glauben Sie mir bitte, eine Mietlösung erspart Ihnen Einiges an Kopfzerbrechen über technische Details, die Sie am Ende außerdem auch noch vom Geld verdienen abhalten könnten.

Überlassen Sie den Maschinenraum den Technikern und übernehmen Sie die Brücke. Legen Sie fest, wo es mit Ihrem Marketing hingehen soll und welcher Inhalt sich am besten verkauft. Sie sind in erster Linie Marketer – kein Techniker. Und wenn Sie Geld im Internet verdienen wollen, dann sollten Sie daran auch nichts ändern!

Und es ist nicht nur einfacher und schneller zu mieten, es ist sogar gerade am Anfang viel günstiger für Sie. Sie bezahlen, wenn überhaupt, nur einen festen Beitrag pro Monat und müssen sich über keine Zusatzkosten Gedanken machen, die Ihnen bei der Kauflösung vielleicht auf die Füße fallen könnten (Traffic-Kosten, Reparaturen, zusätzliche Programmierkosten etc.).

Durch das Mieten entstehen Ihnen keinerlei Nachteile. Sie können jederzeit den Vertrag bei Ihrem Anbieter kündigen und Ihre wertvollen E-Mail-Adressen und sonstigen Daten, die Sie bis dahin gesammelt haben, mitnehmen. Wichtig dabei ist nur, dass Sie auch die Bestätigungen (Doppel-Opt-in-Belege) des E-Mail-Empfängers mitnehmen. Denn das ist ja die Berechtigung dafür, dass Sie überhaupt E-Mails an Ihre Empfänger versenden dürfen. Oftmals wird dieser wichtige Punkt einfach übersehen!

Wenn Sie dann die ersten 20.000-30.000 Adressen gesammelt haben können Sie anfangen, sich über eine Kauf-Lösung Gedanken zu machen. Da kann es dann Sinn machen, sich selbst einen Techniker anzustellen und Ihre gesamten Daten nur noch auf eigenen Servern laufen zu lassen.

Die Kosten sollten dann kein Thema mehr für Sie sein, denn die können Sie sich dann locker leisten ;-)

## **Kapitel III:**

### **Schritt-für-Schritt-Anleitung**

In diesem Kapitel erfahren Sie, wie Sie einen gratis Autoresponder einrichten, eine Liste aufbauen und Newsletter versenden können:

Überzeugen Sie sich selbst davon, wie unglaublich verkaufsfördernd so ein Autoresponder sein kann. Und damit Sie sofort und ohne großartige Kosten loslegen können, habe ich mich auf die Suche nach einer günstigen Einstiegs-Möglichkeit für Sie gemacht. Und was soll ich sagen, ich habe tatsächlich einen Anbieter gefunden, bei dem Sie vollkommen kostenlos einsteigen können. Und zwar nicht nur im Rahmen irgendeiner Werbe-Aktion oder einer billigen Testphase. Nein, es handelt sich um einen vollwertigen E-Mail-Autoresponder. Und das von einem weltweit führenden E-Mail-Autoresponder-Anbieter.

### **Kostenloses E-Mail-Marketing in nur wenigen Stunden**

Starten Sie noch heute mit Ihrem E-Mail-Marketing – und das vollkommen gratis!

Ich habe für Sie wirklich viele Anbieter getestet und am Ende ein echtes Juwel gefunden. Mit diesem Autoresponder-Anbieter können Sie an mehrere tausend Empfänger E-Mails pro Monat (!) total kostenlos versenden. Das nenne ich mal ne Hausnummer für solch einen professionellen Dienst.

Und dabei müssen Sie auf keine wesentlichen Funktionen verzichten. Sie können sofort wie ein Profi starten und damit beginnen, Ihre



Umsätze mit der Wunderwaffe "E-Mail-Marketing" ganz einfach vervielfachen.

Tja, und wenn Sie dann nach einiger Zeit eine höhere Abonnenten-Grenze erreicht haben (schauen Sie in der Schritt-für-Schritt-Anleitung nach, wo derzeit die aktuelle Grenze liegt) und Ihren Erfolg noch weiter ausbauen möchten, dann können Sie für die marktüblichen, moderaten Preise Ihren Account nach Ihren Bedürfnissen erweitern. Falls Sie damit nicht zufrieden werden sollten, dann können Sie Ihre bisher generierten Empfänger-Daten nehmen und zu einem anderen Anbieter Ihrer Wahl wechseln. Auch das ist Dank einer gut durchdachten Export-Möglichkeit überhaupt gar kein Problem. Sie gehen also absolut kein Risiko ein. Mit meiner Autoresponder-Empfehlung können Sie wirklich nur gewinnen.

Vorweg noch eines: Ich spreche diese Empfehlung aus, weil ich diese Autoresponder-Lösung genial finde. Ich verdiene daran keinen Cent. Ich bin weder Vertriebspartner des empfohlenen Anbieters, noch habe ich ein anderes wirtschaftliches Interesse, für dieses Programm Werbung zu machen. Mir geht es ausschließlich darum, Ihnen als Leser dieses Ratgebers den professionellen Einstieg in das E-Mail-Marketing einfach, schnell und ohne finanzielle Hürden zu ermöglichen!

**Mein Tipp: Testen Sie jetzt die Wunderwaffe "E-Mail-Marketing" vollkommen gratis, ohne viel Arbeit und ohne Verbindlichkeiten.**

Ich finde die Lösung, die ich für Sie gefunden habe, wirklich sehr gut, zumal es absolut keinen Haken bei der Sache gibt. Und glauben Sie mir, ich bin im "Haken suchen" wirklich sehr gut. Und deshalb sind auch schon alle deutschen Autoresponder-Anbieter von meiner Anbieter-Liste radikal gestrichen worden. Aus Deutschland kann ich

Ihnen wirklich nicht einen einzigen Anbieter empfehlen. Zu kompliziert, kaum leistungsstark, zu unsicher, zu unerfahren und fast alle maßlos überteuert. Finger weg von deutschen Anbietern!

Wenn Sie Ihren Wettbewerbern wirklich ein Schnippchen schlagen und denen mit Ihrem Internet-Marketing um Längen voraus sein wollen, dann müssen Sie einfach auf amerikanische Autoresponder-Lösungen setzen! Da geht einfach kein Weg daran vorbei. Die Amerikaner sind uns Deutschen etwa 10 Jahre voraus. Nutzen Sie diesen Vorsprung. Sie werden sehen, Ihrer Konkurrenz wird nichts anderes übrig bleiben, als Ihnen hinterher zu schauen, wenn Sie auf der Überholspur mit meiner E-Mail-Marketing-Empfehlung den Markt von hinten aufrollen!

Und deshalb kommen der Anbieter und die Webseite, die ich Ihnen unbedingt ans Herz legen möchte, auch aus Amerika. Aus dem Land, das Europa in Sachen "Internet-Marketing" meilenweit voraus ist. Da der Autoresponder-Anbieter aus den USA stammt, ist auch das gesamte Angebot in englischer Sprache gehalten. ABER! Bevor Sie jetzt deshalb ein langes Gesicht machen und entgeistert aufhören weiterzulesen, habe ich noch eine gute Nachricht für Sie:

Um Ihnen den Einstieg zu vereinfachen, habe ich für Sie das Wesentliche, was Sie benötigen, in einer Schritt-für-Schritt-Anleitung verfasst - natürlich in deutscher Sprache! Somit kann es Ihnen völlig egal sein, in welcher Sprache dieser Autoresponder gehalten ist. Wenn Sie meine Anleitung befolgen, dann können Sie im Handumdrehen nicht nur E-Mail-Adressen vollautomatisch mit Ihrer Webseite sammeln, sondern auch Newsletter manuell und zeitgesteuert an Ihre E-Mail-Empfänger-Liste versenden.

