

LISTENAUFBAU GEHEIMNISSE



38 EINFACHE WEGE EINE LISTE ZU BILDEN

Zur freundlichen Beachtung

Dieses Werk ist durch das Urheberrecht geschützt. Zuwiderhandlungen werden straf- und zivilrechtlich verfolgt. Ohne schriftliche Genehmigung des Autors ist jegliche – auch auszugsweise – Vervielfältigung und Verbreitung nicht gestattet, sei es

- in gedruckter Form,
- durch fotomechanische Verfahren,
- auf Bild- und Tonträgern,
- auf Datenträgern aller Art.

Außer für den Eigengebrauch ist untersagt: das elektronische Speichern, insbesondere in Datenbanken, und das Verfügbarmachen für die Öffentlichkeit zum individuellen Abruf, zur Wiedergabe auf Bildschirmen und zum Ausdruck beim jeweiligen Nutzer. Dies schließt auch Pod-Cast, Videostream usw. ein.

Das Übersetzen in andere Sprachen ist ebenfalls vorbehalten.

Die Informationen in diesem Werk spiegeln die Sicht des Autors zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dar. Bitte beachten Sie, dass sich gerade im Internet die Bedingungen ändern können.

Sämtliche Angaben und Anschriften wurden sorgfältig und nach bestem Wissen und Gewissen ermittelt. Trotzdem kann von Autor und Verlag keine Haftung übernommen werden. Eine Beratung bezüglich Ihrer individuellen Situation bei einem Rechtsanwalt, Unternehmens- oder Steuerberater ist in jedem Fall angeraten.

„**38 Listenaufbau-Geheimnisse**“, 1. Auflage 2010

© Copyright:

Thomas Skirde
16 Moo 2 Nong Kratum
30000 Nakhon Ratchasima
Thailand

Übersetzung, Lektorat, Textbearbeitung, Satz: Tim Ritter

SPRACHREGELUNG:

Zur Vereinfachung beim Schreiben und Lesen wird immer die männliche Form verwendet: der User, der Abonnent usw. Dieser Artikel dient als allgemeiner Gattungsbegriff und schließt weibliche Personen automatisch mit ein.

Sofern wir auf externe Webseiten fremder Dritter verlinken, machen wir uns deren Inhalte nicht zu eigen und haften somit auch nicht für die sich naturgemäß im Internet ständig ändernden Inhalte von Webseiten fremder Anbieter. Das gilt insbesondere auch für Links auf Softwareprogramme, deren Virenfreiheit wir trotz Überprüfung durch uns vor Aufnahme aufgrund von Updates etc. nicht garantieren können.
--

Hier ist Ihr

Begrüßungsgeschenk

Mein Dankeschön, dass Sie sich die Zeit nehmen, diesen Ratgeber durchzuarbeiten:

Mein kostenloser Autoresponder-Account – er hilft Ihnen, erst recht das Beste aus Ihrer Liste zu machen:

www.tom-responder.com

Einführung

Verehrter Kunde,

Vielen Dank für den Kauf von „38 Listenaufbau-Geheimnisse“. Mein Name ist Thomas Skirde und mir gehört unter anderem die Website

www.thai-thomas.com

Sie können mich unter dieser Adresse kontaktieren:

thomas.skirde@gmail.com

Wie Sie diesen Ratgeber anwenden

Den besten Rat, den ich Ihnen geben kann, ist, erst einmal alles bis zum Ende durchzulesen. Wenn möglich, in einer Sitzung.

Dann sollten Sie die Informationen noch einmal lesen. Anschließend nehmen Sie sich insbesondere die Abschnitte vor, die Sie noch nicht ganz verstanden haben. Wenn möglich sollten Sie sie auch jemand anderen lesen lassen und sich beide Notizen machen.

Es sind recht viele Webseiten-Links in diesem Ebook, deshalb ist es sicherlich das beste, es zu lesen, während Sie online sind, damit Sie sehen können, worüber ich rede.

Worum es in diesem Ratgeber geht und für wen er geeignet ist

Das Geld steckt in der Liste, das Geld steckt in der Liste, das Geld steckt in der Liste – wie viele Male haben Sie jeden Internet-Guru in dieser Welt das schon sagen hören? Hunderte Male, Tausende Male? Aus gutem Grund.

In der Liste steckt tatsächlich viel Geld!

Und in diesem Ebook werde ich Ihnen zeigen, wie Sie Ihrer Mailing-Liste Tausende qualifizierter Adressen hinzufügen, ohne ein Vermögen dafür auszugeben.

Lassen Sie uns beginnen!

Thomas Skirde

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 1

Machen Sie Ihren Content sachbezogen, das hält Ihre Leser bei Laune und steigert die Zahl derer, die Ihren Newsletter weiterempfehlen

Wie ich es sehe, ist eines der größten Probleme, die Newsletter und Ezine(Internetmagazin)-Herausgeber haben, dass sie über Themen schreiben, die niemand interessieren. Sie schreiben einfach über was auch immer, von dem sie denken, dass Leute darüber unterrichtet werden wollen, noch dazu ohne jegliche Recherche. Das ist ein großer Fehler.

Andere Herausgeber haben zwar eine gut definierte Nische, aber auch sie schreiben in ihren Newslettern Artikel, die für die Leser nicht von besonderem Interesse sind. Es ist sinnlos, einen Newsletter über Münzsammeln zu haben, aber Artikel über Briefmarkensammeln zu veröffentlichen, nur weil man sich nicht die Mühe gemacht hat, den passenden Content zu finden.

Das Problem ist leicht zu lösen: Versenden Sie einfach eine Email an Ihre Leser und fragen Sie sie, was sie lesen möchten. Auch können Sie andere Newsletter aus Ihrem Fachgebiet abonnieren, um zu sehen, worüber diese schreiben.

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 2

Fügen Sie mehr Newsletter-Eintragungsmöglichkeiten in Ihrer Website ein

Klingt ziemlich simpel, aber nur wenige Webmaster tun es tatsächlich. Wenn Sie eine Website mit 100 Unterseiten haben, dann sollten Sie auch 100 Eintragungsmöglichkeiten für Ihren Newsletter anbieten.

Sie können solch ein Eintragungsfeld im Grunde überall auf einer Seite platzieren: am Beginn, in der Mitte oder am Ende eines Seitentextes.

Solange Sie guten Content auf Ihrer Website veröffentlichen, werden Sie kein Problem haben, Abonnenten für Ihren Newsletter zu bekommen.

Eine interessante Möglichkeit für eine Content-Seite ist der folgende Weg:

Gehen Sie auf diese Website und sehen Sie, was der Webmaster macht, um Newsletter-Abonnenten zu bekommen. Es ist sehr clever:

<http://www.associateprograms.com>

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 3

Bieten Sie ein außergewöhnliches Geschenk an

In der Vergangenheit hatte ich ein Problem, Gratisartikel anzubieten, um Newsletter-Abonnenten zu bekommen, aber ich weiß jetzt, dass es prima funktioniert, wenn man es richtig macht.

Warum hatte ich ein Problem damit?

Nun, ich will eigentlich Eintragungen von Besuchern, die meinen Newsletter wollen, nicht, weil sie auf das dazugehörige Geschenk scharf sind.

Der beste Weg, etwas gratis anzubieten, ist, etwas Kostenloses selbst zu kreieren und nicht etwas, von dem Sie wie 500 andere Webmaster nur die Nachdruck- oder Wiederverkaufsrechte haben.

Sie aber wollen etwas Einzigartiges, etwas, das Ihren Newsletter stark aufwertet.

Wissen Sie, was ein wirklich guter Bonus für eine Newsletter-Anforderung ist?

Gute frühere Ausgaben Ihres Newsletters!

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 4

Verwenden Sie virale Gratis-Ebooks, um neue Abonnenten zu gewinnen

Sie haben die vorgenannten Methoden umgesetzt, aber Sie wollen noch mehr? Sie wollen Tausende Neuabonnenten für Ihren Newsletter bekommen, ohne einen Cent für Werbung auszugeben?

Virales Marketing ist der Weg! Schreiben Sie virale Ebooks, die herumgereicht werden und sich wie ein Virus verbreiten.

Virale Ebooks zu schreiben, ist nichts Neues, aber immer noch eine großartige Methode, um Ihren Newsletter bekannt zu machen. Es gibt ein paar probate Methoden, ein virales Ebook zu kreieren:

Entweder bieten Sie es gleich als Gratis-Produkt an oder aber Sie verlangen eine Gebühr und vergeben dafür im Gegenzug Nachdruck- bzw. Wiederverkaufsrechte, so dass die Käufer es weitervertreiben und Geld im weiteren Verlauf machen.

Ich selbst bevorzuge die Reprint-Route. Das Sache ist nur die, wenn sich einmal der Neuheiten-Charakter des ersten Ebooks abgenutzt hat, müssen Sie ein neues schreiben und dann wieder eins und und dann wieder eins usw.! Alle nach derselben Masche, alle mit Wiederverkaufsrechten und alle mit Ihren Newsletter-Eintragungs-Formularen gepflastert.

Das Ziel ist nicht, großes Geld aus dem Ebook-Verkauf zu machen, sondern mehr Abonnenten zu bekommen.

Also: Finden Sie eine Reihe von Publishern in Ihrer Marktnische, lassen Sie diese wissen, dass Sie ein neues Ebook erstellt haben, das diese verwenden und auf ihrer Website anbieten dürfen, geben Sie ihnen Werbeunterstützung durch einen Werbetext, erzählen Sie ihnen, dass sie das Ebook kostenlos haben können, um das Ebook mit oder ohne Nachdruckrechte an ihre Kunden verkaufen dürfen. Das ist leicht verdientes Geld für jene und mehr Abonnenten für Sie!

