

Neue Version 2017

Die 6 Schritte Email

Wie Sie eine Email
in nur **6 einfachen**
Schritten schreiben
für jeden Anlass

Inklusive Beispiel Emails & Workbook

Heribert Maskow

Impressum

Heribert Maskow
Heimbastraße 1
44143 Dortmund
heribert.maskow@gmail.com

Haftungsausschluss

1. Inhalt des Onlineangebotes

Der Autor übernimmt keinerlei Gewähr für die Aktualität, Korrektheit, Vollständigkeit oder Qualität der bereitgestellten Informationen. Haftungsansprüche gegen den Autor, welche sich auf Schäden materieller oder ideeller Art beziehen, die durch die Nutzung oder Nichtnutzung der dargebotenen Informationen bzw. durch die Nutzung fehlerhafter und unvollständiger Informationen verursacht wurden, sind grundsätzlich ausgeschlossen, sofern seitens des Autors kein nachweislich vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verschulden vorliegt.

Alle Angebote sind freibleibend und unverbindlich. Der Autor behält es sich ausdrücklich vor, Teile der Seiten oder das gesamte Angebot ohne gesonderte Ankündigung zu verändern, zu ergänzen, zu löschen oder die Veröffentlichung zeitweise oder endgültig einzustellen.

2. Verweise und Links

Bei direkten oder indirekten Verweisen auf fremde Webseiten ("Hyperlinks"), die außerhalb des Verantwortungsbereiches des Autors liegen, würde eine Haftungsverpflichtung ausschließlich in dem Fall in Kraft treten, in dem der Autor von den Inhalten Kenntnis hat und es ihm technisch möglich und zumutbar wäre, die Nutzung im Falle rechtswidriger Inhalte zu verhindern.

Der Autor erklärt hiermit ausdrücklich, dass zum Zeitpunkt der Linksetzung keine illegalen Inhalte auf den zu verlinkenden Seiten erkennbar waren. Auf die aktuelle und zukünftige Gestaltung, die Inhalte oder die Urheberschaft der verlinkten/verknüpften Seiten hat der Autor keinerlei Einfluss. Deshalb distanziert er sich hiermit ausdrücklich von allen Inhalten aller verlinkten /verknüpften Seiten, die nach der Linksetzung verändert wurden. Diese Feststellung gilt für alle innerhalb des eigenen Internetangebotes gesetzten Links und Verweise sowie für Fremdeinträge in vom Autor eingerichteten Gästebüchern, Diskussionsforen, Linkverzeichnissen, Mailinglisten und in allen anderen Formen von Datenbanken, auf deren Inhalt externe Schreibzugriffe möglich sind. Für illegale, fehlerhafte oder unvollständige Inhalte und insbesondere für Schäden, die aus der Nutzung oder Nichtnutzung solcherart dargebotener Informationen entstehen, haftet allein der Anbieter der Seite, auf welche verwiesen wurde, nicht derjenige, der über Links auf die jeweilige Veröffentlichung lediglich verweist.

3. Urheber- und Kennzeichenrecht

Der Autor ist bestrebt, in allen Publikationen die Urheberrechte der verwendeten Bilder, Grafiken, Tondokumente, Videosequenzen und Texte zu beachten, von ihm selbst erstellte Bilder, Grafiken, Tondokumente, Videosequenzen und Texte zu nutzen oder auf lizenzfreie Grafiken, Tondokumente, Videosequenzen und Texte zurückzugreifen.

Alle innerhalb des Internetangebotes genannten und ggf. durch Dritte geschützten Marken- und Warenzeichen unterliegen uneingeschränkt den Bestimmungen des jeweils gültigen Kennzeichenrechts und den Besitzrechten der jeweiligen eingetragenen Eigentümer. Allein aufgrund der bloßen Nennung ist nicht der Schluss zu ziehen, dass Markenzeichen nicht durch Rechte Dritter geschützt sind!