Damit diese Anleitung leicht verständlich ist und die technische Umsetzung einwandfrei funktioniert, habe ich mich mit einem

erfahrenen Experten zusammengesetzt. Wir haben dabei gemeinsam für Sie die verschiedenen praktischen und technischen Aspekte beim Einrichten eines Newsletter-Marketing-Tools aufgearbeitet. Den Schwerpunkt haben wir bei dieser Anleitung darauf gelegt, dass die Einrichtung des E-Mail-Marketing-Programms für Sie besonders einfach und schnell ablaufen soll.

Als Ergebnis dieser wochenlangen Arbeit ist eine ausführliche Schritt-für-Schritt-Anleitung **in deutscher Sprache** herausgekommen, mit der auch Sie **schnell und kostenlos** professionelles E-Mail-Marketing betreiben können.

Meine ausführliche Schritt-für-Schritt-Anleitung finden Sie unter folgender Adresse:

[www.service-portal.info/e-mail-marketing](http://www.service-portal.info/e-mail-marketing)

## **Kapitel IV:**

### **Starten Sie Ihre E-Mail-Marketing-Maschine**

Wenn Sie im Kapitel III der Schritt-für-Schritt-Anleitung bereits gefolgt sind, dann sollten Sie jetzt ein funktionierendes E-Mail-Marketing-Tool fertig eingerichtet haben. Das ist super und dennoch ist das natürlich nur die halbe Miete. Denn nun geht es darum, aus dieser mächtigen Geldmaschine auch den maximalen Profit zu schlagen. Wie macht sich das Newsletter-Marketing für Sie bezahlt und was müssen Sie beachten? In diesem Kapitel werde ich auf die wesentlichen Punkte eingehen und Ihnen die Richtung zu einem profitablen Online-Marketing weisen.

#### **Woher kommen die E-Mail-Adressen von Interessenten?**

Eine große Liste ist der Schlüssel zum Erfolg beim E-Mail-Marketing. Doch woher bekommen Sie die zahlreichen E-Mail-Adressen, an die Sie Ihre Newsletter versenden können?

Zunächst einmal: E-Mail-Adressen alleine bringen Ihnen noch gar nichts. Die Adressen erhalten erst mit der Erlaubnis des Empfängers, dass Sie ihm auch E-Mails senden dürfen, ihren Wert.

Das ist wichtig, denn wenn Sie E-Mails an Empfänger versenden, die Ihnen keine Erlaubnis dazu erteilt haben, versenden Sie Spam. Und mit dem Versand von Spam, also unerwünschter Werbung, setzen Sie sich dem Risiko von hohen Bußgeldern aus. Spam ist illegal!

Fordern Sie also stets die ausdrückliche Erlaubnis der Empfänger ein, die sich in Ihre Liste eintragen. Am sichersten machen Sie das durch das "Double-Opt-In-Verfahren". Dabei bestätigt der Interessent nach der Abgabe seiner E-Mail-Adresse in einem zweiten Schritt noch einmal ausdrücklich, dass er Ihre E-Mails erhalten möchte.

Dem Empfänger wird hierzu eine E-Mail-Nachricht mit der Bitte um Bestätigung an die eingetragene Kontaktadresse gesendet. Der Empfänger klickt dann auf den enthaltenen Link und bekommt auf der folgenden Seite den erfolgreichen Eintrag in Ihre Liste bestätigt.

Kommen Sie also bitte niemals auf die Idee, irgendwelche CDs mit Adressen zu kaufen oder E-Mail-Adressen aus offenen Listen abzuschreiben. Auch von den Angeboten mehr oder weniger seriöser Webseiten, eine große Anzahl von Adressen für wenige Euros zu kaufen, möchte ich Ihnen dringend abraten. Bei all diesen Billig-Angeboten gehen Sie immer das Risiko ein, dass Ihnen kostenintensive Abmahnungen ins Haus flattern.

Setzen Sie lieber auf das seriöse und selbständige Sammeln von Adressen. Nutzen Sie Ihre eigene themenspezifische Webseite und bieten Sie Ihren Webseitenbesuchern und E-Mail-Abonnenten mit Ihrem Newsletter einen echten Mehrwert. Kommentieren Sie aktuelle Ereignisse, bieten Sie kostenlose Informationen an und unterbreiten Sie Sonderangebote. Nur wenn Ihr Interessent in Ihrem Newsletter einen wirklichen Mehrwert erkennt, wird er sich auch in Ihre Liste eintragen und vor allem auch nicht wieder austragen!

Damit Sie eine richtig große Liste aufbauen können, müssen Sie zunächst für viele Besucher auf Ihrer Homepage sorgen. Logisch, denn ohne Webbesucher erhält man auch keine E-Mail-Empfänger. Allerdings sollten Sie darauf achten, dass Sie möglichst echte

Interessenten auf Ihre Webseite bringen. Man spricht in diesem Zusammenhang von qualifizierten Besuchern. Qualität statt Quantität heißt die Devise. Massen von Web-Besuchern, die gar nichts von Ihrem Thema (Produkt) wissen wollen, bringen Ihnen gar nichts. Die kosten Sie nur Geld und Zeit.

## **Sammeln Sie E-Mail-Adressen**

Der erste wichtige Punkt für ein erfolgreiches E-Mail-Marketing ist das Sammeln von E-Mail-Adressen. Denn nur, wenn Sie auch über eine große E-Mail-Liste verfügen, können sich die enormen Vorteile des Newsletter-Marketings voll entfalten.

Wie bereits erwähnt, ist es dabei enorm wichtig zu verstehen, dass Ihnen nur am Thema interessierte Empfänger von Nutzen sind. Wenn Sie zum Beispiel Immobilien verkaufen, dann nützen Ihnen Leute, die abnehmen wollen, nur sehr wenig. Oder Sie haben, um ein weiteres Beispiel zu nennen, ein Hotel in München und suchen Übernachtungsgäste. Dann bringen Ihnen potentielle Autokäufer doch eher wenig. Bestimmt verstehen Sie jetzt, was ich meine!? Versuchen Sie also bitte nur dort Werbung für Ihre Liste zu machen, wo Sie auch Ihre Zielgruppe vermuten!

Sorgen Sie für qualifizierten Traffic, also Besucher, die tatsächlich an Ihrem Thema Interesse haben. Und diese Menschen veranlassen Sie anschließend dazu, sich in Ihren Verteiler einzutragen. Überzeugen Sie die Menschen davon, dass Sie etwas von Ihrem Thema verstehen. Ihre Besucher müssen dabei sofort begreifen, dass sie ein enormer Mehrwert erwartet, wenn sie sich von Ihnen Nachrichten zusenden lassen.