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 5

Verwenden Sie Pop-up Fenster

Popup Fenster sind immer noch eine effektive Methode, neue Abonnenten zu bekommen, besonders in Nischen.

Pop-ups für Ihre Website zu erstellen, ist so einfach wie Kartoffelschälen. Allerdings gibt es verschiedene Arten von Popup-Fenstern.

Da gibt es das Entry Popup Fenster, das sich öffnet, wenn jemand eine Seite betritt, sowie das Exit Popup Fenster, das aufgeht, wenn der Besucher die Seite verlässt.

Ich bevorzuge das Exit Popup. Wenn also ein User Ihre Website wieder verlassen will, bekommt er ein kleines Fenster zu sehen, das ihn fragt, ob er sich in Ihren Newsletter einschreiben möchte.

Dies kann allerdings auch zu Verärgerung führen. Deshalb sollten Sie ein Popup verwenden, das erkennt, ob der User Ihr Exit-Popup schon einmal gesehen hat; in diesem Fall öffnet es sich nicht.

Diese Sorte von Popup Scripten finden Sie auf:

<http://www.nowsell.com/pop-ups/exit-popup-scripts.html>

Oder wenn Sie eine Software wollen, die das Gleiche tut, dann schauen Sie hier vorbei:

<http://www.dynamic-popup-generator.com/gindex.htm>

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 6

Verwenden Sie Squeeze Pages

Squeeze ist in letzter Zeit ein regelrechtes Modewort geworden und manche Leute haben es geradezu erschlagen, aber es funktioniert wirklich.

Eine Squeeze Page ist nichts Neues, Jonathan Mizel hat einer alten Technik einfach einen neuen Namen und eine neue Anziehungskraft gegeben. Das war gutes Marketing seinerseits.

Der beste Weg, eine Squeeze Page zu erklären, ist, Ihnen ein gutes Beispiel zu zeigen:

<http://www.scrapbookingprofits.com>

Es ist ein großartiges Muster. Im Grunde ist eine Squeeze Page ein einfaches Eintragungsformular, das Besucher entweder zu einem Gratisreport oder einem Verkaufsbrief führt.

Tragen Sie sich in folgende Squeeze Pages ein, um eine gute Vorstellung zu bekommen, was zu tun ist:

<http://www.doubleyourdating.com>

<http://www.fireyourweddingplanner.com>

Haben Sie bemerkt, dass diese Seiten nichts mit Internet Marketing zu tun haben? Aber ALLE verdienen Zehntausende Dollar monatlich. Doubleyourdating sogar Hunderttausende Dollar jeden Monat.

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 7

Kaufen Sie Leads durch Co-Registration

Ein schneller und leichter Weg, Abonnenten zu bekommen, wenn auch nicht der beste; so würde ich Co-Registration beschreiben.

Manche Marketer schwören darauf und erzielen gute Resultate damit, bei anderen ist das Gegenteil der Fall und sie schmeißen die komplette Liste wieder raus, weil sie gespickt ist mit Fake-Adressen, Spam-Beschwerden und reinen Gratis-Jägern.

Was also ist Co-Registration?

Unter Co-Registration versteht man den Listenaufbau mit Adressen, die von einem entsprechenden Dienstleister gekauft wurden.

Dr. Ralph Wilson beschrieb es folgendermaßen:

"Co-Registration ist ein häufig genutztes Verfahren, eine Email-Liste aufzubauen oder zu vergrößern. Es funktioniert folgendermaßen: Nachdem User ein Eintragungsformular ausgefüllt haben oder bevor sie eine Website verlassen, bekommen sie die Möglichkeit, sich für ein oder mehrere Newsletter einzuschreiben. Wenn Sie unter diesen mit Ihrem Newsletter gelistet sind und die Seite ein entsprechendes Besucheraufkommen hat, werden Sie zahlreiche Neuabonnenten bekommen."

Hier zwei der besten Co-Registration Dienstleister um zu sehen, was ich meine:

<http://www.worldwidelists.com>

<http://www.profitinfo.com/leadfactory/>

Sie zahlen eine Gebühr an diese Unternehmen pro Abonnent. Jedes Mal, wenn der Dienstleister Sie mit einem neuen Lead versorgt, wird diese Gebühr fällig. Sie liegt gewöhnlich zwischen 15 Cents und 1

Dollar, abhängig von der Nische und ob Sie Doppel-Optin bzw. Einfach-Optin wollen.

Wählen Sie möglichst immer Doppel-Opt-in.

Die beste Methode, aus dieser Sorte von Abonnenten Geld zu machen, ist, zuerst etwas gratis abzugeben. Bauen Sie Vertrauen zu ihnen auf. Bieten Sie einen Gratis-Kurs an, geben Sie ihnen einige Bonusprodukte wie zuvor beschrieben usw.

Falls aber jemand wünscht, wieder aus der Liste gestrichen zu werden, dann tun Sie es sofort! Streiten Sie niemals! Es wäre tödlich für Ihren gesamten Newsletter.

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 8

Schreiben Sie Gratis-Artikel

Es ist zwar so vorgegeben, dass Sie Ihre Newsletter-Einschreibungs-Adresse in der Resource Box am Ende eines Artikels angeben, aber es ist nicht das beste Verfahren, Leser zu veranlassen, sich bei Ihnen einzutragen.

Es ist besser, via Autoresponder ein paar kostenlose E-Kurse, zu denen sich User eintragen können, zu schreiben und die Links geschickt in den Text Ihres Artikel einzuweben.

Hier die Erläuterung, was ich meine (und ich kann Ihnen versichern, *kaum einer* macht es so):

Angenommen Sie haben einen Newsletter über Eisfischen und Sie sind gerade dabei, ein paar Artikel zu schreiben, die zwecks Veröffentlichung versandt werden sollen. Ich würde nun so vorgehen:

Auf der Seite <http://aweber.com> würde ich eine der Dienstleistungen buchen und dann beginnen, zwei oder drei E-Kurse über Dinge, die mit Eisfischen zu tun haben, schreiben und sie in meinen Autoresponder stellen.

Warum würde ich das so machen, wenn ich will, dass Interessenten sich in meinen Newsletter eintragen?

Nun, das Artikelschreiben wird immer bedroht von Leuten, die glauben, dass es ein Kavaliärsdelikt ist, die Verfasserangaben wegzulassen. Sie stehlen einfach den Content und geben ihn als ihren eigenen aus.

Statt mich nun mit solchen Leuten jeden Tag herumzuschlagen, habe ich akzeptiert, dass solche Dinge passieren, aber treffe entsprechende Vorkehrungen. Und in der Tat, sie funktionieren in meinem Sinn.

Ich lasse nämlich schon in meinem Artikeltext die Leser wissen, dass es da einen tollen Internet-Kurs gibt, für den sie sich gebührenfrei

eintragen können. Ich muss nicht unbedingt erwähnen, dass der Kurs von mir ist. Ich flechte die Information einfach in den Text mit ein, so dass es aussieht, als ob ich den Leser auf eine interessante Gratis-Sache hinweise.

Ich würde sie dann mit dem Autoresponder-Link versorgen und dem Wissen, wie sie sich eintragen können.

Denken Sie immer daran, wenn Sie die Resource Box Ihres Artikels schreiben: Sie müssen die Interessenten nicht auf eine Webpage lenken, um sich für Ihren Newsletter einzutragen.

Sie können Ihre Newsletter-Eintragungs-Informationen in die Resource Box wie folgt schreiben...

„Für weitere Informationen wie man jede Woche mehr Seebarsch fängt, tragen Sie sich in unseren Newsletter ein, indem Sie einfach eine leere Email an youremail@address-here.com schicken.“

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 9

Verwenden Sie einen Verkaufsbrief, um Abonnenten zu gewinnen

Dies ist etwas, das ich in letzter Zeit oft gesehen habe. Manche verwenden direkte Verkaufsbriefe, um neue Newsletter-Bezieher zu bekommen. Sie kreieren richtige Verkaufsbriefe, wie wenn sie irgendein Produkt verkaufen würden, doch am Ende befindet sich kein Kauf-Button, sondern ein Tragen-Sie-sich-hier-ein-Button.

Sie merken beim Lesen überhaupt nicht, dass es sich nicht um ein Verkaufsprodukt handelt, sondern realisieren den Unterschied erst ganz am Ende.

Das erzeugt bei den Leuten einen WOW-Faktor. Denn Sie stellen Ihren Newsletter so wertvoll dar, dass, wenn sie letztendlich feststellen, dass er kostenlos ist, die Leser sich sagen: „Wow, ich kann kaum glauben, dass die all diese Informationen kostenlos hergeben!“

Das ist reines Marketing in seiner besten Form, und es ist aufregend. Marketing soll auch aufregend sein, genau wie das Leben.

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 10

Verwenden Sie mp3, um mehr Abonnenten zu gewinnen

Eine weitere tolle Idee, neue Abonnenten zu gewinnen: Audio-Interviews mit Experten. Ich gehe jetzt nicht ins Detail, wie man Audio Produkte erstellt, das ist ein Thema für ein anderes Ebook. Aber Experten per Telefon zu interviewen und das Ganze auf mp3 aufzuzeichnen, wird Ihren Newsletter über das ganze Internet verbreiten, besonders auf Gebieten abseits von Internet Marketing, wo die Leute nicht erwarten, so viel hochwertige Informationen gratis zu erhalten.

Wenn Sie Taktiken aus dem Internet-Marketing-Bereich nehmen und auf andere Marktnischen anwenden, wo man sie bislang nicht gekannt hat, werden sie deutlich mehr beachtet. Im Bereich Internet Marketing ist alles schon ausprobiert worden und wir alle sind beinahe immun selbst gegenüber den brilliantesten Methoden, da sie uns nahezu jeden Tag unterkommen, aber andere Bereiche sind noch empfänglich dafür.

