



4 Alles Verändernde E-Mail Marketing Tricks

Die du höchst wahrscheinlich noch
nie probiert hast!

von

OnlineMarketingWelt.com

4 Alles Verändernde E-Mail Marketing Tricks



Zu Beginn fasse ich kurz zusammen, was du in diesen pdf erfahren wirst.

Es handelt sich, wie angekündigt um 4 Tricks. Im ersten Trick geht es darum wie du deine Öffnungsrate erhöhen kannst. Im nächsten Trick geht es darum wie du deine Klickraten erhöhst.

Dies führt in der Folge zu mehr Aufträgen, zu mehr Verkäufen und zu Mehreinnahmen für dein Unternehmen.

Das Beste dabei ist es erfordert ein Minimum an wertvoller Zeit und Einsatz. Es handelt sich nicht um ein Onlinekurs, bei dem du zwei Wochen braust um diese Tricks einzusetzen.

Ich nenne es einfach mal 80/20 Marketing in Anlehnung an dasPareto Prinzip.

Es handelt sich wirklich nur um einige einfach umzusetzende Tricks, mit denen du dein

E-Mail Marketing wirklich wirklich nachhaltig verbessern kannst.

Also die Tricks der Reihe nach:

Beim ersten Trick geht es darum deine Subscriber / Interessenten, also deine Menschen auf deiner E-Mail Liste zu reaktivieren deine E-Mails zu öffnen.

Ich zeige dir gleich einen einfachen Weg wie du das machen kannst.

Beim zweiten Trick geht es darum deine E-Mail Zustellraten zu erhöhen kannst, indem du "tote Links" von deiner Liste verbannst.

Beim dritten Trick erfährst du drei Dinge die du unbedingt Split testen solltest in deinen E-Mails.

Das ist wiederum ein einfacher Weg dies zu bewältigen.

Und im letzten Trick geht es darum wie du deine besonders engagierten und interagierenden Interessenten aus deiner Liste herausfindest.

Kommen wir zum ersten Trick ich nenne ihn mal die "zweite Chance".

Dieser Trick wurde vor allem durch Noah Kagan von Appsumo sehr bekannt.



Er ist dafür bekannt, dass es sich eine sehr sehr große E-Mail Liste aufgebaut hat. So etwas zwischen 700.000 und 1 Million Menschen.

Diese Liste hat er angefangen von null auf aufzubauen und er und sein Business entsenden derzeit monatlich E-Mails in einer Größenordnung von einer siebenstelligen Zahl raus. Oder noch mehr. Ein Zitat von ihm ist....

30 % plus mehr Öffnungsrate als wenn ich nichts getan hätte... Wenn du eine E-Mail in den letzten vier Wochen zu deiner Liste geschickt hast, setz dich an deinen Rechner, öffne deine E-Mail Software und sende diese E-Mail nochmal zu den Menschen die die erste E-Mail nicht geöffnet haben.

Ein Beispiel, eine Broadcast E-Mail, also keine aus einem Autoresponder. Und sagen wir mal diese E-Mail hat eine Öffnungsrate von 49%. Dann sendest du, sagen wir mal 2 oder 3 Tage später eine weitere E-Mail mit dem gleichen Inhalt, nur die Betreffzeile änderst du ab. Und schon kannst du mit einer zusätzlichen **Öffnungsrate** von 10-30% rechnen.

Trick Nummer 2. Ich nenne ihn mal "Der Besen".

Dazu möchte ich dir eine Aussage von Unbounce vorstellen. Unbounce ist unter anderem ein Landingpage Dienstleister. Und das Zitat lautet.

ISP's (Internet Service Providers) schauen nach wen du anmailst, wie oft, die Missbrauchsanzahl, Beschwerden und ob eine E-Mail geöffnet und geklickt wurde. Alle diese Faktoren bestimmen deine Reputation mit dem ISP's und ob deine E-Mail auch in die Inbox deiner Subscriber / Interessenten geliefert wird.