Zeigen Sie den enormen Nutzen auf, von dem potentielle Newsletter-Abonnenten profitieren können, wenn sie sich Ihnen anvertrauen und sich in Ihre Liste eintragen. Womit Sie Abonnenten Anwerben ist Ihnen freigestellt. Lassen Sie Ihrer Kreativität freien Lauf.

Das können beispielsweise aktuelle Informationen zu Ihrem Themenfeld sein, die Ihr Abonnent umgehend und regelmäßig benötigt. Ergänzen Sie dazu Ihre eigenen Erfahrungen oder unterstreichen Sie Ihren Sachverstand durch kritische Kommentare. Geben Sie Ihren Lesern gute Praxis-Tipps und formen Sie dadurch Ihr eigenes Profil. All das sind schon gute Gründe, sich in Ihren Verteiler einzutragen.

Viele Marketer gehen noch einen Schritt weiter und schenken Ihren Abonnenten einen Gegenwert für das entgegengebrachte Vertrauen. Das können z.B. wertvolle Informationen sein, für die Ihre Leser woanders viel Geld bezahlen müssten. Oder auch ein Gutschein für Ihre Produkte.

Das Wichtigste dabei ist allerdings, dass Ihr Geschenk auch wirklich relevant für Ihre Zielgruppe ist, also einen Mehrwert für den Interessenten bietet. Es spricht auch nichts dagegen, dass Ihr Geschenk direkt verkaufsfördernd wirkt. Seien Sie beim Anbieten eines Gegenwerts kreativ und clever.

Nun, da Ihre Webbesucher den Mehrwert erkannt haben, weswegen sie sich gerne in Ihre Liste eintragen sollen, betrachten wir das Ganze mal aus der negativen Seite. Stellen wir uns einmal die Frage: "Weswegen würden sich Ihre Webbesucher vielleicht nicht eintragen?".

Bei der Suche nach Antworten stolpert man unweigerlich über das Schlagwort "Spam". Die Menschen werden in den Medien

gebetsmühlenartig auf die Betrugs-Gefahren durch Massen-Mails mit zwielichtigem Inhalt hingewiesen. Doch leider wird dabei verkannt, dass die Empfänger solcher Massen-Mails in den meisten Fällen gar nichts für den Empfang können. Sie haben sich niemals auf irgendwelchen "Hinterhof-Webseiten" eingetragen oder an anrühigen Gewinnspielen teilgenommen. Vielmehr haben die Versender von Spam Adressen illegal gekauft oder durch spezielle Scan-Programme aus dem Internet gefischt.

Durch diese illegalen Machenschaften wird das professionelle E-Mail-Marketing in Verruf gebracht. Distanzieren Sie sich deutlich von diesen illegalen Massen-Versendern und stärken Sie dadurch das Vertrauen Ihrer Webseitenbesucher und potenziellen Newsletter-Abonnenten. Schreiben Sie unter das Eintragsfeld zu Ihrer Liste deutlich lesbar, dass Sie selbst auch nichts von Spam halten und Adressen niemals an Dritte weitergeben werden. Der Abonnent muss das Gefühl erhalten, dass er Ihnen ruhigen Gewissens seine Adresse anvertrauen kann und Sie damit kein Schindluder treiben.

Ein weiterer Grund, weswegen sich jemand vielleicht nicht in Ihre Liste eintragen könnte, kann die Angst davor sein, die E-Mails nicht wieder abbestellen zu können. Nehmen Sie Ihrem potentiellen Empfänger die Angst davor und schreiben Sie deutlich lesbar, dass der Empfänger mit jeder Newsletter-Ausgabe auch selbstverständlich eine Abmeldemöglichkeit erhält.

Und das Wichtigste: Machen Sie das dann auch! Nichts ist schlimmer, als Empfänger, die sich austragen wollen und das nicht können. Denn diese Abonnenten werden Ihre E-Mails als Spam markieren und wenn das viele machen, dann werden Ihre Nachrichten automatisch von den Mail-Anbietern aussortiert oder erst gar nicht zugestellt. Die Folge:



Ihre Newsletter-Sendungen laufen ins Leere! Außerdem bringt Ihnen der Empfänger ja auch nichts, der sich abmelden möchte, denn er hat ja offensichtlich kein Interesse an Ihren Informationen und Produkten. Versuchen Sie also gar nicht erst, den Abmeldelink irgendwo zu verstecken. Diejenigen, die kein Interesse an Ihrem Newsletter haben, die sollen sich ruhig austragen. Schenken Sie Ihre Aufmerksamkeit besser denen, die wirkliches Interesse an Ihren Informationen und Angeboten bekunden.

Weiterhin sollte auch der Rest Ihres Internetauftritts stimmen. Vollständiges Impressum, ein authentisches Gesamtbild und eine gute Reputation sind wichtig, damit der Interessent nicht doch noch in letzter Sekunde vor der Abgabe seiner E-Mail-Adresse zurück schreckt.

Ihr Ziel muss es sein, dass sich ein möglichst großer Anteil interessierter Webseiten-Besucher auch in Ihren Verteiler einträgt. Bei diesem Anteil spricht man von der Opt-In-Quote. Gemeint ist das Verhältnis zwischen allen Besuchern Ihrer Webseite zu denen, die sich für Ihren Newsletter mit der E-Mail-Adresse eintragen.

Tun Sie alles dafür, dass Ihre Opt-In-Quote möglichst hoch ist. Denn es macht einen enormen Unterschied, ob sich 15% oder 65% in Ihren Newsletter eintragen. Bei 2.000 Web-Besuchern in einer Woche sind das entweder 300 (15%) oder aber 1.300 (65%) neue Abonnenten, denen Sie regelmäßig Ihre Angebote unterbreiten können!

## **Fokus E-Mail-Verteiler**

Jetzt haben Sie Ihren Webseitenbesucher jeden Mehrwert Ihres Newsletteres genannt und alle Zweifel aus der Welt geräumt. Sehr gut! Damit sind Sie schon weiter, als viele andere im E-Mail-Marketing.

Jedoch kann eine hohe Opt-In-Quote auch wegen ganz simpler Unachtsamkeiten scheitern. Zum Beispiel, wenn Ihre Webbesucher das E-Mail-Eintragsfeld (Opt-In-Feld) zu einfach übersehen.

Viele Webmaster begehen häufig den Fehler und stellen irgendwelche irrelevanten Texte oder Grafiken in den Mittelpunkt Ihrer Webseite. Sie wollen damit z.B. Vertrauen schaffen, seriös wirken, oder sie haben sich in ihr eigenes Design verliebt. Alles sticht hervor, nur das wichtige E-Mail-Eintragsfeld für das E-Mail-Marketing wird irgendwo rechts in der Seitenleiste mehr oder weniger "versteckt". Ein großer Fehler!

Für Sie als Webseitenbetreiber und Newsletter-Versender sollte nur eine Frage zählen: Wie schaffe ich es, dass sich möglichst viele Webseiten-Besucher für meinen Newsletter eintragen? Stellen Sie sich diese Frage immer und immer wieder. Erstellen und optimieren Sie Ihre Webseite entsprechend so, dass die E-Mail-Eintragsmöglichkeit im Mittelpunkt steht. Und versetzen Sie sich mit gleicher Intensität in die Rolle Ihres Webseitenbesuchers. Denn für den zählt nur eines: Findet er die Info, nach der er sucht oder nicht?