Audio Interviews zu erstellen, ist überhaupt nicht schwer in Bezug auf das Equipment, und Fachleute zum Interviewen zu finden, ist ein Kinderspiel.

Wissen Sie, wie ich Experten jedes Fachgebiets beinahe aus dem Stehgreif finde?

Nun, die meisten FAQ-Seiten auf <http://www.faqs.org/faqs/> enthalten den Namen des Autors und seine Emailadresse. Diese Leute sind offenbar sachkundig auf ihrem Gebiet. Daher geben sie großartige Experten ab, die interviewt werden können.

Sagen Sie ihnen, Sie möchten sie interviewen, weil Sie die Informationen lasen, die diese geschrieben haben und dass Sie glauben, dass Ihre Abonnenten deren Informationen zu schätzen wüssten.

Die meisten werden es tun, ohne einen Cent dafür zu verlangen, es schmeichelt sie ganz einfach, interviewt zu werden.

Sodann informieren Sie Ihre Kollegen-Publisher, dass Sie ein tolles Set mit mp3-Interviews erstellt haben, welches sie gratis haben können, um es ihren Kunden anzubieten.

Richten Sie auf Ihrer Website auch einen Download-Link zu diesen mp3s ein und platzieren Sie dicht dabei die Eintragungsmöglichkeit für Ihren Newsletter und sie werden überrascht sein, wie viele Besucher sich eintragen, *nachdem* sie Ihre mp3s angehört haben.

Machen Sie es auf keinen Fall so, dass diese Interessenten sich erst für den Newsletter eintragen müssen, bevor sie die mp3s anhören können!

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 11

Archivieren Sie Ihre alten Newsletter-Ausgaben

Nicht selten sind Leute wegen der allgemeinen Spam-Seuche zögerlich, Informationen über sich preiszugeben; das gilt besonders für ihre Email-Adresse, selbst wenn das, was Sie ihnen anbieten, kostenlos ist.

Aber wenn Sie Besuchern erlauben, Ihre früheren Newsletter-Ausgaben zu lesen, ohne sich erst eintragen zu müssen, können Sie ihnen zeigen, welche Qualität Ihr Content hat – und wird sie anschließend meist veranlassen, sich auch in Ihren Newsletter-Verteiler eintragen zu *wollen*!

Sie denken vielleicht, dass die Archivierung und das frei zugängliche Lesen älterer Ausgaben den Wunsch Ihrer Seitenbesucher reduziert, sich einzutragen, weil sie die Informationen ja bekommen, ohne die Email-Adresse preisgeben zu müssen, aber das Gegenteil ist der Fall.

Weisen Sie diese einfach darauf hin, dass sie als Newsletter-Abonnenten die neuesten Informationen zwei Wochen früher bekommen gegenüber Nicht-Abonennten!

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 12

Verwenden Sie einen bekannten und gebührenpflichtigen Autoresponder

Ich kann es nicht genug betonen. Verwenden Sie keine kostenlosen Autoresponder oder Mailinglisten!

Diese Dienstleister sehen in der Regel nicht nur unprofessionell aus, sie können auch von heute auf morgen dicht machen.

Außerdem werden Sie von Spammern benutzt und schlimm missbraucht.

Ich verwende [aWeber.com](https://www.aweber.com) und hatte überhaupt noch nie Probleme. Dort bekomme ich alles, was ich brauche.

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 13

Posten Sie in freien Foren

Dies ist eine hervorragende Möglichkeit, nicht nur neue Adressen für Ihre Mailingliste zu generieren, sondern sich auch als Experte auf Ihrem Fachgebiet zu profilieren. Denn indem Sie hilfreiche Informationen in Foren Ihrer Nische posten, erhalten Sie eine Menge Aufmerksamkeit.

Ich gehe hier nicht ins Detail, denn es ist ziemlich einfach zu beginnen:

1. Finden Sie passende Foren in Ihrem Marktsegment.
2. Lesen Sie einige der alten Postings, finden Sie heraus, wer der Boss ist, wer guten Content liefert und wie die Regeln lauten.
3. Beginnen Sie, nützliche Informationen zu posten und fügen Sie Ihren Newsletter-Hinweis am Ende des Postings ein oder in der Signatur Box.

Womit die meisten Webmaster Probleme haben, ist nicht, gute Postings zu schreiben, sondern Foren zu finden, in denen sie posten können.

Aber diese Hausaufgaben sind für Sie gemacht. Gehen Sie auf die nachfolgend genannten Webseiten und tragen Sie das Thema Ihres Newsletters in das Suchfeld ein und Sie werden alle geeigneten Foren aufgelistet bekommen:

<http://www.hood.de/>
<http://www.forenverzeichnis.com/>
<http://www.foren-city.de/foren/>
<http://www.spin.de/themen/>

Weitere Forenverzeichnisse können Sie sich selbst ergoogeln.

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 14

Tauschen Sie Anzeigen mit anderen Publishern

Dies ist eine einfache Methode, sofort neue Abonnenten zu generieren. Sie platzieren eine Anzeige für den Newsletter eines anderen Publishers in Ihrem Newsletter und der Kollege tut dasselbe für Sie.

Ich bin zwar nicht gerade ein großer Fan dieser Vorgehensweise, doch sie funktioniert. Aber es gibt ein paar Dinge, auf die Sie achten sollten:

Anzeigentausch mit anderen läuft prima, wenn Ihre Mailingliste noch klein ist und schnell wächst. Es ist aber schwierig, passende Tauschpartner zu finden, wenn Sie 10.000 oder mehr Abonnenten haben.

Wie finden Sie Herausgeber, die Anzeigentausch suchen? Nichts leichter als das! Machen Sie eine Suchanfrage bei Google etwa nach folgendem Muster:

„Ihre Nische Newsletter“

also zum Beispiel:

„Modellbau Newsletter“

Danach kontaktieren Sie einfach alle Publisher, die Sie können und fragen Sie an, ob sie bereit sind, Anzeigenraum in deren Newsletter mit Anzeigenraum in Ihrem Newsletter zu tauschen.

Aber spammen Sie diese Leute nicht an. Tragen Sie sich vielmehr in deren Newsletter ein, besuchen Sie ihre Websites, schreiben Sie eine persönlich gehaltene Email, so dass diese erkennen, dass Sie nicht einfach nur Emailadressen abgrasen wollen, und Sie werden Erfolg haben.

Sie müssen nicht immer Anzeigentausch innerhalb genau derselben Nische betreiben. Verwandte Nischen sind auch ergiebig. Nur weil Sie einen Zimmerpflanzen-Newsletter herausgeben, heißt das nicht, dass Sie nicht mit einem Garten-Newsletter tauschen können. Sie verstehen, was ich meine.

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 15

Starten Sie einen Wettbewerb

Es ist meine Lieblingsmethode. Die Idee ist, dass Sie eine Anzahl Publisher zusammenbekommen, die alle damit einverstanden sind, diesen Wettbewerb mit ihrer Liste zu veranstalten, während Sie im Gegenzug das gleiche mit der eigenen Liste machen.

Um an dem Wettbewerb teilzunehmen, muss jeder Newsletter-Herausgeber sich in die Emailliste des/der anderen eintragen und umgekehrt.

Bei dem Wettbewerb kann es um alles gehen, abhängig von Ihrer Marktnische. Wenn zum Beispiel die kontaktierten Publisher Ebooks im Verkauf haben, könnten Sie dem Gewinner mehrere oder alle Ebooks gratis aus Ihrem Angebot als Prämie anbieten. Alles, was einen Wert hat, kann eingesetzt werden.

Installieren Sie eine Website speziell für diesen Wettbewerb und versehen Sie sie mit allen benötigten Informationen. Danach berichten Sie Ihren Abonnenten von diesem Wettbewerb und wie man daran teilnimmt. Jeder aus Ihrer Liste, der mitmacht, wird automatisch Abonnent der Newsletter der anderen Publisher; Im Gegenzug erhalten Sie natürlich auch deren teilnehmende Abonnenten.

Hier die Schritte im einzelnen:

1. Finden Sie vier oder fünf Newsletter-Herausgeber aus Ihrem Marktsegment.
2. Kontaktieren Sie sie und erklären Sie Ihre Idee sowie, dass Sie bereit sind, alle Vorbereitungen zu übernehmen. Alles was die Publisher tun müssen, ist, Ihnen die Newsletter-Eintragungs-Informationen zu geben und etwas, das für den Wettbewerb angeboten werden kann.

3. Errichten Sie eine Domain und erstellen Sie einen Werbetext, der Interessenten die Teilnahmebedingungen und Gewinn-möglichkeiten erklärt.
4. Schreiben Sie einen Mailingtext, den die Publisher verwenden können, um den Wettbewerb zu promoten.
5. Setzen Sie ein Datum fest, wann diese Publisher die Werbemail verschicken und wie oft.
6. Senden Sie diesen Herausgebern die Namen und Email-Adressen der Abonnenten.
7. Fügen Sie neue Abonnenten Ihrer eigenen List hinzu. Tragen Sie Sorge, dass keine Adressen doppelt existieren.
8. Ermitteln Sie einen Gewinner.

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 16

Geben Sie Artikel-Empfehlungen

Diesen Tipp habe ich von Greg Schliesmann gelernt und ich wünschte, ich wäre einer der Publisher gewesen, mit denen er dieses Joint Venture gemacht hat, denn es resultierte in Tausenden von Neuabonnenten für jeden, der beteiligt war.