Das Copyright für veröffentlichte, vom Autor selbst erstellte Objekte bleibt allein beim Autor der Seiten. Eine Vervielfältigung oder Verwendung solcher Grafiken, Tondokumente, Videosequenzen und Texte in anderen elektronischen oder gedruckten Publikationen ist ohne ausdrückliche Zustimmung des Autors nicht gestattet.

4. Datenschutz

Sofern innerhalb des Internetangebotes die Möglichkeit zur Eingabe persönlicher oder geschäftlicher Daten (Emailadressen, Namen, Anschriften) besteht, so erfolgt die Preisgabe dieser Daten seitens des Nutzers auf ausdrücklich freiwilliger Basis. Die Inanspruchnahme und Bezahlung aller angebotenen Dienste ist - soweit technisch möglich und zumutbar - auch ohne Angabe solcher Daten bzw. unter Angabe anonymisierter Daten oder eines Pseudonyms gestattet. Die Nutzung der im Rahmen des Impressums oder vergleichbarer Angaben veröffentlichten Kontaktdaten wie Postanschriften, Telefon- und Faxnummern sowie Emailadressen durch Dritte zur Übersendung von nicht ausdrücklich angeforderten Informationen ist nicht gestattet. Rechtliche Schritte gegen die Versender von sogenannten Spam-Mails bei Verstößen gegen dieses Verbot sind ausdrücklich vorbehalten.

5. Rechtswirksamkeit dieses Haftungsausschlusses

Dieser Haftungsausschluss ist als Teil des Internetangebotes zu betrachten, von dem aus auf diese Seite verwiesen wurde. Sofern Teile oder einzelne Formulierungen dieses Textes der geltenden Rechtslage nicht, nicht mehr oder nicht vollständig entsprechen sollten, bleiben die übrigen Teile des Dokumentes in ihrem Inhalt und ihrer Gültigkeit davon unberührt.

Schreiben Sie Killer-Betreffzeilen in 2 Minuten ohne groß zu überlegen

Mühen Sie sich auch jedes mal ab beim Schreiben einer guten Betreffzeile für ihre E-Mails?

Jeder weiß es: Die Betreffzeile ist der erste wichtige Faktor für den Erfolg einer geschriebenen E-Mail. Versagt schon die Betreffzeile wird die E-Mail nicht geöffnet, gelesen und der Link zu einem Produkt nicht geklickt.

Die Folge ist sie haben wieder wertvolle Zeit investiert und keine Umsatz oder Affiliate Provisionen gemacht.

Und das alles scheitert an den 6 wichtigsten Worten - Ihrer Betreffzeile!

Dabei kann eine einzige gute Betreffzeile die Kosten für Ihren Autoresponder wie Klick-Tipp Premium Account (nur 55€ im Monat) für einen kompletten Monat bezahlen.

Die Betreffzeile ist nicht nur der wichtigste Part ihrer E-Mail, sondern auch wegen der Kompaktheit von nur 6 bis max. 10 Worten der schwerste Teil.

Haben sie mit der Betreffzeile die Richtung und die Art der E-Mail festgelegt schreibt sich die E-Mail in kurzer Zeit fast von selbst. Betreffzeile und E-Mail müssen immer zusammenpassen und ein Team bilden.

Ich möchte jetzt die Betreffzeile vorstellen die sie in nur 2 Minuten schreiben ohne lange überlegen zu müssen. Aber nur, wenn die den korrekten Aufbau kennen.

Ich mache es kurz hier ist sie:

Endergebnis dass der Nutzer wünscht
+ klaren Zeitraum
+ Einwandbehandlung von Ausreden

Hier gleich ein paar Beispiele zur Verdeutlichung

Schreiben Sie Killer-Betreffzeilen in 2 Minuten ohne überlegen

Verlieren Sie 10 Kilo Fett in 2 Wochen ohne Hilfsmittel und Sport

Definiertes Sixpack in 10 Wochen ohne Diät

Machen Sie 300€ online in 4 Wochen ohne Nischenseite oder Adsense

Eliminieren Sie Pickel in 1 Woche ohne teure Kosmetikprodukte

Schritt 1: Endergebnis dass der Nutzer wünscht

Konzentrieren sie sich immer zuerst auf ihr Angebot und formulieren sie es als Ziel ihres Users. Schreiben sie es als klare Aussage als eine Art Versprechen.