Wenn Sie also erfolgreich sein wollen mit Ihrem E-Mail-Marketing, dann bringen Sie diese beiden Punkte idealerweise zusammen. Wie das geht, das erkläre ich Ihnen jetzt:

## **Spezielle Landing-Page zum E-Mail-Adressen Sammeln**

Sie benötigen eine spezialisierte Einstiegsseite (Landing-Page) für Ihr E-Mail-Marketing basiertes Onlinebusiness. Auf dieser Seite zeigen Sie den Webbesuchern alle Vorteile auf und vermitteln den Mehrwert Ihres Business, den der Interessent nach einem Eintrag in Ihren Verteiler genießt. Sie erwähnen an dieser Stelle noch gar nichts von Ihren Kauf-

Produkten. Zunächst geht es auf dieser Seite nur um den Webbesucher und seine Bedürfnisse. Idealerweise ist er an Ihrem Thema interessiert und möchte mehr Informationen darüber. Und wie der Mensch so ist, soll das natürlich auch nichts kosten. An dieser Stelle sollten Sie ihm entgegenkommen und seinen Erwartungen entsprechen.

Bieten Sie ihm die für ihn relevanten Informationen an. Und zwar kostenlos! Glauben Sie mir, das kommt gut an! Sie überzeugen ihn so am schnellsten davon, dass er alle Infos erhält, wenn er sich in Ihren Verteiler einträgt. Nehmen Sie Ihrem Webseitenbesucher, wie bereits beschrieben, alle Zweifel und lenken Sie seine Aufmerksamkeit einzig und allein auf das Opt-In-Feld Ihrer E-Mail-Liste (auf Ihrer Homepage). Das Eintragsfeld sollte deutlich zu erkennen sein. Platzieren Sie deutliche Markierungen wie z.B. einen Pfeil, der auf das Formular-Kästchen zeigt. Verwenden Sie hier auch Signalfarben wie z.B. Rot. Tun Sie so alles dafür, dass Interessenten sich in Ihren E-Mail-Verteiler eintragen. Das Eintrags-Kästchen sollte unbedingt ins Auge stechen.

Spezielle Landing-Pages, die nur auf das Einsammeln von E-Mail-Adressen ausgerichtet sind, nennt man in Fachkreisen "Squeeze-Page". Das kommt aus dem englischen und bedeutet so viel wie "Seite zum Ausquetschen von Informationen". Und tatsächlich, diese Seite hat keine andere Aufgabe, als die E-Mail-Adresse des Interessenten einzusammeln. Deswegen sind auch jegliche Ablenkungen, die den Webseitenbesucher davon abhalten könnten, seine E-Mail-Adresse einzutragen, tabu.

Es geht ja darum, eine möglichst hohe Eintragsquote zu erreichen. Also keine Links auf andere Seiten, keine unwichtigen Informationen, überflüssige Bilder und auf keinen Fall jetzt schon Produktwerbung

platzieren! Jede Ablenkung verringert die Opt-In-Quote Ihrer Squeeze-Page und damit Ihren späteren Gewinn.

## **Blogs als Interessen-Magnet**

Natürlich gibt es noch andere Formen, um Adressen zu sammeln. Viele Internet-Verkäufer betreiben Blogs, indem sie regelmäßig über ihre Fach-Themen berichten. Und mit jedem Beitrag weisen Sie auch auf die Vorteile hin, die ein Newsletter-Eintrag mit sich bringt. Das hat natürlich zum Vorteil, dass sich der Interessent auf diese Weise vom Anbieter ein Bild machen kann (z.B. von der fachlichen Kompetenz), noch bevor er sich bei ihm auf der Squeeze-Page mit der E-Mail-Adresse einträgt. Ein Blog steigert das Vertrauen in den Marketer und kann den Interessenten darin bestärken, weitere Informationen von ihm erhalten zu wollen.

Ein weiterer Vorteil eines solchen Blogs ist u.a. auch, dass Sie mit jedem Beitrag, den Sie darin veröffentlichen, eine zusätzliche, eigenständige Landing-Page mit optimierten Suchbegriffen schaffen. Die Nutzer von Suchmaschinen, die Informationen zu bestimmten Begriffen suchen, können so auf Ihre relevanten Beiträge im Internet gelangen. In Ihrem Blog-Beitrag überzeugen Sie Ihre Besucher durch relevante Informationen, und der Interessent trägt sich anschließend gerne in Ihre Liste ein – so sieht der Idealfall aus!

Nur leider zeigen die Erfahrungen, dass die Blog-Methode auch ihre Schwächen hat. Denn ein Blog ist für Besucher nur interessant, wenn er mit aktuellen Beiträgen regelmäßig gefüttert wird. Und ich kann Ihnen sagen, das macht mit der Zeit richtig Arbeit. Außerdem sind die Opt-In-Raten nicht sonderlich hoch, denn der Interessent wird in

einem Blog ja durch eine Vielzahl an Informationen von dem Opt-In-Feld abgelenkt. Einen großen Vorteil hat das Betreiben eines begleitenden, themenrelevanten Blogs dann aber dennoch – Sie etablieren sich durch eine Vielzahl kostenloser und sofort verfügbarer Informationen als Experte in Ihrem Marktsegment und schaffen Vertrauen!

## **Adressen sammeln mit Online-Shops**

Um noch ein weiteres Beispiel zur Adressen-Generierung aufzuzeigen, möchte ich auf die breite Palette von Shop-Anbietern eingehen. Die Shops leben davon, dass jedes einzelne Angebot direkt über die Suchmaschinen gefunden werden kann. Dafür werden die Beschreibungen und Inhalte mit den wichtigen Suchbegriffen versehen, und der ganze Shop wird dadurch suchmaschinenfreundlich aufgebaut. Nur, was machen die meisten Shop-Betreiber mit Ihren aufwändig angelockten Besuchern? Sie lassen die Interessenten einfach wieder gehen, auch wenn diese nichts gekauft haben. Es wäre doch ein Leichtes, mehrere auffällige E-Mail-Eintragsfelder auf den Angebotsseiten zu platzieren. Der Interessent kann sich eintragen und wird über Preisangebote und Neuigkeiten informiert. Und wenn der Shop auch noch ein eng umgrenztes Themengebiet hat (z.B. Auto-Tuning), dann kann der Betreiber noch zusätzlich über die neuesten Szene-News berichten und so immer wieder auf sich und seinen Shop aufmerksam machen, was letztlich seinem Umsatz zugutekommt.

Ein weiterer Punkt: Als Online-Shop-Betreiber versenden Sie natürlich nicht nur an potentielle Kunden Ihre Nachrichten. Sie versenden natürlich auch an Kunden, die bereits gekauft haben. Denn jeder Kunde ist auch ein potentieller Stammkunde, der evtl. immer wieder

kauft – man muss ihn nur daran erinnern. Ich bin davon überzeugt, dass jeder Shop-Betreiber von Newsletter-Marketing profitieren und seine Umsätze enorm erhöhen kann. Tja, und das auch noch quasi gratis.

Soweit ein paar Beispiele zum Thema E-Mail-Adressen-Generierung. Das Fantastische daran ist, dass diese Beispiele auch auf jede andere Branche und fast alle Homepagemodelle anwendbar sind. Von E-Mail-Marketing profitieren bereits viele Hotel-Webseiten, Online-Reisebüros und zahlreiche Verkäufer digitaler Güter, wie z.B. eBooks, Musik, Software, etc..