(Es gibt darüber bereits einen Artikel, den Greg geschrieben und Kirt Christensen publiziert hat, nachzulesen unter

http://www.netgain.co.nz/library/basics_expert.htm)

Sie bringen wieder vier oder fünf Publisher zusammen, es können die gleichen sein wie zuvor, und holen Sie sich deren Zustimmung ein, einen Artikel, den Sie geschrieben haben, zu empfehlen.

Das ist alles, es ist nicht kompliziert, und wenn die anderen mitmachen, werden sie Tausende Neuabonnenten quasi über Nacht erhalten.

Sie schreiben nun einen Artikel über die besten Newsletter in Ihrer Nische, und dies sind natürlich diejenigen der Publisher, die einverstanden waren, Ihren Artikel zu empfehlen und zu bewerben.

Verfassen Sie aber diesen Artikel objektiv, statt Newsletter einfach nur offenkundig subjektiv anzupreisen; schreiben Sie, wie es ein Reporter tun würde. Jeder, der nun diesen Artikel veröffentlicht, wird neue Abonnenten bekommen, auch Sie, und alle werden glücklich sein.

Manchmal müssen Sie Ereignisse einfach selbst erzeugen, speziell im Internet Marketing, und nicht darauf warten, dass andere auf Sie zukommen. Sie lassen Dinge geschehen, Sie können das. Es ist nicht schwer, verlassen Sie einfach mal die üblichen ausgetretenen Denkmuster.

Diese Methode funktioniert für kostenpflichtige Produkte genauso gut, es müssen nicht ausschließlich Newsletter sein. Sie könnten alle Webmaster und Publisher Ihrer Nische zusammenbringen und einen Artikel über die besten Produkte, die der Markt hergibt, schreiben. Auf diese Weise kommt jeder zu Verkäufen, nur durch die Verbreitung dieses Fachartikels.

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 17

Die Danke-für-Ihre-Eintragung-Seite

Ganz einfach. Bringen Sie wieder eine Gruppe von Publishern zusammen und sagen Sie ihnen, dass Sie bereit sind, neue Abonnenten Ihres Newsletters auf eine Seite zu lenken, wo man sich für deren Newsletter eintragen kann, falls diese Publisher damit einverstanden sind, dies ihrerseits auch für Sie zu tun.

Sie sehen so etwas immer mal wieder. Nachdem Sie sich auf einer Website für einen Newsletter eingetragen haben, werden Sie zu einer anderen Seite geführt, die einen weiteren Newsletter empfiehlt.

Das ist so etwas wie eine kleine Version von Co-Registration, aber es kostet Sie nichts.

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 18

Kaufen Sie Solo-Anzeigen

Wann immer ich Werbung in Internetmagazinen schalte, dann sind es Solo-Anzeigen. Diese werden für sich allein versendet, ohne konkurrierende Klein- oder andere Anzeigen.

Da diese Inserate allein stehen, müssen sie eine ziemlich gute Länge haben. Manche sagen, je kürzer eine Anzeige ist, desto besser ist sie, aus dem einfachen Grund, dass der Leser weniger zu lesen hat, in Wirklichkeit zieht eine gut geschriebene längere Anzeige viel, viel besser.

Üblicherweise gibt es Wortanzahl- und Längenlimits für diese Anzeigen, deshalb sind Sie gut beraten, sich über die Konditionen kundig zu machen.

Wenn Sie wirklich das Beste aus einer Anzeige machen wollen, dann müssen Sie hart an einer fesselnden Schlagzeile arbeiten. Wenn Sie eine gute Headline schreiben können, sollte der Rest von alleine folgen.

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 19

Tragen Sie sich in Newsletter- und Ezine-Verzeichnisse ein

Die besten englischsprachigen Ezine (= Internetmagazin) Directories sind kostenpflichtig; es sind dies:

www.topezineads.com
www.directoryofezines.com

Hier sind ein paar kostenfreie (englischsprachig):

<http://www.liszt.com/submit.html>
<http://www.go-ezines.com>
<http://www.ezinelisting.com>
<http://gort.ucsd.edu/newjour/submit.html>
<http://www.ezine-dir.com/>
<http://www.list-city.com/>
<http://www.e-zinez.com/cgi-bin/hyperseek/hyperseek.cgi>
<http://www.published.com/index.html>
<http://www.homeincome.com/search-it/ezine/index.html>
<http://ezine-universe.com/>
<http://www.disobey.com/low/addere.shtml>
<http://inkpot.com/submit/>
<http://catalog.com/vivian/intsubform2.html>
<http://paml.net/submissions.html>
<http://www.ezines.today.com/freesubs/>
<http://www.diysearch.com/>
<http://ezineadsources.com/submit.htm>
<http://www.ezinesearch.com/search-it/ezine/ezine-add.html>
<http://www.ezinesplus.com/ezines/cgi-bin/add.cgi>
<http://www.published.com/add/>
<http://www.infojump.com/publishers/pub/submit/>
<http://www.site-city.com/members/e-zine-master/>
<http://www.listtool.com/cgi/listTool/addList.cgi>
<http://www.newsletteraccess.com/database/req.html>

Deutschsprachige Ezine-, Newsletter- und
Mailinglisten-Verzeichnisse:

<http://www.flix.de/branche,185,0,Internetmagazine-Ezine.html>

<http://www.newsletter-verzeichnis.de/>

<http://www.newsletterverzeichnis.de/>

<http://www.newslettersuchmaschine.de/>

<http://www.profine.de/>

<http://www.newsmail.de/>

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 20

Schalten Sie Kleinanzeigen

Kleinanzeigen sind Fließtextanzeigen, in der Regel nicht länger als vier oder fünf Zeilen in Newslettern oder Ezines. Sie sind nicht so effektiv wie Solo-Anzeigen, dafür sind sie sehr günstig. Das Geheimnis ist auch hier, eine interessante Schlagzeile zu texten. Hier erst recht.

Sie holen das meiste aus Kleinanzeigen heraus (das trifft auch auf jede andere Werbemaßnahme im Internet zu), wenn Sie die Leser ohne Umwege zur Eintragungsmöglichkeit für ein Gratisprodukt oder einen Gratiskurs führen, welche dann via Autoresponder geliefert werden. Wenn Sie erst einmal die Emailadresse haben, können Sie immer wieder nach bewerben, bis ein Verkauf zustande gekommen ist oder sich der User ausgetragen hat.

Das ist mit Abstand die beste Methode, Kleinanzeigen zu verwenden.

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 21

Schalten Sie Sponsor-Anzeigen

Sponsor-Anzeigen befinden sich in der Regel ganz oben in einem Newsletter und sind das erste, was Leser sehen. Sie kosten meistens halb so viel wie eine Solo-Anzeige, aber sie sind nicht annähernd so gut.

Für gewöhnlich sind sie fünf bis acht Zeilen lang. Konzentrieren Sie sich wieder auf die Schlagzeile und führen Sie die Leser direkt zu Ihrem Autoresponder.

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 22

Bauen Sie ein möglichst großes Netzwerk auf

Wo auch immer Sie sich befinden, vernetzen Sie sich mit andern Menschen. Sie wissen nie, wem Sie über den Weg laufen. Lassen Sie so viele Leute wie möglich wissen, was Sie tun und dass Sie einer der besten auf Ihrem Gebiet sind.

An Seminaren teilnehmen und Messen sowie Kongresse besuchen, ist jedes Mal eine riesige Gelegenheit, mit Personen Ihres Fachgebiets in Kontakt zu kommen und Beziehungen zu wichtigen Online-Geschäften aufzubauen.

Sie wissen nie, wer Ihnen eines Tages aus Ihrem Kompetenz-Netzwerk hilfreich sein kann.

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 23

Kreieren und verkaufen Sie Ebooks mit Nachdruckrechten

Dies ist nur ein schneller Überblick; wenn Sie eingehendere Informationen brauchen, wie man Ebooks erstellt, empfehle ich folgende zwei Seiten zu besuchen:

Ich kann Ihnen vor allem einen KOSTENLOSEN E-Mail-Kurs ans Herz legen, der sich genau um dieses Thema dreht: um die Erstellung und Vermarktung von Informationsprodukten. Klicken Sie hier, um einen Überblick über dieses geniale Geschäft zu erhalten:

<http://vude.de/s/EBE>

Eine gute Seite ist auch Bryan Winters exklusive Mitgliederseite auf <http://www.pushbuttonpublishing.com>.

Sie ist prallvoll mit besten Informationen über Marketing und die Kosten sind sehr gering im Vergleich zu dem, was Sie dort bekommen.

Nun aber wieder zurück zu meinen Erklärungen.

Ob Sie es mögen oder nicht, aber ein eigenes Produkt zu haben, gibt Ihnen mehr Flexibilität bei Online-Werbemaßnahmen.

Und ob Sie es glauben oder nicht, ein Ebook zusammenzustellen, ist nicht viel mehr als eine Woche Arbeit, falls es richtig gemacht wird. Wenn Sie es richtig machen, können die Profite beinahe ein Leben lang fließen.

Ich bekomme immer noch Schecks für Arbeit, die ich vor zwei Jahren einmal gemacht habe und das verdanke ich der Power von Affiliate-Programmen und Ebooks mit viralem Marketing.

OK, kommen wir zum Wesentlichen. Was ist ein Viral-Marketing-Ebook und warum sollten Sie ein solches schaffen?

Ein Viral-Marketing-Ebook ist ein Ebook, dessen einziger Zweck unter allen Umständen die schnelle Verbreitung im Internet ist. Es ist nicht dazu gedacht, in erster Linie und direkt Geld zu machen. Sie wollen

vielmehr, dass andere Leute es möglichst oft verkaufen und verschenken.

Warum?