Das bedeutet für dich, ganz egal ob du mit Getresponse, Aweber oder Mailchimp versendest. Deine **Zustellrate** wird darunter leiden, wenn du "**tote Leads**" auf deine E-Mail Liste hast.

Das sind Menschen, die Deine E-Mail **nicht öffnen** und folglich keine Links klicken.

Das ist der 2. Trick, nämlich die Menschen von deiner Liste zu löschen, die nichts öffnen und nichts klicken.

Filtere also in deiner E-Mail Software heraus, welche Menschen das sind. Du kannst z.B. schauen, wie die Interaktionen auf deine letzten 10 E-Mails waren.

Diese gefilterten Menschen löschst du dann einfach oder schiebst sie auf einen anderen E-Mail Anbieter. Von Ryan Deiss (www.digitalmarketer.com) hab ich gelernt, dass man diese Menschen ebenfalls automatisch in der E-Mail Software trackt und nach 90 Tagen spätestens einer letzten E-Mail Kampagne unterzieht.

Wenn diese E-Mails dann weiterhin nicht beachtet werden, so ist es höchst wahrscheinlich nicht dein potentieller Kunde und du kannst diese E-Mail Adresse getrost löschen. Auch wenn es dir schwer fällt.

Trick Nummer 3. "Nehme nichts einfach an, TESTE"

Hier geht es um, du ahnst es schon, splitttesten.

Nehmen wir mal ein Beispiel dazu.

Sie bekommen einen Monat GRATIS, wenn sie Upgraden auf die jährliche Zahlweise.

VS.

1 Monat Getresponse frei mit der jährlichen Zahlweise.

Das sind also 2 ähnliche Betreffzeilen und wenn du so etwas in der Art mit deinen Kunden splitt testest um zu erfahren welche eine höhere Öffnungsrate bekommt, so könnte diese Beispiel etwas so aussehen:

die erste Betreffzeile 62% VS 54% für die 2. untere Betreffzeile.

= 15 % Verbesserung

Also, wenn du hier ein Verbesserung von 15% erhältst und dann noch die anderen Tricks umsetzt so werden sich deine E-Mail Resultate dramatisch verbessern.

Und es ist wirklich sehr einfach diese Schritte um zusetzen.

Leider muss ich dazu sagen nicht jedes Tool macht es dir möglich. Aber falls das deine Software nicht kann, so würde ich an deiner Stelle über einen Wechsel nachdenken.

Es gibt hauptsächlich 3 Dinge die du testen solltest.

- die Betreffzeile
- "From" Name - Absenderadresse
- und die Aussendezeit.

Also wenn du diese 3 Dinge über einen bestimmten Zeitraum testest. (Es kommt natürlich darauf an wie viele E-Mail du aus diesem Autoresponder versendest).

Dann kannst Du damit Deine Betreffzeilen immer weiter tweaken und kontinuierlich verbessern.

Kommen wir zum 4. und letzten Trick mich nenne ihn mal "Hinter den Kulissen"

Und bei diesem Trick braucht dein Anbieter einen Java Skript Schnipsel, um die verschiedenen Aktionen, die dein User durchführt zu taggen. Dabei geht es um E-Mail Öffnungen, Klicks auf Links und Seitenbesuche die er gemacht hat.

Durch diese diese Tagging kannst du deinen Subscribern / Interessenten sozusagen Punkte für ihr Engagement mit deinem Content vergeben. Und dann gefiltert die Subscriber die an einem Thema besonders interessiert sind in eine neue Kampagne stecken.

So kannst du diesen Subscriber, z.B. ab einem bestimmten Lead Score (erreichte Punkte) als Lead deklarieren und diesen dann automatisch in eine weitere Kampagne senden.

Diese Kampagne könnte z.B. "Bereit für den Kauf" oder "Extrem Interessiert an..." heißen.

Weiterhin könntest du diesen Kontakt auch in eine extern Anwendung wie Pipedrive oder Zapier senden.

Und z.B., bei einem Hochpreisprodukt, diesen Lead an einen Verkäufer für ein Telefonat weitergeben.