Selbst der Kneipenwirt bei mir im Ort hat bereits damit begonnen, mir regelmäßig Infos über Events wie z.B. "Abend mit asiatischen Gerichten" per E-Mails zuzusenden. Die Adressen hat er übrigens nach dem Essen per Zettel und Stift eingesammelt, die der Kellner zusammen mit einem kostenlosen Sambuca an den Tisch gebracht hatte. Ganz schön clever, nicht wahr? Und soll ich Ihnen was sagen? Ich gehe, durch sein E-Mail-Marketing, tatsächlich öfter zu ihm essen als noch vor einigen Monaten. ;-)

## **Squeeze-Page**

Wir wissen jetzt, dass E-Mail-Marketing uns höhere Kaufraten beschert und unsere Einnahmen vervielfacht. Also sollten Sie auch den Fokus darauf legen, dass sich möglichst viele Besucher Ihrer Homepage in Ihre E-Mail-Liste eintragen.

Leider machen viele Web-Shops den Fehler und verstecken das Eintrags-Formular irgendwo unauffällig unter ferner liefen auf ihrer Seite. Aber damit nicht genug. Sie unterlassen es dann außerdem auch

noch, dem Shop-Besucher die zahlreichen Vorteile aufzuzeigen. Es ist klar, dass Betreiber, die so handeln, keine E-Mail-Adressen für ihr Newsletter-Marketing erhalten.

Machen Sie bloß nicht die gleichen Fehler! Legen Sie Ihren Fokus unbedingt auf das Einsammeln der E-Mail-Adressen. Alles andere können Sie dann später per Newsletter Ihren Abonnenten präsentieren. Und zwar sooft Sie möchten. Beherzigen Sie das bitte!

Einige Marketing-Experten haben bereits vor Jahren ihr gesamtes Online-Business auf das Newsletter-Marketing ausgerichtet. Das sieht dann so aus, dass der Besucher des Online-Angebots zumeist nur eine einzige Seite vorfindet, auf der er zum Eintragen seiner E-Mail-Adresse aufgefordert wird. Diese Seiten sind professionelle Squeeze-Pages. Hier wird dem Interessenten also tatsächlich nichts anderes präsentiert, als eine Webseite mit der Möglichkeit, seine E-Mail-Adresse in ein Kästchen einzutragen und abzuschicken.

## **Verkaufsfördernde E-Mail-Texte verfassen**

Beim E-Mail-Marketing ist es so, wie fast überall in der Werbe- und Marketingwelt: Der Text verkauft!

Mit einem guten Info- oder Werbetext in Ihrer E-Mail können Sie fast alles verkaufen.

Häufig begehen gerade angehende E-Mail-Marketer zu Beginn ihrer Karriere den Fehler, dass sie eine langweilige Werbe-Nachricht nach der anderen versenden, die dann noch nicht einmal den geringsten Mehrwert für die Abonnenten besitzen. Das wird von den Abonnenten

natürlich als lästig empfunden. Die wahrscheinliche Folge: Die Abmeldequote steigt drastisch.

Achten Sie deshalb unbedingt darauf, Ihre E-Mails mit wertvollen Informationen für Ihre Abonnenten zu bestücken. Ihre Empfänger haben sich ja in Ihre Newsletter-Liste für ein bestimmtes Thema eingetragen, um zu diesem Thema auch interessante "News", sprich Neuigkeiten zu erfahren. Nun erfüllen Sie bitte auch diese Erwartungen und schreiben Sie über die Themen, die ihre Leserschaft erwartet. Das ist wichtig, denn nur so bauen Sie ein Vertrauensverhältnis zu Ihren potentiellen Kunden auf, wodurch Sie die Kaufbereitschaft drastisch ankurbeln.

Und als gewiefter Online-Marketer sollten Sie es dann natürlich auch noch verstehen, Ihre Verkaufsangebote clever in Ihren E-Mail-Botschaften unterzubringen. Am Besten im Kontext zu Ihren kostenlosen Tipps, damit Ihre Angebote auch positiv aufgenommen werden.

Nehmen Sie sich ruhig öfter mal die Zeit und versetzen Sie sich in die Lage Ihrer Leserschaft. Versuchen Sie, Ihren Abonnenten das zu geben, was sie erwarten, und vermengen Sie das positiv mit Ihren kommerziellen Verkaufsangeboten. Seien Sie dabei kreativ und erzählen Sie z.B. kleine Anekdoten, die Ihre E-Mails auflockern. Machen Sie nicht den Fehler, überkorrekt, stocksteif oder gar aufdringlich zu schreiben. Idealerweise passen Sie den Schreibstil an die Sprache Ihrer Zielgruppe an.

Wenn Sie das alles so beherzigen und umsetzen, dann werden es Ihre Newsletter-Leser kaum erwarten können, erneut eine E-Mail von Ihnen zu erhalten. Wenn Sie es soweit geschafft haben, dann werden Sie es



auch schaffen mit Ihrer Liste Geld zu verdienen, sobald Sie das nächste Mal darin gute Produktangebote präsentieren.

## **Wichtige Tipps zum Versenden von E-Mails mit Follow-Up-Autoresponder**

### Mein Tipp für Sie:

Verfassen Sie gleich mehrere Newsletter-Ausgaben, die Sie mit Ihrem Follow-Up-Autoresponder im Abstand von jeweils wenigen Tagen versenden. Dadurch bauen Sie eine langfristige Beziehung zu Ihrem Kunden auf.

Nochmal zum Verständnis des Follow-Up-Autoresponders: Sie haben beispielsweise heute einen Newsletterablauf vorprogrammiert, der sich über mehrere Tage und Wochen hinzieht. Nun trägt sich gleich heute ein Abonnent ein und erhält die Nachrichten wie geplant. Ein Abonnent, der sich erst nächstes Jahr einträgt, erhält genau die gleichen Newsletter-Nachrichten, nur eben um ein Jahr versetzt.

In diesem Fall ist darauf zu achten, dass Ihre Texte zeitlos verfasst sind. Gehen Sie bei automatischen Nachrichten deshalb nicht auf aktuelle Ereignisse ein. Sonst werden Ihre E-Mails in einem Jahr veraltet und nicht mehr authentisch wirken. Und achten Sie bitte auch darauf, dass die Links zu den beworbenen Angeboten aktuell bleiben und einwandfrei funktionieren.

Selbstverständlich sind Ihre Texte nicht in Stein gemeißelt. Sie können den einmal festgesetzten Newsletter-Ablauf und auch die Texte und Links jederzeit ändern oder ganz löschen.

Wichtig für Ihren Erfolg ist es jedoch, dass Sie beim Versenden der E-Mails am Ball bleiben und regelmäßig Ihre Inhalte und Angebote auf dem aktuellen Stand halten. Erweitern Sie auch regelmäßig Ihre Newsletter-Chronologie, denn je mehr Nachrichten Ihre potentiellen Käufer erhalten, desto höher werden Ihre Einnahmen sein.