Weil das Ebook voll ist mit Affiliate-Links (Partnerprogramm-Links) zu anderer Leute Produkte, und jedes Mal, wenn jemand Ihr Ebook verkauft oder verschenkt (kommt darauf an, wie Sie es haben wollen), sehen mehr Menschen Ihre Affiliate-Links – und das kostet Sie was? Genau: NICHTS!

Das beste Beispiel, das ich Ihnen in diesem Zusammenhang geben kann, ist das von Yanik Silver. Er kreierte zwei Marketing-Ebooks, die sich wie ein Lauffeuer über das Internet verbreiteten. Er gab jedem, der die Ebooks für 19 bzw. 17 Dollar kaufte, das Recht, es unbegrenzt zu verkaufen oder an Kunden zu verschenken.

Ich muss wohl nicht erwähnen, dass Tausende Wiederverkäufer und Webmaster begannen, es weiterzuverkaufen und somit im Internet bekannt machten. Bis zum heutigen Tag verdient er immer noch gutes Geld durch diese Ebooks, außerdem wurde er einer der bekanntesten Internet Marketer.

So, wie kreieren Sie nun ein virales Marketing Ebook? Hier sind die einzelnen Schritte:

1. Kreieren Sie eine Produktidee, die auf einem Affiliate-Programm basiert, welches Sie bereits bewerben.

Es ist nicht schwer, Ideen zu produzieren. Ich bringe immer wieder dieses Beispiel: Wenn Sie ein Partnerprogramm über Sportwetten bewerben, warum dann nicht ein Ebook schreiben, wie man ein erfolgreicher Wetter wird. Überall in Ihrem Buch können Sie nun Ihre eigenen Affiliate-Links empfehlen. Ein möglicher Titel wäre z.B.:

101 Insider-Geheimnisse über Sportwetten
Wie Sie mit anderer Leute Geld wetten

Ein probater Weg, Ideen zu produzieren, ist, zu schauen, was andere bereits verkaufen und dies dann nachzuahmen. Sie müssen das Rad nicht neu erfinden, machen Sie die Dinge nicht schwerer, als sie sind.

2. Verschaffen Sie sich die Tools, die Sie brauchen, um Erfolg zu haben

Folgende Werkzeuge und Hilfsmittel brauchen Sie:

A) einen Domain-Namen

Ich registriere meine Domains immer über <http://www.toms-hosting.net> für 10 Euro (unabhängig von der TLD), was ganz schön günstig ist. Wählen Sie einen möglichst kurzen Domain-Namen, der dennoch das Thema Ihres Ebooks gut beschreibt. Hier ein paar Beispiele aus dem Sportwettenbereich:

www.betforfree.com

www.sportsoddbetting.com

www.sportsbettingaffiliates.com

www.101waystobeattheodds.com

und so weiter.

B) Webhosting

Lassen Sie mich Ihnen erst erklären, wofür Sie zahlen, denn die richtige Web-Host-Wahl ist ungemein wichtig. Sie brauchen ein Unternehmen mit 24/7-Support, also rund um die Uhr an jedem Tag der Woche. Wenn Ihre Seite plötzlich nicht mehr erreichbar ist und Sie niemand kontaktieren können, um sie wieder online zu bekommen, verlieren Sie Geld, und das oftmals nicht zu knapp.

Ich empfehle:

<http://www.toms-hosting.net/hosting.php?spt=1>

aus dem einfachen Grund, weil Sie hier alles haben, was Sie brauchen, und zwar zu einem vernünftigen Preis.

C) Autoresponder

Sie brauchen einen verlässlichen Autoresponder, damit Sie Ihre Interessenten regelmäßig kontaktieren können. Über ihn verschenken Sie z.B. einen Gratis-E-Kurs oder ein Gratis-Ebook (um die Email-Adressen zu erhalten) und natürlich Ihren Newsletter. Das geschieht alles automatisiert, d.h. ohne Arbeitsaufwand für Sie.

D) Zahlungsanbieter

Auch das Bezahlen Ihrer Produkte und Dienstleistungen lässt sich automatisieren. Es stehen verschiedene Zahlungsanbieter zur Verfügung, beispielsweise:

Über www.clickbank.com können Sie das Bezahlen über alle großen Kreditkartenanbieter akzeptieren. Clickbank stellt auch Tausende Partnerprogramme zur Verfügung. Die einmalige Setup-Gebühr beträgt unter 50 Dollar. Für jeden Verkauf bekommt Clickbank eine kleine Provision, aber das ist viel günstiger, als Zahlungen und Abrechnungen selbst durchzuführen.

Was Clickbank im angelsächsischen Raum ist, ist www.shareit.de im deutschsprachigen.

E) Ebook Software

Sie sollten Ihr Ebook im PDF-Format anbieten, damit es auch jeder lesen kann. Manche Ebooks haben EXE-Format, aber das können Mac-User nicht lesen. Sie können Ihre Ebooks mit www.createpdf.com zu einem recht günstigen Preis erstellen.

Über FREEpdf geht so sogar kostenlos:

http://www.chip.de/downloads/FreePDF_19987224.html

F) Graphik Software

Vielleicht geht es Ihnen wie mir - meine künstlerischen Fähigkeiten entsprechen denen eines 7-Jährigen. Anstelle mir einen abzurechnen, wenn ich Ebook-Cover und Website-Graphiken erstelle, verwende ich <http://www.ecovergenerator.com> bzw. <http://www.headergenerator.com> für sämtliche meiner graphischen Abbildungen. Diese Softwares sind großartig und ersparen Ihnen, einen Webdesigner zu engagieren.

3) Erstellen Sie eine Inhaltsübersicht

Ein Ebook in einem Zug fertig zu schreiben, ist schwer und zu versuchen, es ohne Inhaltsgliederung zu machen, ist nahezu unmöglich.

Für das erste Ebook, das ich jemals schrieb, brauchte ich über sechs Monate, doch jetzt schreibe ich sie in weniger als einer Woche, und das schließt Verkaufstext und Seitenerstellung mit ein.

Überlegen Sie sich also 12 bis 15 Kapitel und schreiben Sie sie nacheinander. Jede Seite sollte zwischen 700 und 1000 Wörtern

haben. Liefern Sie nützliche Informationen, nicht solche, die man auch woanders gratis bekommt.

4. Schreiben Sie Ihren Content

Wie ich zuvor schon erwähnte: Sie brauchen Original-Content. Es gibt einfach schon zu viele Ebooks, in denen die Schreiber nur Informationen wiederkäuen, die man woanders gratis erhalten kann. So etwas mindert den Wert Ihres Ebooks, was zur Folge hat, dass es weniger Leute verbreiten und es somit weniger gelesen wird.

Falls es bei Ihnen mit dem Schreiben wirklich klemmt, empfehle ich, das folgende zu tun: Die beste Methode für eine Menge authentischer Informationen, ohne sie selbst zu schreiben, ist, Experten auf dem jeweiligen Gebiet zu interviewen.

Wenn Sie zum Beispiel ein Ebook schreiben, wie jemand sein Handicap im Golf verbessern kann, dann bin ich sicher, dass es nicht allzu schwer sein wird, zumindest einen lokalen Fachmann zu finden, den Sie persönlich, per Telefon oder wenigstens über das Internet ausquetschen können. All den Expertenrat packen Sie dann in Ihr Ebook, was zudem auch noch ein gutes Verkaufsargument ist.

Vergessen Sie beim Schreiben auch nie, was der Zweck des Ebooks ist. Der Zweck ist, Ihnen fortwährende Provisionen aus Partner-Programmen zu generieren. Deshalb scheuen Sie sich nicht, Alliliate-Links einzufügen. Nur sollten Sie es gewissermaßen taktvoll, dezent und an richtigen Platz machen.

Eine weitere gute Idee ist, im Ebook eine Möglichkeit zu integrieren, sich in Ihren Newsletter einzutragen. So verdienen Sie nicht nur Provisionen über Verkäufe, sondern generieren auch noch neue Emailadressen für Ihre Mailingliste, ohne etwas extra dafür tun zu müssen.

Stellen Sie klar heraus, dass der Käufer des Ebooks das Recht hat, es als sein eigenes weiterzuverkaufen. Geben Sie deutlich an, dass er Wiederverkaufsrechte an dem Ebook hat und er es nach Gutdünken verkaufen oder verschenken kann.

5. Schreiben Sie einen Verkaufstext

Der Verkaufstext ist ganz entscheidend für Ihren Erfolg, denn er ist die Verkaufsgrundlage.

Einen Verkaufsbrief zu erstellen, ist eine Menge Arbeit, besonders wenn Sie neu im Geschäft sind. Die beste Methode – und die Methode, die ich benutze – ist, andere erfolgreiche Verkaufstexte nachzuahmen.

Ich empfehle Ihnen, einen Blick auf die folgenden Verkaufstexte, die Ebooks anpreisen, zu werfen:

<http://vude.de/s/f>

<http://www.strikingitrichonline.com>

<http://www.resalerightssecrets.com>

<http://www.websiteconversionsecrets.com>

Falls Sie aus irgend einem Grund glauben, es nicht selbst machen zu können, haben Sie zwei Optionen:

1. Sie verwenden eine Software, die hilft, einen Verkaufstext zusammen zu stellen.
2. Sie heuern einen Ghostwriter.

Es gibt gute Software für diesen Zweck. Die eine ist

<http://www.instantsalesletters.com> von Yanik Silver und die andere ist

<http://www.saleslettergenerator.com> von Armand Morin. Eine ist so gut wie die andere.

Wenn Sie dagegen einen professionellen Werbetexter bezahlen wollen, dann könnte das mehrere Hundert oder Tausend Euro kosten, plus eventuell Tantiemen für jeden Verkauf.