Oder dein Subscriber wird von einer E-Mail Kampagne die eher zur Bildung diente, in eine Kampagne die mehr Fokus auf den Verkauf legt geschwicht.

Das war es soweit. Nun habe ich noch einen Bonus Trick (Hack) für dich.

Ich hoffe du hast noch die 1/2 Minuten.

Bonus Hack: "Verrückte Personalisierungen"

Die meisten E-Mail Marketing Plattformen erlauben es dir deine E-Mail zu personalisieren.

Z.B. Hi ...,

Das ist jetzt nicht weiter ungewöhnlich, ich möchte mit dir noch einen Schritt weiter gehen.

Du kannst im PS Deiner E-Mail Text anzeigen lassen je nachdem mit welchen TAGS dein Subscriber versehen ist.

Wenn er nicht als TAG "Kunde" markiert ist P.S. Und wenn Du dieses Super Produkt noch nicht ausprobiert hast, solltest du deine 14 tägige Testmitgliedschaft hier beginnen.

Weiterhin könntest du in deinem E-Mail, im Haupttext, dann schreiben ... "Deine Testmitgliedschaft ist noch 7 Tage gültig" und dann weiter....

...je nach dem welche Aktionen schon ausgeführt wurden bestimmte Texte zeigen.

Hat er z.B. 3 Schritte in deinem Follow-Up Prozess zu durchlaufen, so kannst du taggen welche davon abgearbeitet wurden und je nachdem die E-Mail wie von Geisterhand automatisch und personalisiert zugeschnitten ausliefern lassen.

Crazy, nicht wahr?

Ich weiß das ist alles sehr sehr komplex und ausgereift. Aber dahin wird es in Zukunft gehen mit der E-Mail Automation.

Und denke immer daran das alles steigert das Engagement, die Klicks und deine Umsätze.

Eine kleine Zusammenfassung.

Du bist höchst wahrscheinlich schon gut vertraut mit E-Mail Marketing.

Und ich und auch andere große Marketer wie Frank Kern.. von dem ich einiges lernen durfte, glauben daran dass Marketing Automation die Zukunft des E-Mail Marketings ist.

Alles was ich die heute gezeigt habe ist mehr E-Mail Automation als E-Mail Marketing.

Wenn Menschen E-Mail Marketing hören, dann denken viele an statisch aufgesetzte Autoresponder und das ist es nicht worüber ich ich spreche.

Mir geht es um:

- die unglaubliche Personalisierung,
- über das erneute Versenden der Broadcast E-Mails
- und die anderen Hacks die ich dir heute gezeigt habe.

E-Mail Marketing, das war damals, heute geht es um TAGs, Trigger und um das Verhalten deiner E-Mail Empfänger.

Ich hatte mal einen Blog Post gelesen und dort stand:

The days of one-to-many email marketing are quickly coming to a close. We are entering the age of one-to-few and one-to-one email marketing.

Und das ist es was ich Dir bewusst machen möchte. Das du dich damit vor deinen Mitbewerbern beschäftigst.

Bevor diese dann einen Vorsprung sich über die nächsten paar Jahre ausbauen können.

Es ist mehr und mehr offensichtlich, das normales E-Mail Marketing immer schlechter konvertieren wird. Und da kommt dieser Game Changer ins Spiel und wird immer immer wichtiger.

Dadurch hast du eine Vorsprung vor deiner Konkurrenz und kannst sie lange lange zurückhalten.

Wenn dir dieser Beitrag gut gefallen hat, dann trage dich in meinen Verteiler für zukünftige Infos, z.B. aus dem Bereich E-Mail Marketing ein.

Natürlich kannst auch du dich jederzeit einfach wieder austragen oder ich werfe dich selber raus wenn ich merke du öffnest nichts, Wie du ja heute gelernt hast ;-).

Hier geht es zum Newsletter.



Trage Dich Jetzt Ein

Wenn auch Du Dir ein Online Business aufbauen oder Dein bestehendes ausbauen willst, kannst unsere Artikel zuerst erhalten. Wenn Du Dich für unseren wöchentlichen Newsletter hier anmeldest...

[KLICKE HIER](#)