Unterscheiden sie bitte immer zwischen einem Vorteil und einer Eigenschaft des Produktes.

- Schreiben Sie Killer-Betreffzeilen
- Verlieren Sie 10 Kilo Fett
- Definiertes Sixpack
- Machen Sie 300€ online

Bitte übertreiben Sie es bei diesem Teil der Betreffzeile nicht. Das Ergebnis muss für den User glaubhaft und erreichbar sein. Natürlich sollte das Produkt später das versprochene Ergebnis liefern können oder zumindest nah dran sein am versprochenen Ergebnis.

Schritt 2: Der Zeitraum

Der Zeitraum in dem das Ergebnis erreicht wird. Nutzen sie hier lieber kurze Zeiträume in Hinsicht auf das Ziel. Zu lange Zeiträume lassen Arbeit erahnen und das will keiner. Gerade online sind die Menschen immer auf der Suche nach einer schnellen Lösung zu einem **spezifischen Problem**.

Das schreiben einer Betreffzeile in 2 Minuten ist realistisch. Oft brauchen die Leute viel länger und haben trotzdem keine guten Ergebnisse.

Überlegen sie immer ob es realistisch ist das Ziel in diesem Zeitraum zu erreichen. Hier können sie problemlos an die Untergrenze des Zeitraums gehen. Dann klingt es verführerischer.

Schritt 3: Das Vorwegnehmen des Einwandes.

Sicherlich kennen Sie es auch. Sie unterhalten sich mit jemandem und zeigen ihm eine Lösung auf und dann kommt der Satz:

Ja, aber das funktioniert bei mir nicht, weil....

Genau diesen Einwand wollen Sie in ihrer Betreffzeile sofort zerstören. Ja das muss man so krass ausdrücken. Einwände halten Leute von der Umsetzung ab. Oft haben sie noch nicht einmal gestartet und die Lösung ausprobiert.

Überlegen sie wie man das Ergebnis erreichen kann ohne ein weiteres Problem zu haben.

Dinge machen zu müssen die man nicht gerne macht, weil sie anstrengend sind.

Wer macht schon gerne Diät? Weniger essen, nur bestimmte Lebensmittel, zeitliche Einschränkungen etc.

Ihre Betreffzeile muss immer suggerieren, dass das versprochene Ergebnis schnell und einfach machbar ist. Wenn möglich mit einer neuen Methode die noch nicht oder kaum bekannt ist.

Oder warum glauben sie gibt es zig hundert oder tausend Diäten?

Warum funktioniert dieses Betreffzeilensystem so gut?

Der Grund ist ganz einfach. Es wird die Lösung eines bestimmten Problems in einem kurzen Zeitraum versprochen.

E-Mails sind ein Kommunikationsmittel und mit der Betreffzeile sprechen sie den User direkt an. Sie brauchen seine Aufmerksamkeit damit der Dialog weitergeführt wird. Quasi das öffnen der E-Mail. Durch Glaubwürdigkeit erhalten sie in seinen Gedanken ein stilles Ja, das will ich.

Damit ist es aber noch nicht getan. Das Ja, aber kommt sofort in seine Gedanken.

Damit hätten Sie schon wieder verloren. Durch das Erweitern der Betreffzeile mit der Einwandbehandlung und dem eliminieren des Problems gibt es keinen Grund mehr Nein zu sagen. Außerdem machen sie ihn neugierig auf eine neue Lösung seines Problems die er noch nicht kennt.

Einwandbehandlung ist immer ein wichtiger Bestandteil von Verhandlungen und Verkaufsgesprächen.

Jetzt kennen sie dieses einfache und schnelle System zum Schreiben von E-Mails für eigene Produkte oder Affiliateprodukten.

Das gute an diesem System ist, dass sie es schnell abwandeln und testen können.