Und noch ein Tipp: Programmieren Sie nach Möglichkeit den Versand Ihrer automatischen E-Mails so, dass diese immer im 24-Stunden-Rhythmus nach Anmeldung des Abonnenten versendet werden. So erhält jeder Ihrer Abonnenten die Folgemails individuell immer zur gleichen Uhrzeit, zu der er sich auch angemeldet hat und zu der er normalerweise täglich aktiv vor dem PC sitzt.

Beispielsweise bezieht derjenige, der im Büro arbeitet, Ihre News morgens um 10 Uhr, weil er sich am Anmeldetag auch morgens um 10 Uhr in Ihren Newsletter-Verteiler eingetragen hatte. Der Kneipenwirt hingegen ist immer erst spät nachts nach Schließung seines Lokals im Internet. Er erhält Ihre E-Mails immer erst um 01 Uhr nachts, weil er sich vor Wochen auch um diese Zeit bei Ihnen eingetragen hatte.

Ich teile Ihnen diesen Tipp mit, weil ich herausgefunden habe, dass die Aufmerksamkeit der Empfänger höher ist, wenn diese den Newsletter "live" erhalten. E-Mails, die man nach dem Anschalten des Computers vorfindet, laufen eher Gefahr, gelöscht zu werden, als E-Mails, die plötzlich live ins E-Mail-Postfach purzeln. Da schauen die meisten User nämlich sofort rein!

## Wichtige Fachbegriffe

Professionelles E-Mail-Marketing besteht aus einer Vielzahl von Einzel-Disziplinen. Und jede dieser Disziplinen hat häufig seinen Ursprung in den USA. Daher stammen sehr viele Fachbegriffe, wie übrigens die meisten Wörter im Internet-Marketing, aus dem englischsprachigen Raum.

Viele dieser Fachbegriffe mögen im ersten Moment seltsam klingen und verwirrend sein. Es ist aber wichtig, dass Sie sich damit so rasch wie möglich vertraut machen. Mit dem Wissen um die Bedeutung der Fachbegriffe werden Sie die mächtige Geldmaschine Newsletter-Marketing dann auch voll und vor allem schnell einsetzen können.

### **"Autoresponder"**

Die Technik hinter dem professionellen E-Mail-Marketing. Damit sammeln und verwalten Sie automatisch die E-Mail-Adressen Ihrer Interessenten. Zudem versenden Sie mit diesem Programm/Software Ihre Nachrichten an Ihre potentiellen Kunden. Mit guten Autorespondern können Sie darüber hinaus den Erfolg Ihrer Marketing-Maßnahmen auswerten (z.B. einzelne Newsletter-Versendungen).

### **"Follow-Up-Autoresponder"**

Eine Erweiterung zum Autoresponder, die es ermöglicht, jedem Empfänger individuell eine festgelegte Newsletter-Abfolge vollautomatisiert zuzusenden. Der automatische Versand richtet sich dabei nach dem jeweiligen Eintragungsdatum des Empfängers.

## **"Liste"**

Ihre "Liste" ist die Newsletter-Datenbank mit allen Daten Ihrer Abonnenten (wie z.B. E-Mail-Adresse, Name etc.).

## **"Eintragsformular (Opt-In-Feld)"**

Ein Autoresponder bietet die Möglichkeit, dass sich Besucher Ihrer Homepage über ein Eintragsformular in Ihre Liste eintragen. Dieses Formular besteht aus einem Pflichtfeld für die E-Mail-Adresse und häufig aus einem optionalen Feld für den Namen des Empfängers. Den Namen des Empfängers sollten Sie nur dann abfragen, wenn Sie auch E-Mails mit persönlicher Anrede versenden wollen.

## **"Double-Opt-In"**

Seriöses und rechtssicheres E-Mail-Marketing wird mit dem Double-Opt-In-Verfahren betrieben. Das bedeutet, dass ein neu registrierter Abonnent zuerst einen Link in einer separaten Bestätigungsmail anklicken muss, damit er endgültig als Abonnent in die Newsletter-Datenbank eingetragen wird.

Double-Opt-In ist nicht nur seriös, teilweise Pflicht, sondern es bringt Ihnen auch noch weitere Vorteile. Beim Single-Opt-In-Verfahren, also ohne Bestätigungsprozess, wird die Erreichbarkeit der Adressen nicht geprüft. Als Ergebnis würden Sie viele falsche und nicht erreichbare Adressen in Ihrer Liste wiederfinden.

Das könnte sehr negative Auswirkungen haben, denn die Menge an nicht zustellbaren E-Mails ist ein wichtiges Kriterium, ob Ihr E-Mail-Verteiler von den großen Providern als Spam eingestuft wird. Setzen

Sie vor allem auch aus diesem Grund auf das Double-Opt-In-Verfahren!

### **"Bestätigungs-Seiten"**

Jede Aktion, die mit der An- und Abmeldung Ihrer Abonnenten zu tun hat, sollten Sie Ihrem Abonnenten bestätigen.

Wenn sich also ein Besucher Ihrer Webseite erfolgreich in Ihren Newsletter eingetragen hat, quittieren Sie ihm dies mit einer Erfolgsmeldung, die Sie dem Empfänger auf einer extra (Bestätigungs-) Seite anzeigen.

Beim Double-Opt-In-Verfahren kommt der Bestätigungsseite noch eine besondere Aufgabe zu. Nachdem der Besucher seine E-Mail-Adresse abgegeben hat, ist er noch nicht endgültig in Ihrer Liste eingetragen. Er muss jetzt erst noch den Link in ihrer Bestätigungs-E-Mail anklicken, um die Anmeldung komplett abzuschließen. Weisen Sie Ihren angehenden Abonnenten unbedingt auf der Seite, auf die er nach Abgabe seiner E-Mail-Adresse gelangt, darauf hin.

### **"Thank You Page" oder "Dankeseite"**

Eine besondere Form der Bestätigungsseite. Diese Seite bekommt der angehende Abonnent zu sehen, nachdem er sich erfolgreich in Ihren E-Mail-Verteiler eingetragen hat (nach dem Klick auf den Bestätigungslink). Hier bedanken Sie sich für das entgegengebrachte Vertrauen und heißen den Abonnent herzlich Willkommen.

Viele Marketer versprechen ihren Webbesuchern einen direkten Gegenwert für den Eintrag in ihrem Newsletter. So soll der Abonnent zum Beispiel ein gratis eBook nach dem Eintrag erhalten.

Falls Sie Ihrem Abonnenten etwas Ähnliches versprechen, so ist die Dankeseite genau der richtige Ort, um den Downloadlink zum versprochenen Produkt zu platzieren.

### **"HTML- und Text-E-Mails"**

Sie können entscheiden, ob Sie Ihre E-Mails als reine Text-E-Mails oder als grafisch aufbereitete HTML-E-Mails versenden wollen.

Bei reinen Text-Mails sind Sie von der Gestaltung her ziemlich eingeschränkt. Sie können lediglich unformatierte Texte schreiben. Die Optionen Farbe, Fett, Unterstreichen, Bilder – all das ist damit nicht möglich.

Die Vorteile der reinen Text-E-Mails liegen auf der Hand: Sie werden auf jedem Gerät und bei jedem Leser vollkommen gleich angezeigt. Sie funktionieren zuverlässig, und man kann nur wenig falsch machen.

