

**FOR
FREE**



E-Mail Marketing Starter-Guide

von Alex Wiethaus

Was ist ...

... **E-Mail Marketing?**

E-Mail Marketing definiert jegliche Kommunikationsmaßnahmen zu Deinem Kunden über E-Mails. E-Mail Marketing kann in den Newsletterversand und den Versand von Autorespondern unterteilt werden. Leider haben viele Marketer Newsletter benutzt um schnell an E-Mail Adressen zu kommen, ohne einen wirklichen Mehrwert zu bieten.

... **ein Newsletter?**

Newsletter sind manuell erstellte E-Mails, die Du an Deine Abonnenten versendest. Du erstellst also eine E-Mail und sendest diese an Deine Abonnenten. Newsletter kannst Du sowohl regelmäßig als auch unregelmäßig verschicken. Der Arbeitsaufwand ist hierbei groß, weil Du immer wieder neuen Inhalt für Deine Abonnenten liefern musst. Im englischsprachigen Raum heißen Newsletter auch häufig Broadcast-E-Mails.

... **ein Autoresponder?**

Autoresponder sind E-Mails, die automatisch versendet werden. Du erstellst diese E-Mails und sobald sich jemand in Deiner E-Mail-Liste anmeldet, wird der Autoresponder automatisch gestartet. Wenn es um mehrere E-Mails geht, die hintereinander geschaltet werden, sprechen wir von einer Sequenz. Viele Marketer sprechen hierbei auch von Follow up-Sequenzen.

... **ein Lead Magnet?**

Die Zeiten, dass sich jemand beim Wort Newsletter automatisch in Deine E-Mail Liste eingetragen hat sind vorbei. Heutzutage musst Du Deinen zukünftigen Abonnenten etwas bieten. Bei dem Geschenk für neue Abonnenten sprechen wir von einem Lead Magnet. Also einen Magneten, der neue Abonnenten anlockt. Dies kann z.B. ein E-Book sein, oder ein kleiner kostenloser Kurs, der neuen Abonnenten zugeschickt wird.

... **eine Landingpage?**

Eine Landingpage ist eine optimal zugeschnittene Webseite, auf die Deine zukünftigen Abonnenten kommen, wenn sie beispielsweise auf eine Werbeanzeige oder auf einen Link von Dir geklickt haben. Auf der Landingpage vermarktest Du Dein Lead Magnet. Die Landingpage besteht meist aus einer Überschrift, einem Verkaufstext, verkaufsfördernden Bildern, einem Call-to-Action (Handlungsaufforderung) und einem Anmeldeformular für Deine E-Mail Liste.

Vorgehensweise

- 1 Zielgruppe definieren** 
- 2 Motive kennenlernen** 
- 3 Ziele bestimmen** 
- 4 Lead Magnet kreieren** 
- 5 Trafficquellen definieren** 
- 6 Autoresponder erstellen** 
- 7 Landingpage(s) bauen** 
- 8 Messen, Lernen, Anpassen** 

Achtung:

- 1. Führe jeden Schritt aus**
- 2. Denke ganzheitlich und langfristig**
- 3. Dokumentiere Deine Ergebnisse**
- 4. Punkt 8 wird dauerhaft wiederholt**
- 5. Wiederhole den Prozess für eine neue Zielgruppe**