Passen sie es an Trends an. Möglicherweise ist AdSense im Online Geld verdienen Bereich kein Thema mehr. Ersetzen sie es gegen etwas aktuelles.

Jetzt wo die Betreffzeile steht und die Marschrichtung in die du gehen möchtest feststeht brauchst Du eine E-Mail die das Versprechen aufnimmt und zum Klick auf den Link der Verkaufsseite führt.

Einen großen Teil der Denkarbeit haben wir schon hinter uns gebracht.

Wir kennen das Ziel das Users das er erreichen möchte und haben es in Form eines Versprechens formuliert.

Wir haben einen Zeitraum definiert in der er das Ziel erreichen kann

Wir haben die häufigste Ausrede bzw. Einwand oder Problem gefunden die den User von der Umsetzung abhält.

Jetzt schreiben wir eine E-Mail nach einem ebenfalls ganz einfachen System bzw. Template.

Hier kommt das Template

1. Problem nennen
2. Die Auswirkungen des Problems wenn man es hat
3. Die Lösung des Problems (mit einem Produkt oder Content)
4. Bulleliste mit Vorteilen des Produktes CTA Vorteil
5. Beweise (z.B. Kundenmeinungen, Bilder, Geld zurück Garantie etc.) CTA Logik
6. Call to Action (Handlungsaufforderung als Link) CTA Verknappung

Dieses Schema ist wirklich sehr einfach umzusetzen. Gehen sie einfach Schritt für Schritt die Liste durch.

Wenn Sie ein Affiliate Produkt bewerben hilft ein Blick auf die Verkaufsseite des Vendors, dem Produkt Anbieter. Hier werden die Punkte oft angesprochen und sie haben einen guten Überblick über das was das Produkt leistet und an wen es sich richtet.

Beispiel der einzelnen Punkte stichpunktartig ausgefüllt

1: Das Problem

Es ist schwierig und zeitaufwendig gute E-mails zu schreiben die einen Klick auf den Link erzeugen und zu einem Verkauf führen

2: Die negative Auswirkung

Mit hohem Zeitaufwand erhält man nur mäßige Ergebnisse. Oft werden die monatlichen Kosten für den Autoresponder nicht mit dem versenden der E-mails reingeholt. Die Kontakte tragen sich aus der Liste aus, weil die erhaltenen E-mail für sie nicht relevant sind und eine Lösung bereit halten.

3: Die Lösung

Das Ebook, Videokurs, Zugang Mitgliederseite zum Thema Autoresponder Mails schreiben die Verkaufen. Ein spezielles System von der Betreffzeile bis zum Call to Action in der E-Mail das Ergebnisse liefert. Jeder kann sich dieses einfache System merken und in kurzer Zeit umsetzen.

4: Bullet Liste mit Vorteilen des Produktes

- 6 einfache Schritte zur fertigen E-Mail
- leicht umsetzbares Templatesystem
- leicht zu merken E-mails schreiben sogar in der U Bahn oder Bus
- weniger Austragungen aus der E-Mail Liste
- deutlich höhere Verkaufsraten bei Produkten
- geringer Zeitaufwand zum schreiben
- planen sie ihre E-Mails bereits im Kopf und schreiben sie später nur noch nieder
- schreiben sie E-Mails für jedes Produkt oder Branche

5: Der Call to Action die Handlungsaufforderung

Der Leser soll die Verkaufswwebseite besuchen und das Produkt kaufen

Erfahren Sie jetzt mit nur einem Klick wie sie verkaufsstarke E-mails in 30 Minuten verfassen ohne lange auf eine leere weiße Seite zu starren

6: Beweis

Testimonial verwenden von einem Kunden + weitere Handlungsaufforderung

Bereits in den nächsten 60 Minuten können sie ihre erste verkaufsstarke E-mail versenden die ihnen Umsätze bei Paypal oder Digistore24 aufs Konto spülen... Klicken Sie jetzt hier und erfahren wie...

Hier einmal ein kleines Outline einer E-Mail die wir jetzt nur noch schreiben brauchen.