Bedenken Sie nur, Sie verkaufen das Ebook mit Wiederverkaufs-rechten und das hat zur Folge, das die Käufer es ihrerseits weiterverkaufen können...

Stellen Sie jedem Wiederverkäufer das Ebook-Cover, die Website-Graphik und den Werbetext zur Verfügung.

6. Richten Sie eine 5-teilige Autoresponder-Email-Serie ein

Das probateste Mittel einen kostenlosen 5-tägigen Email-Kurs zu schreiben, zu dem sich Ihre Interessenten über das früher erwähnte Popup-Fenster eingetragen haben, ist, einzelne Kapitel aus Ihrem Ebook zu entnehmen und Sie als Leseproben und Appetitanreger zu verwenden.

Denken Sie daran, eine gewisse Dringlichkeit herauszustellen. Sie müssen diesen Interessenten, die nicht sofort gekauft haben, das Gefühl geben, eine große Gelegenheit zu verpassen. Wenn Sie trotz

des günstigen Preises nicht kaufen, ist es eher wahrscheinlich, dass sie nicht ernsthaft interessiert waren oder dass es nur Gratisdinge-Sammler sind.

7. Machen Sie Werbung!

Je nach Thema besteht Ihre Zielgruppe wahrscheinlich aus unterschiedlichen Menschen. Doch ganz gleich, was Sie verkaufen, es gibt eine Gruppe, die will Ihr Ebook aus dem einen Grund, weil sie es nämlich selbst verkaufen will – das sind die Internet Marketer.

Selbst wenn Ihr Ebook vom Nilpferden handelt, worauf es diesen Leuten eigentlich ankommt, ist die Tatsache, dass sie es als ihr eigenes verkaufen dürfen. Aus diesem Grund laufen solche Ebooks immer gut.

Der Erfolgsschlüssel ist, eine Zielgruppe in Ihrer Nische zu finden und dann die entsprechenden Internet Marketer.

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 24

Starten Sie ein Partnerprogramm, um Ihren Newsletter zu bewerben

Falls Sie Co-Registration nicht sehr anspricht, könnten Sie ein eigenes Partnerprogramm starten, um Ihren Newsletter bekannter zu machen.

Dies ist in der Vergangenheit bereits mit Erfolg durchgeführt worden, vor allem wenn Sie wissen, wie viel Ihnen Ihre Abonnenten wert sind.

Wenn Sie wissen, dass jeder Abonnent Ihres Newsletters 1 Euro wert ist, würden Sie sicher gerne dafür 20, 30, 40 oder 50 Cents pro Adresse an Ihre Affiliates zahlen, wobei das ein guter Deal für beide Seiten ist.

Sie werden erst einmal kein Geld durch Ihr Partnerprogramm machen, indem Sie ein Produkt verkaufen, aber Sie bekommen

dadurch eine lange Mailingliste mit Abonnenten, die mit der Zeit Käufer werden.

(Wenn Sie eine Liste mit 2.000 Adressen haben, die Ihnen durch Newsletter-Nachbewerbung monatlich 2.000 Euro Umsatz bringen, dann ist jede Adresse 1 Euro wert. Jeden Monat.)

Sie können sehen, dass genau dies gemacht wird, z.B. auf www.DoubleYourDating.com oder www.SecretAffiliateWeapon.com.

Auch dies ist solch eine Seite: <http://vude.de/s/f> (und die hat bereits 480.000 Adressen generiert...).

Affiliate-Partner vermitteln Ihnen Tausende neuer Abonnenten jeden Tag und somit Tausende Kunden.

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 25

Verwenden Sie eine dynamische Email-Signatur

Das hier ist so simpel, aber die Leute vergessen es entweder oder machen es nicht richtig: Wenn Sie jeden Tag ein paar Emails versenden, ist das eine gute Chance, neue Abonnenten zu akquirieren.

Alles was Sie tun müssen, ist, am Ende jeder ausgehenden Email eine 4-zeilige Textanzeige zu platzieren, die für Ihren Newsletter wirbt. Sie können dazu eine Kleinanzeige verwenden, die Sie bereits für die Werbung in anderen Newslettern oder Ezines verwendet haben.

Sie werden überrascht sein, wie viele Leute sich eintragen.

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 26

Pressemitteilungen: nicht tot, nur weiterentwickelt

Mark Twain hat einmal gesagt, das Gerücht über seinen Tod sei äußerst übertrieben gewesen. Das Gleiche kann von Pressemitteilungen gesagt werden; sie sind nicht tot, sie haben sich nur weiterentwickelt und verändert.

Diese PR-Fachleute, die die Todesgerüchte verbieten, möchten Sie glauben machen, dass Pressemitteilungen nie hätten geschrieben werden sollen, geschweige denn verteilt. Ich stimme mit dieser verstaubten Ansicht nicht überein.

Die Medien mit Pressemitteilungen zu überfluten, ist keine gute Praxis, seit Edward Bernays die erste PR Firma im Jahre 1919 eröffnete. Jeder kompetente PR Mann weiß seit Jahren, dass eine Berichterstattung in den Medien fast nie direkt aufgrund einer Presse-mitteilung geschieht.

Lassen Sie uns über die Entwicklung der Pressemitteilung zu einem soliden Werkzeug sprechen, das Organisationen im digitalen Zeitalter hilft, einer breiten Öffentlichkeit Schlüsselnachrichten zu liefern.

In der noch nicht so lange zurück liegenden Vor-Internet-Vergangenheit zielten Pressemitteilungen ausschließlich auf Handels- und Verbraucher-Absatzkanäle. Die Medien dienten als Türhüter, die im Bezug auf die eingehenden Informationen Entscheidungen trafen, ob oder wie sie zu nutzen waren.

Heute dagegen ist es Organisationen dank des Internet möglich, die Medienfilter auf zahlreichen Wegen zu umgehen.

Bedenken Sie dies: Sowohl Journalisten wie auch Verbraucher nutzen das Internet zur Recherche. Mehr als 550 Millionen Suchanfragen werden täglich via Web gestellt. In den USA suchen User jeden Monat 27 Mio. Mal etwas bei Yahoo! News, Google News oder anderen Nachrichten-Suchmaschinen. In einer unlängst

durchgeführten Umfrage durch Middleberg/Ross und dem Pew Internet Project erfahren wir, dass

- 98% der Journalisten täglich online gehen,
- 92% es zum Zwecke einer Artikel-Recherche tun,
- 76% neue Quellen und Experten finden,
- 73% Pressemitteilungen finden,
- 68 Mio. Amerikaner täglich online sind,
- 30% eine Suchmaschine benutzen, um Infos zu finden,
- 27% wegen Nachrichten online gehen.

Sie müssen in diesem neuen Zeitalter differenziert über das Schreiben von Pressemitteilungen denken. Sie können den Einfluss Ihrer PRs jenseits der Medien vergrößern, indem Sie sie für Suchmaschinen tauglich machen. So werden Ihre Pressemitteilungen im Endeffekt langanhaltende, such- und auffindbare Online-Datenbanken Ihrer Organisation.

Nachdem sie richtig geschrieben sind – und auch den Bedürfnissen sowohl der Leser als auch der Suchmaschinen gerecht werden – müssen sie noch verbreitet werden. PR Web™ and PR Newswire sind meine zwei Favoriten. Beide Services helfen Ihnen, in die Nachrichten-Redaktionen und darüber hinaus zu gelangen.

PR Web emailt täglich Pressemitteilungen an 60.000 bis 100.000 weltweite Kontakte.

Journalisten, Analysten, freiberufliche Autoren, Medienkanäle, Nachrichtenredaktionen ebenso wie normale Internetuser sind eingeschrieben, diese Informationen zu empfangen. PRs werden auch über FTP, XML Feeds und ein Netzwerk eigener Websites verbreitet. Mit PR Web in Beziehung stehende Seiten gehören zu den 2.500 meist besuchten Websites. Jede von PR Web versandte Pressemitteilung ist Suchmaschinen optimiert, und PR Web garantiert, dass Ihre PM von Yahoo! berücksichtigt wird, welche weltweit die Nummer 1 der meist besuchten Websites im Internet ist.

Funktioniert das, fragen Sie? Lassen Sie mich ein frisches Beispiel geben. Ich benutzte PR Web, um eine Pressemitteilung über meinen Kunden Brent Dees und sein Focus Four Training für Unternehmer

zu versenden. Der Herausgeber von *Leadership Excellence* mailte mich an, nachdem er die PM gesehen hatte, und bat Brent, einen Artikel für sein Magazin zu schreiben.

Der Großvater aller Press Release Services ist PR Newswire, welcher direkt in die Zentralcomputer von Tageszeitungen, Wochenblättern, nationalen Nachrichtendiensten, Handels-Publikationen und Funk- und Fernseh-Nachrichtenredaktionen liefert.

Allein in den USA erreicht er insgesamt 22.000 Medienstellen. Sämtliche Pressemitteilungen werden verbreitet und archiviert in mehr als 3.600 Websites, Datenbanken und Online Services. PR Newswire's eigene Website gehört zu den 2.000 meist besuchten Seiten im Internet.

Lassen Sie uns zum Schluss noch einen Blick in die Online-Nachrichtenredaktionen werfen. Ihr Hauptzweck ist, Journalisten mit leicht zugänglichen Daten über Organisationen zu versorgen, wie z.B. Lebensläufe von Führungskräften, Einkommenszahlen, Schlüsselkontakte und andere Fachinformationen. Eine Organisation sollte also hier Pressemitteilungen platzieren, besonders wenn Sie Führungskräfte, Investoren und einflussreiche Leute usw. erreichen will.

Technisch interessierte Verbraucher besuchen oft Online-Nachrichtenredaktionen aus denselben Gründen wie Journalisten: Sie erwarten, dort Fachinformationen zu finden.