Zielgruppe definieren



**1. Wie sieht mein Traumkunde aus?
Avatar/Persona erstellen!**

**2. Wie groß ist die Zielgruppe?
Nicht jeder ist Dein potenzieller Kunde!**

**3. Welche Probleme hat die Zielgruppe?
Passt meine Lösung zur Zielgruppe?**

**4. Wo treibt sich die Zielgruppe herum?
Wo kann ich sie ansprechen? Wie möchte
sie angesprochen werden?**

**5. Wem vertraut die Zielgruppe? Wem
hört sie zu? Lässt sie sich von jemanden
beeinflussen (Influencer)?**

**6. Kenne ich schon Personen aus der
Zielgruppe? Können die mir bei meinem
Vorhaben helfen?**

2

Motive kennenlernen



- 1. Warum benutzt die Zielgruppe die jeweiligen Kanäle?**
- 2. Warum hat die Zielgruppe das beschriebene Problem?**
- 3. Warum sollte die Zielgruppe an meiner Lösung interessiert sein?**
- 4. Warum gab es bisher noch keine Lösung für das Problem?**
- 5. Wie bewusst ist der Zielgruppe das Problem? Wie wichtig ist der Zielgruppe eine schnelle Lösung?**
- 6. Würde die Kaufentscheidung schnell oder langsam eintreten?**
- 7. Welche Informationen benötigt die Zielgruppe für eine Entscheidung?**

3 Ziele bestimmen



SMARTe Ziele

Spezifisch = klar definiert

Messbar = nicht viele, sondern 100

Akzeptiert = stehe hinter Deinem Ziel

Realistisch = setzt Dir erreichbare Ziele

Terminiert = Datum bis wann ...

Beispiel:

"Ich möchte innerhalb von 30 Tagen 200 Abonnenten gewonnen haben. Davon sollen 10% mein Produkt kaufen. Insgesamt möchte ich nur 250 Euro in dieser Zeit investieren."

Problem: Was ist realistisch? Was ist möglich?

Das hängt ziemlich stark von der Situation ab.

Aber: Erstmal ist vieles möglich! Starte und passe Deine Ziele und Methoden an!

4

Lead Magnet kreieren



Die Möglichkeiten sind hier unbegrenzt. Sei kreativ und wähle ein Lead Magnet aus, welches zu Dir und Deiner Zielgruppe passt.

Beispiele:

- **E-Book**
- **Hörbuch**
- **Liste (Ressourcen, Links, Tools etc.)**
- **mehrteiliger E-Mail Kurs**
- **Cheat Sheet (mit gebündelten Infos)**
- **Vorlagen - Word, Excel, usw.**
- **ein oder mehrere Videos/Audiodateien**
- **Webinar**
- **Kostenloses Testen**
- **Probeartikel/Leseprobe**
- **Coupons (Rabatt, Lieferung umsonst)**
- **Fallstudien**
- **Anleitungen oder Hilfestellungen**
- **kostenlose Beratungen per Skype**
- **private Facebook-Gruppe/Community**
- **Gewinnspiel**

5

Trafficquellen definieren



Trafficquellen können sein:

- **Facebook-Seiten**
- **Fremde Facebook-Gruppen**
- **Eigene Facebook-Gruppen**
- **Facebook-Werbung**
- **Google Adwords Werbung**
- **Blogs (Gastbeiträge oder Kommentare)**
- **Foren**
- **Soziale Kanäle von Influencern**
- **XING-Gruppen**
- **Linkedin**
- **Andere E-Mail Listen**
- **Magazine**
- **Youtube-Videos**
- **Eigener Blog**
- **Medium**
- **Tausend weitere Ideen für Quellen**
- **Podcasts**
- **Interviews**
- **Kooperationen mit anderen Marketern**

5

Trafficquellen definieren



Meine drei wichtigsten Trafficquellen:

- **Fremde Facebook-Gruppen (Einfach und schnell - Achtung: Beachte immer die Gruppenregeln)**
- **Gastbeiträge (Viel Arbeit aber auch viel Traffic - Schaue Dir vorher die Reichweite an)**
- **Eigene Artikel (Überlege Dir eine Strategie, wie Du die eigenen Artikel bewerben möchtest)**

Eine weitere extrem wichtige Trafficquelle:

Bezahlte Werbung: Wenn Du die anderen Trafficquellen getestet hast und alles optimiert ist, kannst Du ein bisschen Geld in die Hand nehmen und mit einer bezahlten Werbeanzeige testen. Das kann ein Booster für Dein Marketing sein.