So ein Outline können sie sich immer stichpunktartig machen, wenn ihnen eine Idee kommt.

Im nachfolgenden Teil gehe ich weiter auf Details ein auf die wir beim Schreiben achten sollten. Die komplette E-Mail habe ich Dir in einer gesonderten Datei als Bonus mitgegeben. Du kannst sie am besten ausdrucken und sie neben dich legen und so die einzelnen Teile der E-Mail nachverfolgen.

Ich fange meine E-Mails gerne mit einer Art Einleitung an, die wie folgt lautet:

Hallo Name,

Heribert Maskow von Webseite oder Newsletter mit einer Frage oder Tipp für Dich hier.

So wissen die Leser immer genau mit wem sie es zu tun haben und worum es in der E-Mail geht. Ein kostenloser Tipp ist auch schon ein Vorteil für den Leser für den er gerne weiterliest.

Teil 1: Das Problem

Jetzt kann ich schon indirekt das Problem in einer Frage ansprechen.

Hast Du auch das Problem mal eben schnell eine gute E-Mail für ein eigenes Produkt oder Partner Produkt zu schreiben? Sind Öffnungen, Klicks und Umsätze genauso mies wie das momentane Wetter?

Hier sind 2 Dinge wichtig. Zum einen ist das nennen des Problems durch die Frage indirekt und der Leser überprüft ob die Situationen auf ihn zu treffen. Dann gibt er sich gedanklich eine Antwort in Form von JA oder Nein. Mhh, ja das stimmt ich könnte echt mehr Geld mit meinen E-Mails verdienen. Häufig habe ich nicht einmal ein einzigen Verkauf pro E-Mail die ich gesendet habe.

Teil 2: Die negativen Folgen und Auswirkungen

Mit einer kleinen Liste und schlechten E-Mails sind die Kosten für einen Autoresponder häufig höher als die Einnahmen im Monat mit E-Mail Marketing.

Da fragt man sich doch echt wie machen es die Anderen die erfolgreich Umsätze im 3-4 stelligen Bereich verdienen.

Mal abgesehen von den Austragungen die Deine Liste und somit Dein Umsatzpotenzial dezimieren.

Was passiert hier genau?

Hier werden die Folgen und Auswirkungen verdeutlicht die aus dem Hauptproblem folgen.

Ich nutze dafür immer folgende Vorgehensweise:

Es ist die "**Daraus folgt Formel**".

Ich schreibe das Hauptproblem auf

und finde dann viele negative Folgen die daraus resultieren.

Beispiel: Problem schlechte Betreffzeilen

daraus folgt:

E-Mails werden nicht geöffnet

daraus folgt:

der Leser kann nicht auf den Link zur Webseite klicken

daraus folgt:

ich verdiene keine Provisionen und mache keine Umsätze

daraus folgt:

ich muss das Geld für den Autoresponder wieder aus meiner privaten Kasse auslegen

daraus folgt:

ich habe am Monatsende weniger Geld und kann nichts für den Urlaub zurücklegen oder Rücklagen bilden

daraus folgt:

ich werde immer frustrierter und bin nicht mehr so entspannt

Diese Auflistung kann man dann in zwei bis drei Sätzen kombiniert schreiben.

Das kannst Du für jedes einzelne Problem das der User haben kann machen.

Mit dieser Technik kannst Du sehr viele E-Mails schreiben die unterschiedliche Probleme anspricht.

Du wirst durch Tracking und Split Testing sehen welche Probleme zu den meisten Verkäufen führt.

Teil 3: Die Lösung des Problems in Form des angebotenen Produktes

An diese Stelle im E-Mail Marketing kommen die meisten User. Deshalb habe ich heute einen echt guten Ratgeber zum Thema E-mails schreiben für Affiliates und Produktinhaber für Dich.

Dieser Ratgeber zeigt Dir an ganz einfachen Vorlagen wie du systematisch eine umsatzstarke E-mail schreibst. Von der Betreffzeile bis zum letzten Link als Handlungsaufforderung. Egal ob für dein eigenes Produkt, oder Deine Affiliates zum bewerben deiner Produkte. Du kannst damit auch E-Mails für Affiliate Produkte schreiben.