Pressemitteilungen hinauszuschleudern und sie in den Medien unsortiert abzuladen, ist eine törichte Praxis. Aber sie als strategische Waffe benutzen, um auf einflussreiche Menschen und Führungskräfte im Digitalreich zu zielen, ist smartes PR-Management. Experten, die glauben, dass Pressemitteilungen tot sind, müssen sich weiterentwickeln, oder sie sind die Todgeweihten.

Quelle:

Harry Hoover is managing principal of [Hoover ink PR <http://www.hoover-ink.com>](http://www.hoover-ink.com). He has 26 years of experience in crafting and delivering bottom line messages that ensure success for serious businesses like

Brent Dees Financial Planning, Focus Four, Levolor, New World Mortgage, North Carolina Tourism, Ty Boyd Executive Learning Systems, VELUX and Verbatim.

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 27

Geben Sie Ihrem Newsletter Persönlichkeit

Was macht den Unterschied zwischen den zahllosen Newslettern da draußen und Ihrem? Eine Sache und nur eine Sache:

Ihre Persönlichkeit.

Sie sind keine leblose Drohne; fügen Sie Ihrem Schreiben ein paar Funken bei, seien Sie witzig, seien Sie geistreich, seien Sie kontrovers – nur seien Sie nicht langweilig!

Erzählen Sie eine Geschichte. Geschichten sind hervorragend geeignet, Menschen zu fesseln, bevor sie merken, dass Sie Ihnen etwas verkaufen.

Nachfolgend finden Sie eine kleine Geschichte, die ist benutzt, um eine Arbeit im Heim-Affiliate-Prigramm zu promoten.

Sind Sie anders?

Ich kenne Sie nicht, aber ich habe immer gedacht, anders zu sein als meine Zeitgenossen. Dies ist eine amüsante Geschichte und wird wahrscheinlich die meisten, die dieses Ebook lesen, berühren.

Wenn die Kinder in meiner Schule in der Mittagspause spielten, wie Kinder eben so spielen, richtete ich meinen Shop her. Die Schulkantine bot nie eine große Auswahl an Süßigkeiten, deshalb brachte ich immer meine eigenen mit in die Schule, die ich von einem Laden in meiner Nachbarschaft hatte, wo sie viel billiger und sehr zahlreich waren.

Ich brachte immer eine Tüte voller Lutscher in die Schule, und Sie können mir glauben, ich war ein ziemlich beliebtes Kind. Andere Kinder fragten mich den ganzen Tag nach Lollies und es wurde ziemlich ärgerlich, deshalb musste schnell etwas geschehen.

Es machte mich regelrecht krank, von meinem schwer verdienten Taschengeld gekaufte Lutscher einfach herzuschenken. Also beschloss ich, meinen eigenen kleinen Lolly-Schwarzmarkt-Handel aufzuziehen. Ich kaufte alle Sorten von Lollies, die man in der Schule nicht bekommen konnte und hob den Preis um 500% an. Ich kaufte das Stück für 10 Cent ein und verkaufte für 50 Cent. Die Nachfrage war so groß, dass ich meinen Nachschub verdoppeln musste. An einem Tag konnte ich 20 Dollar machen mit Lollies, die ich für 5 Dollar eingekauft hatte.

Natürlich hatte ich gewisse „VIP“-Kunden, denen ich günstigere Preise einräumte, was nur fair war, da sie einen Großteil meines Geschäfts ausmachten. Ich hatte auch ein paar Leute, denen ich Lollies gratis gab, um des lieben Friedens willen.

Schließlich machten mehr Kids, was ich machte und ich hatte etwas Konkurrenz am Hals. Nach ein paar Monaten hörte ich auf, Lutscher zu verkaufen, als die Nachfrage zu hektisch wurde und der Laden in der Nachbarschaft meine Mutter anrief.

Ich wusste, ich hatte eine Leidenschaft im Leben, aber ich merkte nicht, was es war, bis ich in der 10. Klasse war und ich verließ die Schule, um eine Karriere in Direktwerbung zu verfolgen. Marketing war und ist mein Leben, ich liebe es. Ich lese alles, was ich in die Finger bekomme und habe eine Büchersammlung wie ein Buchladen. Natürlich, damals war ich nicht sicher, ob ich etwas ernsthaft mit Marketing tun wollte, aber ich wusste, ich wollte nie für jemand anders arbeiten als für mich selbst.

Jeden Tag halte ich inne und denke darüber nach, was ich tun würde, wenn ich nicht die Freude, von zuhause zu arbeiten, entdeckt hätte, was ich auch meinem Vater zu verdanken habe, der mich lehrte, dass es mehr im Leben gibt, als jeden Tag von 9 bis 5 zu arbeiten.

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 28

Sorgen Sie dafür, dass Ihr Newsletter nicht auf Spamlisten landet

Hier sind ein paar nützliche Tipps, um sicherzustellen, dass man Sie keinen Spammer nennen kann.

- Machen Sie sich mit den gesetzlichen Bestimmungen vertraut.
- Verwenden Sie nur das Doppel-Opt-in Verfahren.
- Speichern Sie die detaillierten Angaben über alle Ein- und Austragungen, insbesondere die IP-Adresse.
- Kaufen Sie niemals Massen-Emaillisten aus dem Internet.
- Wenn Sie Gebrauch von Dienstleistern für Co-Registration machen, versichern Sie sich, dass sie seriös arbeiten und keine zweifelhaften Methoden anwenden, um Traffic zu generieren.
- Wenn Sie ein Partnerprogramm auflegen, sollten Sie eine Anti-Spam-Klausel in den Vertrag aufnehmen.
- Vermeiden Sie im Betreff spamverdächtige Aufdrücke wie „gratis“, „kostenlos“, „spezial“, „garantiert“ usw.

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 29

Kaufen Sie niemals Massen-Emaillisten

Ich las gerade ein Posting in einem bekannten Marketing Forum, wo einer schrieb, dass er Zugang zu einer Liste mit 800.000 Email-Adressen habe von Leuten, die daran interessiert sind, Geld zu machen.

Er sagte, die Liste gehöre einem Freund und der sei bereit, sie ihm für ein Mailing zur Verfügung zu stellen unter der Bedingung, dass er seinen Namen nicht erwähne.

Das hätte bei ihm die erste Alarmglocke schrillen sollen. Er war auch nicht sicher, wie die Liste zusammen gestellt worden ist und wie die Abonnenten sich eingetragen hatten.

Außerdem war es auch nicht eine Riesenliste, sondern ein Bündel von Listen, die einfach zusammengefasst wurden.

Wenn der Typ sich wirklich entschließen sollte, die Liste anzumailen, wird er in große Schwierigkeiten geraten und er wird kein Geld verdienen, das die Anstrengung wert war.

Senden Sie niemals Emails an Listen, über die Sie nichts Näheres wissen!

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 30

Richten Sie eine Mitgliederseite nur für Abonnenten ein

Wollen Sie die Einschreibrate wirklich ankurbeln? Dann starten Sie eine Mitgliederseite nur für Newsletter-Abonnenten.

Der Schlüssel zum Erfolg ist, dass Sie auch wirklich fantastischen Content bieten können, so gut und so viel, dass Kunden wirklich bereit sind, dafür zu zahlen.

Und halten sie ihn ständig aktuell.

Das Problem mit vielen Membership Scripten sind die Security Features, oder besser gesagt das Fehlen dieser. Diese hier sind empfehlenswert:

<http://www.easymemberpro.com/>

<http://www.membersitescript.com/>

Noch etwas, das praktisch ist, wenn Sie eine Mitgliederseite führen, ist ein Organisations-Tool. Wer schon einmal eine Mitgliederseite gemacht hat, weiß, dass man nach eine Weile eine ganze Menge Content hat. Diesen gut zu organisieren, um ihn für die Mitglieder leicht auffindbar und lesbar zu machen, ist sehr wichtig.

Solch ein empfehlenswerter Artikel-Manager ist beispielsweise

<http://www.interactivetools.com/>

Diese Content Management Software lässt speziell auch technisch nicht so versierte User Nachrichten orientierte Websites leicht verwalten. Sie können damit Artikel, Kategorien und Autoren managen. Es lassen sie Graphiken hochladen, Texte im WYSIWYG-Editor erstellen und vieles mehr. Das Tool kann einem beschäftigten Webmaster jeden Tag einige Stunden ersparen, sich mit HTML herumzuschlagen.

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 31

Erstellen Sie einen Gratis-Kurs für Neuabonnenten

Dieser Tipp ist nicht schwer umzusetzen. Mit solch einem Gratis-Kurs können Sie einfach alles promoten, sei es ein Partnerprogramm, ein eigenes Produkt oder was auch immer. Es ist der Umsatz-Beschleuniger, der es Ihnen erlaubt, Ihre Leads so oft Sie wollen, zu kontaktieren.

Ich muss Sie jedoch davor warnen, Ihre Kunden täglich anzuschreiben, vielleicht nicht einmal wöchentlich, sondern immer nur dann, wenn Sie etwas wirklich Substantielles anzubieten haben. Das hält Ihre Liste bei Laune und Ihre Mails werden nicht als Junk Mails betrachtet, die keiner lesen will.

Vor allen anderen Dingen brauchen wir zunächst einen guten Titel. Niemand wird sich eintragen, wenn es ihn nicht interessiert. Viele Autoren scheitern hier mit einem ansonsten guten Report. Sie müssen Ihren Titel so spannend und präzise wie möglich wählen.

Hier ein paar Beispiele von wirklich armseligen Titeln:

Geld machen online

Anti-Migräne Report

Kreieren Sie leicht Ihr eigenes Produkt

Spielen Sie Cricket wie ein Profi

Ich war vielleicht ein bisschen zu hart, wenn ich diese Titel als armselig bezeichnete, aber ihnen fehlt einfach das gewisse Etwas, das die Fantasie der Leser entzündet.

