

5 Tipps um mit E-Mail Marketing mehr Kunden zu gewinnen!

1. Lerne deine Zielgruppe genau kennen!

Das wichtigste Ziel beim E-Mail Marketing, ja generell beim Online Marketing, ist es aus Interessenten (Leads) Kunden zu generieren! Hierzu ist es im ersten Schritt sehr wichtig, deine Kundengruppe genau zu kennen bzw. kennen zu lernen!

Der erste Schritt, um neue Kunden online zu gewinnen und auch zu begeistern ist zu wissen, wer meine Kunden denn überhaupt sind!

Dies wird oft auch mit *idealer Kunde* oder *Kundenavatar* bezeichnet.

Was beschäftigt meine Interessenten und Kunden?

Was für dringende **Probleme** haben sie, z.B. zu dick zu dünn, zu wenig Geld, zu wenig Selbstbewusstsein, keine Kondition, etc.

Wenn ein Mensch ein Problem hat ist er leichter bereit, für die Lösung auch Geld auszugeben. Leichter z.B. als ihn vom Kauf eines neues Tennisschlägers oder eines Autos zu überzeugen.

Wenn du schon ein Offline Business betreibst, kennst du sicherlich schon deinen typischen Kunden. Du weiß z.B. wer zu dir ins Sportstudio kommt, die Altersgruppe, eher Männer oder Frauen.

Welche Kurse besuchen Sie? Warum gehen sie ins Studio, z.B. um fitter zu werden, um fit zu bleiben, um Muskel aufzubauen, um die Wirbelsäule zu stärken, etc.

Wenn du ein neues Online Business neu gründen möchtest, z.B. um Online Kurse zu vertreiben, solltest du über das Netz rausfinden, was deine Kunden beschäftigt. Dazu bieten sich Foren und Frageportale an. In den sozialen Medien wie XING oder Facebook würde ich entsprechende Gruppen beitreten und auch an Diskussionen teilnehmen.

Facebook Anzeigen eignen sich auch hervorragend um zu ermitteln, wer deine Anzeige liest.

Facebook bietet dir ja dazu eine Auswertung an, u.a. über Altersgruppen und Geschlecht. Hierzu reicht meist eine Laufzeit der Anzeige von wenigen Tagen.

Warum ist es so wichtig, genaue Vorstellungen von meinem (zukünftigen) Kunden zu haben?

Nun, nur so kannst du ihn direkt und gezielt ansprechen, auf seine Wünsche und Probleme eingehen. Damit fühlt er sich direkt angesprochen und du kannst eine Beziehung aufbauen.

Stelle dir immer vor, Kunden kaufen nur von denen, zu dem Sie ein Vertrauensverhältnis aufgebaut haben. Dieses Vertrauen aufzubauen, ist die Kunst und die Aufgabe.

Im persönlichen Kontakt mit einem Menschen, z.B. beim Kauf in einem Ladengeschäft bauen wir schnell eine Beziehung über unsere Mimik und Gestik auf, auch über die Gestaltung des Geschäftes, dies alles steht dir im Netz nicht zur Verfügung.

2. Persönliche Ansprache deines idealen Kunden

Spreche deine Interessenten und Kunden immer direkt an, entweder in „DU“ Form oder „SIE“ Form. Beides ist im Internet und auch im E-Mails hoffähig geworden, allerdings gibt es Unterschiede von Branche zu Branche. Wenn du nicht sicher bist ob die DU Form angebracht ist, schau dir Mitbewerber oder deine Branche an, welche Ansprache dort verwendet wird.

Aus meiner Sicht ist die SIE Form höflicher, aber auch etwas distanzierter als die DU Form!

Verwende NIE die indirekte Ansprache, so nach dem Motto: „Man kann dieses Problem so lösen...“, viel besser ist es zu schreiben: „DU kannst das Problem so lösen..“

3. Baue eine Beziehung und Vertrauen auf

Nachdem du nun deine Zielgruppe genau kennst, fange damit an, eine Beziehung und Vertrauen zu deinen Kunden aufzubauen.

Welche Möglichkeiten bieten sich da an?

Gehe da grundsätzlich immer nach dem Prinzip vor:

„Erst geben dann nehmen“

Liefere deinen Kunden wertvolle Informationen in Form von Blogartikeln, Videos oder auch Podcast. Die Informationen sollen nach Möglichkeit ein Problem des Kunden lösen und nicht zu allgemein gehalten sein. Um beim obigen Beispiel des Fitnessstudios zu bleiben, könnte das eine konkrete Anleitung sein, um die Wirbelsäule zu stärken oder über „gesundes Sitzen“.

Dein Weg sollte, im ersten Schritt, immer sein die **E-Mail Adresse** deines Kunden zu erhalten um damit eine Kundenliste aufzubauen.