Die Alternative sind HTML-E-Mails, die Ihnen alle gestalterischen Freiheiten lassen. Sie können damit Bilder einfügen, den Hintergrund gestalten und auch den Text so gestalten, wie Sie das z.B. von Word kennen. So verlockend, wie sich das auch zunächst anhört, bedenken Sie, dass man mit einer übermäßigen grafischen Gestaltung auch schnell vom Inhalt ablenkt. Zudem steigt das Risiko bei komplexen Grafiken, dass die E-Mail verändert oder im schlimmsten Fall gar nicht bei Ihrem Empfänger angezeigt wird. Sparsam eingesetzt können Sie allerdings mit den grafischen Möglichkeiten Aufmerksamkeit bei Ihrem Empfänger erzeugen und so eine höhere Klickrate erreichen.

Ein guter Kompromiss stellen kombinierte E-Mails dar, die einfach beide Versionen (HTML/Text) in einer einzigen E-Mail verschicken. Je

nach den individuellen Einstellungen und technischen Möglichkeiten Ihrer Empfänger wird so jeweils die richtige E-Mail-Version angezeigt.

### **"Traffic"**

Die Menge an Webbesuchern einer Homepage wird häufig als Traffic bezeichnet. Aus Marketingsicht ist für Sie wichtig, wie interessiert die Besucher an Ihrem Themengebiet und damit an Ihren Produkten sind.

Umso interessierter die Besucher sind, desto wertvoller ist der Traffic. Man spricht in diesem Zusammenhang von qualifiziertem Traffic.

### **"Opt-In-Rate"**

Das Verhältnis zwischen der Anzahl der Webbesucher (Traffic) und der Anzahl an erfolgreichen Newsletter-Anmeldungen. Je höher die Opt-In-Quote ist, desto schneller wächst Ihre Newsletter-Liste.

### **"Öffnungsrate"**

Dieser Wert sagt Ihnen, wie viele Ihrer Abonnenten überhaupt einen Blick in Ihre E-Mail geworfen haben, den die Empfänger meistens aufgrund des Betreffs öffnen. Der Wert ist enorm wichtig, denn so können Sie an den richtigen Stellschrauben optimieren und versuchen, dass mehr Empfänger Ihre E-Mails öffnen und lesen.

Andere Faktoren, die die Öffnungs-Quote beeinflussen, sind neben dem "Betreff", der Absender, die ersten 70 Zeichen Ihres E-Mail-Textes sowie der Empfangszeitpunkt. Optimieren Sie gezielt diese Faktoren, um Ihre Öffnungsrate zu verbessern.

Damit Sie die Öffnungsrate allerdings überhaupt überprüfen können, müssen Sie Ihrer HTML-E-Mail ein besonderes Kennzeichen mit auf den Weg geben. Ein sogenanntes "View-Pixel", also eine unsichtbare Grafikdatei. Diese Grafik wird beim Aufruf der E-Mail vom Server Ihres Autoresponders nachgeladen, wodurch Ihre Newsletter-Statistik die Öffnung Ihrer E-Mail erfasst.

Wichtig: Aus Sicherheitsgründen werden bei den meisten E-Mail-Programmen standardmäßig keine Bilder/Grafiken angezeigt. Der Nutzer kann die Bilder allerdings mit einem Klick für jede E-Mail manuell freischalten. Damit Ihr Abonnent nach seinem Klick dann auch eine Veränderung sieht, empfehle ich Ihnen, mindestens ein "richtiges" Bild in die E-Mail einzufügen (z.B. ein Foto von Ihnen in der Signatur). Nicht, dass sich Ihr Empfänger nachher noch wundert, weil er nach dem Laden der Grafiken kein Bild sehen kann (denn das "Viewpixel", das Sie für Ihre Öffnungs-Statistik benötigen, sieht Ihr Newsletter-Empfänger normalerweise nicht mit bloßem Auge).

### **"Klick-Rate"**

Die Anzahl der Klicks auf die Links, die aus Ihren Newsletter-Nachrichten heraus auf Ihre Webseite/Angebotsseite führen, können Sie messen. Das ist sehr wichtig, um Ihren Newslettertext zu optimieren. Ziel muss es sein, dafür zu sorgen, dass möglichst viele Empfänger auf Ihren Link klicken und anschließend kaufen.

### **"Platzhalter / Variablen"**

Sie haben die Möglichkeit, Ihre E-Mail-Empfänger persönlich mit Namen anzusprechen. Das wirkt auf den Empfänger nicht nur



persönlicher, sondern bewirkt auch einen Aha-Effekt bei Ihren Abonnenten. Denn eine persönlich adressierte Nachricht wird wohl eher gelesen, als eine Massen-E-Mail mit allgemeiner Gruß-Floskel.

Damit Sie Ihre automatisch versandten E-Mails auch für jeden Empfänger individualisieren können, müssen Sie bereits beim Eintragsfeld Ihrer Liste die entsprechenden Daten von Ihren Besuchern abfragen. Nur wenn Sie hier z.B. den Vornamen erfassen, können Sie später Ihren Empfänger auch mit "Hallo Kathrin" anschreiben.

Die Personalisierung in der Autoresponder-Software erfolgt dabei mittels Platzhaltern bzw. Variablen. An den von Ihnen gewünschten Stellen in Ihrem Newslettertext fügen Sie die vorgegebenen Platzhalter ein. Diese werden dann beim Versand automatisch mit den hinterlegten Daten, wie z.B. "Vorname" Ihrer Empfänger, ersetzt.

#### Noch ein Tipp:

Je nachdem, was Sie mit Ihrem Newsletter erreichen wollen, kann eine persönliche Anrede auch kontraproduktiv sein. Zum Beispiel wird die persönliche Anrede im Betreff der E-Mail oft als werblich und aufdringlich empfunden. Das wiederum kann die Öffnungsrate Ihrer E-Mails senken.

Weiterhin sollten Sie ein Auge auf Ihre Eintrags-Quote werfen. Denn diese wird sehr wahrscheinlich mit der Abfrage von vielen persönlichen Daten sinken. Erfassen Sie also wirklich nur die Daten, die für Ihr Business notwendig sind.

## **Checkliste:**

### **30 Praxis-Tipps für erfolgreiches E-Mail-Marketing**

1. Versenden Sie E-Mails an Interessenten ausschließlich dann, wenn der Empfänger vorher zugestimmt hat – alles andere ist Spam!
2. Das gleiche gilt für Geschäftsadressen – Kein Versand ohne Einverständnis.
3. Legen Sie beim Eintragsformular (Opt-In-Feld) ausschließlich das E-Mail-Feld als Pflichtfeld an. Alle anderen Felder sind optional und müssen nicht vom Abonnenten ausgefüllt werden.
4. Nach dem erfolgreichen Eintrag in Ihre Liste senden Sie eine Bestätigungs-E-Mail. Dadurch erfüllen Sie die gesetzlich geforderte Pflicht zur Protokollierung.
5. Lassen Sie den Abonnenten genau wissen, wofür Sie seine E-Mail-Adresse verwenden wollen.
6. Geben Sie E-Mail-Adressen niemals ohne das Einverständnis Ihres Empfängers an Dritte weiter.

7. Überzeugen Sie Ihre Webseitenbesucher mit einem einleuchtenden Grund, damit diese sich in Ihre Newsletter-Liste eintragen.
  