Hier meine Vorschläge, die Titel mehr auszuschnücken. Nach diesem Prinzip kann jeder Titel aufgepeppt werden:

Erzielen Sie schon in 7 Tagen Dauereinkommen mit Partnerprogrammen

Stoppen Sie Migräne in 5 einfachen Schritten

So kreieren Sie im Nu heiße Digital Produkte, die sich wie verrückt verkaufen
Werfen wie Lee und schlagen wie Border – Cricket spielen wie ein Profi

So, was ist der leichteste Weg, einen eigenen 5-teiligen Kurs zu erstellen?

Das Beste ist, ca. fünf Artikel selbst zu schreiben über ein Thema, das Sie bewerben möchten und sie in einen Gratis-Kurs zu packen.

Das Problem, das die meisten haben, die das versuchen, ist, dass sie Abertausende Worte auf einmal schreiben, müde werden und es nie vollenden.

Aber wenn Sie das Thema unterteilen, ist es viel einfacher. Beispiel: Wenn ich einen Gratiskurs schreiben sollte, wie man eigene Fischköder profitabel herstellt, dann würde ich etwa so vorgehen:

Lektion 1: Warum Fischköder so profitabel sind

Lektion 2: Wie Sie Ihre eigenen Fischköder am Küchentisch herstellen

Lektion 3: Wie Sie den gesamten Herstellungsprozess automatisieren

Lektion 4: Wie Sie Ihre Fischköder offline vermarkten

Lektion 5: Wie Sie Ihre Fischköder mit wenig Geld online vermarkten

In jede einzelne Lektion würde ich geschickt Links zu Partnerprogrammen einflechten und meinen Newsletter erwähnen. Der Inhalt der Lektionen muss von hoher Qualität sein und nicht irgend ein himmelschreiendes Blabla. Wenn Sie so verfahren, werden Sie sicher eine Menge Leute dazu veranlassen, sich bei Ihnen einzutragen oder zu kaufen.

Natürlich sollten Sie nicht einfach ein paar Artikel zusammen schmeißen. Sie müssen Sie schon ansprechend verbinden. Die erste Email beispielsweise könnte ein Dank sein für die Eintragung des Kunden, die einen Hinweis auf das Begrüßungsgeschenk enthält. Mit

der ersten Lektion beginnen Sie sodann die Kunden schon an sich zu binden. Wenn Sie also solche Info-Artikel haben, ist das besser als alles andere und sie sollten vom ersten Tag an eingesetzt werden.

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 32

Gründen Sie Ihr eigenes Forum

Ein eigenes Forum ist eine großartige Chance, neue Abonnenten für Ihren Newsletter zu bekommen. Eine Community innerhalb Ihrer Website aufzubauen, hat den Effekt, dass Besucher immer wieder zurück auf Ihre Seite kommen mit der Folge, dass es mehr als wahrscheinlich ist, dass sich User in den Newsletter eintragen.

Ein gutes Beispiel sehen Sie auf <http://www.howtocorp.com/>. Schauen Sie in das Forum. Der Webmaster hat sein Newsletter-Eintragungsfeld dort und auch Produktempfehlungen. Leute helfen gerne anderen Leuten und beantworten ihre Fragen. Und nach einer Weile müssen Sie nicht mehr viele Fragen selbst beantworten.

Der beste Weg, ein eigenes Forum zu starten, ist, es selbst zu tun und bei Ihrem Hoster zu hosten. Verwenden Sie keine Dienstleister, schon gar nicht kostenlose Services. Hier ein gutes Portal, das Foren Software vergleicht:

<http://www.foren-vergleich.de/>

Gut und kostenlos:

<http://www.forumprofi.de/>

Empfehlenswert, aber englischsprachig ist auch:

<http://forum.snitz.com/>

Bei der Einrichtung eines Blogs kommt man nicht vorbei an:

<http://wordpress-deutschland.org/>

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 33

Kontaktieren Sie frühere Kunden

Dies ist eine weitere simple Methode, die die meisten Webmaster übersehen; dabei ist sie sehr wirkungsvoll.

Wenn Sie bereits eine Reihe von Kunden und Interessenten haben, dann informieren Sie sie, dass Sie vorhaben, einen Newsletter ins Leben zu rufen und lassen Sie sie wissen, dass sie sich jederzeit eintragen und alle Informationen kostenlos erhalten können.

Diese Leute haben bereits ihr Interesse an Ihnen oder an dem, was Sie verkaufen, bekundet. Also macht es wirklich Sinn, dass sie mehr und öfter von Ihnen hören.

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 34

Richten Sie fortlaufende Dankeschön-Seiten ein

Dies ist ein Geheimnis, das niemand anwendet, den ich kenne und ich bin ziemlich sicher, dass das überhaupt jemand jemals getan hat.

Wie Sie wissen, wird einer, der sich in einen Newsletter eingetragen hat, anschließend auf eine andere Seite geleitet, die die Eintragung bestätigt.

Die meisten Webmaster setzen nur so etwas wie „Danke für die Eintragung in meinen Newsletter.“ Und dann folgt vielleicht noch ein Hinweis, ein bestimmtes Produkt zu kaufen. Dabei könnten sie die Gelegenheit viel besser nutzen.

Nachdem Ihr Neuabonnent sich eingetragen hat und auf die Dankeseite gekommen ist, sollte er dort die Gelegenheit bekommen, sich für einen weiteren Gratis-Newsletter oder -Kurs einzuschreiben, sofern Sie einen haben.

Auf diese Weise bekommen Sie den gleichen User in vielleicht drei oder vier Listen oder Kurse!

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 35

Erlauben Sie Usern, Ihren Newsletter in eigenen Werken zu verwenden

Erzählen Sie allen, die sich bei Ihnen bereits als Abonnent eingeschrieben haben, dass sie Ihren Newsletter an Freunde weiterleiten dürfen und sogar, dass sie Teile oder den gesamten Newsletter in eigenen Werken und Newslettern verwenden dürfen.

Natürlich unter der Bedingung, dass Sie einen Backlink setzen bzw. eine Quellenangabe inklusive Ihrer URL machen. Dies ist also wie Artikel schreiben, nur mit Ihrer Newsletter-Ausgabe anstelle eines Einzelartikels.

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 36

Versenden Sie Empfehlungsschreiben

Hier eine ganz clevere Methode, einen kleinen, aber stetigen Fluss von täglichen Neuabonnenten zu generieren.

Wann immer Sie ein Produkt oder eine Dienstleistung genutzt haben und zufrieden damit waren, schreiben Sie einen positiven Kommentar und senden Sie ihn an den Lieferanten. Dieser wird sehr erfreut sein und das Testimonial zusammen mit einem URL-Link auf seiner Website veröffentlichen.

So erfahren Besucher anderer Websites auch von der Ihrigen!

Wenn Sie eine neue Domain registrieren, auf die speziell nur die Leser Ihrer Produktempfehlung kommen, können Sie den Erfolg sogar messen.

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 37

**Bringen Sie andere Newsletter-Publisher dazu,
Sie ständig zu erwähnen**

Einer der allerbesten Wege, ohne Kosten Abonnenten zu gewinnen, ist, andere Herausgeber zu veranlassen, Sie ständig zu erwähnen. Dadurch wird bei deren Abonnenten Vertrauen aufgebaut und wenn sie sich dann schließlich Ihrem Newsletter anschließen, wissen sie bereits eine Menge über Sie und erwarten gespannt Ihre Emails.

Gut, aber wie bekommen Sie andere Publisher so weit, gerade Sie in deren Newslettern zu nennen?

Es gibt verschiedene Möglichkeiten: Veranlassen Sie einen Wettbewerb, behaupten Sie, etwas zu wissen/können, das kein anderer weiß/kann, verraten Sie dem Kollegen einen kleinen Insider-Tipp und erlauben Sie ihm, diesen seinen Abonnenten weiterzugeben und so weiter.

Bauen Sie Beziehungen zu diesen Newsletter-Schreibern auf und werden Sie deren Freund.

Listenaufbau-Geheimnis Nr. 38

Seien Sie datensparsam

Wollen Sie wirklich, dass sich ein höherer Prozentsatz der Besucher Ihrer Website, Squeeze Page und so weiter für Ihren Newsletter einträgt, dann seien Sie sparsam mit der Abfrage von persönlichen Daten.

Die User haben immer unterschwellig die Sorge, dass mit ihren Daten Missbrauch getrieben wird – nicht zu unrecht, wie man weiß.

Darum heißt die Goldene Regel:

Je weniger Daten, desto mehr Abonnenten!

Tatsächlich müssen Sie ja auch gar nicht wissen, wo einer wohnt oder wann er geboren ist. Alles, was Sie brauchen, um einen Newsletter zuzustellen, ist die Emailadresse.

Selbst die Abfrage von Vorname und Name ist nicht unbedingt notwendig. Sie können diese Eintragungsfelder zwar anbieten, aber optional, das heißt, der Neuabonnent kann sie preisgeben oder auch nicht. Er kann einen Nickname eintragen oder die Angaben ganz weglassen. Wie sich der User auch entscheidet, sein Abowunsch wird nicht zurückgewiesen, nur weil ein Feld nicht ausgefüllt ist.

Hier ist Ihr

Begrüßungsgeschenk

Mein Dankeschön, dass Sie sich die Zeit genommen haben, diesen Ratgeber durchzuarbeiten:

Mein kostenloser Autoresponder-Account – er hilft Ihnen, erst recht das Beste aus Ihrer Liste zu machen:

www.tom-responder.com