Warum dieser Umweg und nicht direkt meine Dienstleistung oder Produkt bewerben?

Weil dein Kunde erst mal Vertrauen und eine Beziehung zu dir aufbauen muss, sonst wird er nicht kaufen. Es gibt verschiedene Studien, dass ein Interessent erst nach dem 3-7 Kontakt bereit ist zu kaufen.

Wie schaffe ich nun das immens wichtige Vertrauen zu meinen Kunden aufzubauen?

Das Zauberwort heißt **zielgerichtetes E-Mail Marketing**.

Wenn wir uns mal überlegen, mit welchen Mitteln wir beruflich und privat am häufigsten kommunizieren, dann steht plötzlich die E-Mail in vorderster Reihe. Weit mehr als die Kommunikation in sozialen Medien. Das bestätigen auch verschiedene Studien, z.b. von t3n zur Verbreitung und Nutzung der E-Mail.

Wir sollten also die Form wählen, die uns alle am besten vertraut ist und am meisten genutzt wird.

4. Binde deine Kunden und biete echte Problemlösungen an

Nach Abschluß des ersten notwendigen Beziehungsaufbaus, ist der Kunde nun wahrscheinlich auch bereit bei dir zu kaufen.

Mit welchen Instrumenten bzw. über welche Medien verkaufe ich am besten?

Auch hier steht die Verkaufsmail ganz weit oben bei den erfolgreichsten Medien. Mache jetzt aber bitte nicht den Fehler, eine Verkaufsmail nach der anderen zu versenden, das kommt bestimmt nicht gut an. Hier sollte die Mischung zwischen nützlichen kostenfreien Informationen und Verkaufsangeboten schon passen.

Ich würde hier eine Mischung von 2-4 Informationsmails und einem Verkaufsangebot empfehlen, es kommt hier aber stark darauf an, wie weit der Kunde dich als Person oder dein Unternehmen schon kennt.

Je mehr Vertrauen aufgebaut und erfolgreiche Verkäufe getätigt wurden, je mehr kann man sich auf den Verkauf konzentrieren.

Auch hier kommt wieder das zielgerichtete E-Mail Marketing ins Spiel!

Interessenten, die noch kein Produkte gekauft haben, erhalten weiterhin, im Rahmen einer *Interessenten E-Mail Kampagne* wertvolle Information, die vor allem den Nutzen des Produktes oder auch einer Dienstleistung aus Sicht des Kunden hervorheben und erklären.

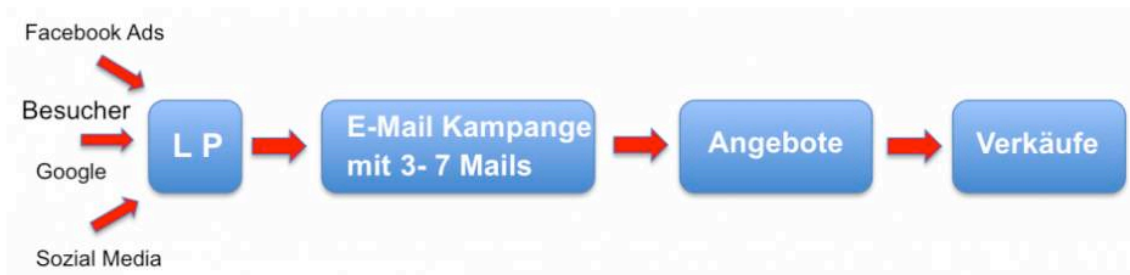
Die Kunden die das Produkt schon erworben haben, erhalten dagegen E-Mails die den Umgang des Produktes und nützliche Tipps rund um das Produkt erklären. Damit stellst du eine Bindung zum Käufer her. Außerdem erhalten die „Käufer“ Verkaufsmails zu weiteren Produkten oder Angeboten von dir.

Diese E-Mail Kampagnen lassen sich weitgehend automatisieren, vor allem dann, wenn es sich um Produkte handelt, die digital (Videokurse, EBooks, Podcast) ausgeliefert werden können, da hier automatisch eine Kennzeichnung gesetzt werden kann, wer welches Produkt gekauft hat.

5. Baue einen Marketing Funnel auf, um kontinuierlich neue Kunden zu gewinnen

Baue dir einen weitgehend automatisierten Verkaufsfunnel auf, um kontinuierlich neue Kunden für dein Geschäft zu gewinnen! Damit bist du dann in der Lage, deine Kundengewinnung über das Netz zu skalieren!

Gehe hierzu immer nach folgendem Muster bzw. Schema vor:



Wenn du z.B. für eine Facebook Werbung für 10 Leads 12,-€ bezahlen mußt und erreichst dadurch einen Verkauf deines Produktes im Wert von 40,-€, befindest du dich deutlich in der Gewinnzone und kannst deine Werbeausgaben erhöhen.