8. Verwenden Sie Adressen nur so, wie Sie es dem Empfänger mitgeteilt haben.
  
9. Geben Sie Ihrem Empfänger die Möglichkeit, sich selbst jederzeit aus dem Verteiler zu löschen.
  
10. Am Ende eines jeden Newsletter sollten Sie einen Abmeldelink zur Verfügung stellen.
  
11. Sagen Sie bereits im ersten Satz einer jeden E-Mail-Ausgabe (Newsletter-Ausgabe), weswegen der Empfänger weiterlesen sollte.
  
12. Keine E-Mail ohne Impressum.
  
13. Die (Text-) Message bzw. der Inhalt zählt, nicht die Grafik oder Bilder.

14. Unterbreiten Sie in Ihren Newsletter-E-Mails exklusive Sonderangebote, die kein normaler Webbesucher in dieser Form erhält.
  
15. Nutzen Sie Landing-Pages (auf die Ihre Abonnenten nach einem Link-Klick gelangen), um Videos, lange Texte und Kommentarfunktionen zu präsentieren.
  
16. Adressen von Empfängern, die bereits gekauft haben, sind besonders wertvoll. Senden Sie dieser Gruppe ergänzende Angebote.
  
17. Bieten Sie mit Ihren E-Mails einen Mehrwert - denn die größte Liste ist nutzlos, wenn Ihre Empfänger keinen Nutzen mehr darin sehen.
  
18. Empfehlen Sie in Ihren E-Mails nur Fremdprodukte, von denen Sie auch überzeugt sind – alles andere könnte u.a. Ihrer Reputation schaden.
  
19. Seien Sie mit Ihrem Newsletter beständig und legen Sie keine Pausen von mehreren Wochen ein.

20. Beantworten Sie Fragen Ihrer Empfänger und steigern Sie damit Ihren Umsatz (Support).
  
21. Machen Sie Ihre Newsletter glaubwürdiger/authentischer und garnieren Sie Ihre Tipps und Angebote z.B. mit persönlichen Erfahrungen.
  
22. Angebote mehrmals aussenden, denn jedesmal öffnet ein neuer Abonnenten-Teil Ihrer Liste die Newsletter-Ausgabe (es sind nicht immer dieselben Menschen, die Ihre Newsletter lesen!).
  
23. Versenden Sie nur relevante und nützliche Inhalte.
  
24. Denken Sie an die Veröffentlichung Ihrer Datenschutzerklärung.
  
25. Sagen Sie Ihren Empfängern, dass diese Ihren Newsletter gerne an Bekannte und Freunde weiterleiten dürfen.
  
26. Bieten Sie innerhalb Ihres Newsletters eine Registrierungs-Möglichkeit, falls Ihr Newsletter weitergeleitet wurde.

27. Bringen Sie nicht nur Kaufangebote. Berichten Sie auch über aktuelle Entwicklungen und interessante Informationen, die zu Ihrem Themenfeld passen.
  
28. Fragen Sie Ihre Abonnenten, was diese von Ihnen erfahren möchten.
  
29. Lesen Sie die Antworten, die Ihre Empfänger Ihnen senden. Verwenden Sie deswegen keine no-reply@Beispiel.de Antwort-Adresse. Sie lernen so Ihre Abonnenten kennen und können den Newsletter und evtl. auch Ihre Produkte besser auf sie abstimmen/optimieren.
  
30. Bieten Sie Ihren Interessenten einen abwechslungsreichen und interessanten Newsletter. Damit erhöhen Sie die Öffnungsrate, verringern die Abmelderate und verstärken die Kaufbereitschaft bei Ihren Interessenten.

## Schlusswort

Mit diesem Ratgeber haben Sie es jetzt in Ihrer eigenen Hand, Ihre berufliche Zukunft im Internet massiv zu beeinflussen. Wenn Sie das vermittelte Wissen konsequent und kreativ einsetzen, dann können Sie damit nicht nur Ihre schärfsten Konkurrenten aus dem Rennen werfen - mehr noch:

Mit dem Know-How dieses Produkts können Sie Ihr Leben komplett auf den Kopf stellen, weil es Ihnen zu finanziellem Reichtum verhelfen kann. Und das ist kein Scherz. Sie wissen doch: "In der Liste liegt das Geld". Man kann ja den Marketing-Gurus vorwerfen, dass Sie mit ihren Werbe-Sprüchen häufig übertreiben und hier und da auch schon mal Blödsinn erzählen. Aber der Satz "*In der Liste liegt das Geld*" kann wahrer nicht sein. Glauben Sie mir. Mich hat meine Liste reich gemacht.

Und was mich reich gemacht hat, das kann nun auch Sie wohlhabend machen. Vor allem jetzt, da ich Ihnen alle meine Tricks verraten habe und Sie sofort loslegen können mit Ihrem Newsletter-Marketing.

Waren es früher ein paar Suchmaschinenoptimierer, die sich aufgrund guter Platzierungen bei Google & Co. temporär eine goldene Nase verdient haben, so sind es heute diejenigen, die mit prallgefüllten Listen solides Newsletter-Marketing betreiben und dauerhaft Geld verdienen. Ob als Affiliate eines Partnerprogramms, als Online-Marketer mit eigenen digitalen Produkten oder als normaler Geschäftsmann in der Offlinewelt.

Newsletter-Marketing ist für jeden Geschäftsmann und für jede Geschäftsfrau eine absolut seriöse, solide und nachhaltige Marketing-

Methode, mit der man langfristig sehr viel Geld im Internet verdienen kann.

Sie werden es erleben. In wenigen Jahren wird kaum noch ein Unternehmen auf dieses bedeutende Kommunikations- und Marketing-Instrument verzichten.

Der Grund: Es kann sich einfach kein erfolgreiches Unternehmen mehr leisten, auf professionelles E-Mail-Marketing zu verzichten.

Mein Tipp:

Seien Sie Vorreiter des neuen Marketing-Wunders "E-Mail-Marketing" und bringen Sie Ihre Schäfchen ins Trockene, bevor Ihre Wettbewerber und andere dieses Instrument in die Hände bekommen. Noch ist es nicht zu spät. Noch können Sie zu den Ersten zählen, die wie ich von E-Mail-Marketing massiv profitieren. Sie wissen ja: "Wer zuerst kommt, mahlt zuerst".

Los geht's. Holen Sie sich Ihr Geld, Sie wissen ja wo es liegt...

Gute Verdienste mit Ihrem E-Mail-Marketing wünscht

**Ihr Sven Meissner**



## Über den Autor:

**Sven Meissner** zählt seit vielen Jahren zu den bekanntesten Internet-(Super)Marketern im deutschsprachigen Raum.

Als erfahrener Internet-Marketing-Experte unterstützt Sven Meissner Internet-Einsteiger darin, Geld im Internet zu verdienen.



Sven Meissner (Internet-SuperMarketer)

Auf Webseiten, in eBooks und in unzähligen Videos motiviert Sven Meissner vor allem Menschen, die eine neue Zukunft suchen und bereit sind, die große Chance "Geld verdienen im Internet" zu nutzen.

Mehr Informationen über den Autor Sven Meissner finden Sie auch auf seiner persönlichen Homepage [www.sven-meissner.com](http://www.sven-meissner.com).