Der erste Satz leitet einfach nur die Überleitung vom Problem hin zur Lösung ein. Du kannst hier Verständnis und Empathie zeigen. Sag dem User, dass er mit dem Problem nicht alleine ist. Möglicherweise das du auch das Problem hattest und es wie folgt gelöst hast.

Dann kannst Du schon das Produkt ansprechen. Einen Ratgeber der ihm Vorteile bietet. Diese Vorteile sollten schon Lösungen für die oben erarbeiteten Folgen des Problems sein. Stelle ihm seine neue Situation vor, in der er sein wird, wenn er das Produkt gekauft hat.

Teil 4: Die Bullet Liste mit vielen Vorteilen

Du erfährst folgende einfache Dinge

- wie Du in 2 Minuten eine Betreffzeile ohne nachdenken schreibst
- die einfache 6 Schritt für Schritt E-Mail Vorlage für erfolgreiche E-Mails
- bewerbe eigene Produkte, Blogbeiträge oder Freebees
- schreibe eigene individuelle Affiliate E-Mails und schnappe dir ein großes Stück vom Umsatzkuchen
- so gliederst du deine Betreffzeile in 3 einfache Teile

- an welchen 3 Stellen in der E-Mail die Handlungsaufforderungen als Link hin müssen für viele Klicks und Umsätze
- So formatierst du deine E-Mails richtig
- der eine Satz der dir immer sofort hilft den Fokus für deine E-Mail zu bekommen
- so schreibst du deine E-Mail ohne lange auf einen leeren Bildschirm zu starren
- das versteckte Gerüst deiner E-mail nach dem du deine E-Mails immer planen kannst ohne dass die Konkurrenz es mit bekommt
- ein so einfaches System dass du selbst beim Warten auf den Bus eine Idee für eine E-Mail planen kannst - Zuhause schreibt sie sich dann wie von selbst
- verbrenne nie wieder deine Liste mit schlechten E-Mails von Produkthanbietern oder weil alle Partner die gleichen E-mails verschicken

Erfahre jetzt mit nur einem Klick wie Du verkaufsstarke E-Mails in unter 30 Minuten schreibst ohne lange auf einen leeren Bildschirm zu starren

Für die Bullet Liste kannst Du genauso vorgehen wie bei den negativen Folgen des Problems.

In diesem Fall in der positiven Weise. Bitte bleibe hier realistisch und verspreche keine Dinge die das Produkt nicht halten kann.

Nimm einen Vorteil den das Produkt bzw. eine Information aus einem Kapitel bietet.

Dann machst du wieder die **“das folgt daraus Liste”**

Bei der Liste mit den Vorteilen darfst Du gerne Zahlen verwenden und genaue Formulierungen verwenden.

Nicht einfach nur du wirst selber gute E-mails schreiben sondern genau was das bedeutet.

Schreibe in weniger als 30 Minuten E-mails die 30% mehr Klicks auf Deine Links bringen und Deinen Umsatz bis zu 15% steigern.

Nach der Aufzählungsliste kommt der erste Link mit dem Call to Action. Die Handlungsaufforderung.

Bei der Handlungsaufforderung soll der Leser eine Aktion ausführen, also handeln.

Die Handlungsaufforderung wird immer als Link in die E-Mail eingefügt.

Definieren sie erstmal anhand der folgenden Punkte die genaue Aktion die ausgeführt werden soll.