6 Autoresponder erstellen



AIDA-Methode



1 Sprich Deine Zielgruppe dort an, wo sie sich aufhält:
Soziale Netzwerke



2 Baue eine Landingpage und einen Lead Magnet: z.B. Kostenloses E-Book



3 **Nach der Anmeldung:** Heiße den Abonnenten Willkommen. Falls Du ein eBook oder etwas einmalige als Lead Magnet hast, sende ihm die Datei. Bei einem E-Mail Kurs kannst Du dem Leser einen Überblick geben und die nächste E-Mail ankündigen.



4 **Attention:** In der 2. Mail fängst du mit der AIDA-Methode an. Zuerst möchtest Du die Aufmerksamkeit deines Abonnenten wecken. Wie? Indem Du eine tolle Geschichte erzählst. Erzähle keine Märchen sondern eine Geschichte, die zum Leser passt.



5 **Interest:** Hier geht es darum, die Aufmerksamkeit in Interesse umzuwandeln. Binde den Nutzen des Abonnenten in die Geschichte. Skizziere ein Problem und sage dem Abonnenten, dass in der nächsten E-Mail eine Lösung aufgezeigt wird.



6 **Desire:** In der letzten Mail hast Du das Problem skizziert. Der Abonnent ist nun auf die Lösung gespannt. Nach dieser Mail sollte sein Wunsch nach der Lösung vorhanden sein. Dafür musst Du zeigen, wie die Lösung dem Abonnenten helfen kann.



7 **Action:** Diese Mail muss den Leser zum Handeln bewegen. Erstelle einen Call-To-Action, der dem Abonnenten genau sagt, was er jetzt tun muss, um sein Problem zu lösen. "Mache nun genau dies um das zu erreichen". Betone nochmal den Nutzen.



Ziel: Du hast es geschafft. Aber höre hier nicht sofort auf. Biete dem Abonnenten auch in den nächsten Mails einen Mehrwert. Erinnere ihn nochmal an die Action-Mail, damit er auch im Nachhinein Deine Lösung kaufen kann. Send LOVE not SPAM!



Landingpage(s) bauen



10 Regeln für eine gute Landingpage:

- 1. Keine Ablenkungen (Navigation ausschalten, möglichst clean halten)**
- 2. Teste Überschriften und Call-To-Action-Elemente (Oft erzielst Du mit kleinen Änderungen mehr als mit einem kompletten Re-Design)**
- 3. Jeder Satz sollte den nächsten Satz verkaufen (Storytelling Der User soll nicht aufhören zu lesen)**
- 4. Die Seite soll Dein Lead Magnet verkaufen (Das ist eigentlich klar, trotzdem vergessen es immer wieder viele Marketer)**
- 5. Hab keine Angst vor langen Landingpages (Frage Dich immer: Hat der User genug Informationen, um seine Entscheidung zu treffen? Falls nein: Gib ihm mehr Informationen)**



Landingpage(s) bauen



6. Du darfst gerne Bilder und Videos oder Audiodateien einsetzen (Nicht jeder User hat Lust, alles zu lesen. Gib ihm verschiedene Möglichkeiten, Dein Wissen zu erhalten)

7. Hole Dir Inspiration von Anderen (Du musst das Rad nicht neu erfinden. Kopieren und Stehlen ist okay. Schaue Dir auch bewährte Konzepte)

8. Überzeuge durch Emotionen und nicht durch Informationen (Frage Dich, warum der User jetzt genau auf Deiner Seite ist und was er erwartet)

9. Bettele nicht um Anmeldungen sondern lass den User betteln (Mach dem user ein unwiderstehliches Angebot, welches er unbedingt annehmen muss)

10. Deine Seite muss nicht von Anfang an perfekt sein (Keine Landingpage ist perfekt beim Start. Du findest erst die Fehler, wenn Du sie veröffentlicht hast.)