- Was soll der Leser machen?
er soll auf den Link klicken und einen Blogbeitrag lesen, sich einen kostenlosen Report downloaden, ein Video ansehen, etc.
- Was ist der Vorteil wenn er die Aktion ausführt?
Der Leser lernt etwas, er entdeckt etwas, er erhält einen Rabatt, kann ein Angebot mit Preisvorteil nutzen, kann etwas downloaden, ist schlauer als vorher, er spart etwas z.B. Zeit oder Geld, etc.
- Wann soll er es machen?
Sofort, Jetzt, umgehend, augenblicklich, prompt, schnell, unverzüglich
- Kann man den Vorteil der Handlung zeitlich begrenzen für eine schnellere Reaktion?
Ja, der Rabattcode ist nur eine gewisse Zeit gültig, begrenzte Anzahl von Artikeln verfügbar bzw. auf Lager. z.B. nur noch 73 Mängellexemplare mit 75% Preisnachlass auf Lager
- Handlungsorientierte Wörter nutzen
Was sind handlungsorientierte Wörter? Das sind Wörter die jemanden etwas ausführen lassen, nämlich eine Aktion. Damals in

der Schule hießen sie “Tu Wörter” oder auch Verben. Hier ein paar **Beispiele:** kaufen, schicken, laden, absenden, herunterladen, downloaden, lernen, entdecken, vergleichen, lesen, investieren etc.

Beispiel: [Lesen sie jetzt meinen neuen Blogbeitrag und lernen wie sie in 5 einfachen Schritten E-Mails schreiben die geöffnet, gelesen und geklickt werden...](#)

Am Ende der Handlungsaufforderung als Link immer die drei Punkte machen (...)

Split Tests haben ergeben dass dies zu mehr Klicks führt.

Teil 5: Der Beweis für mehr Vertrauen und Glaubwürdigkeit

Oliver Glaser schreibt folgendes zum System von Heribert Maskow

Ich bewerbe nur Partnerprogramme und Produkte von Digistore24 in Verbindung mit E-Mail Marketing. Ich nutze nur noch das System zum Schreiben von E-Mails das mir Heribert Maskow beigebracht hat. Im laufe der Zeit sind mir 2 Punkte positiv aufgefallen:

Erstens: Ich mache jetzt mehr Umsatz mit einzelnen E-Mails.

Zweitens: Endlich kann ich auch hochpreisige Produkte ab 69€ besser und leichter verkaufen. Das ist sehr cool, weil dort die Provisionen höher ausfallen als bei einem 17€ Produkt.

Tolles System!

Grüße Oliver Glaser

Bereits in den nächsten 60 Minuten können sie ihre erste verkaufsstarke E-mail versenden die ihnen Umsätze bei Paypal oder Digistore24 aufs Konto spülen... [Klicken Sie jetzt hier und erfahren wie...](#)

Nette Grüße

Ihr Name

Kundenmeinungen zum Produkt helfen Vertrauen aufzubauen. Hier können auch andere Beweise angeführt werden. Hier können Aussagen von Experten, Ärzten, Fachleuten zum Thema angeführt werden. Ein sogenanntes Endorsement.

Bilder oder Screenshots können ebenfalls hilfreich sein. Ein Foto eines Zeitungsartikels aus eine Fachzeitschrift zum Thema.

Dann folgt wieder eine Handlungsaufforderung als Link passend zum Inhalt dieses Teils der E-mail. Was war der Vorteil der hier vorgestellt wurde?

Verpacken sie das wieder in eine gute Handlungsaufforderung.

Optional: Ein PS

PS: Im Moment sammelt Heribert Kundenmeinungen zu seinem neuen Produkt. Deshalb bietet er seinen Ratgeber zu einem Sonderpreis an. Es kann sein dass er den Preis bald erhöht und die Aktion zum Vorzugspreis beendet.

[Klicke jetzt hier und sichere den kompletten Ratgeber noch zum Vorzugspreis...](#)

PSS: Bitte sei so fair und sende ihm auch Deine Meinung für die Webseite.

[Probiere es jetzt aus und steigere Deinen Umsatz mit E-mail Marketing signifikant...](#)

Ich persönlich versuche immer ein PS für eine E-Mail zu schreiben. Es hat folgenden Vorteil. In diesem Bereich kannst Du wenn möglich das Angebot verknappen oder in einer Art begrenzen. So wie ich es schon oben bei der Handlungsaufforderung beschrieben habe.

Alternativ kannst Du noch einen weiteren Vorteil nennen, zum Beispiel einen Bonus für Leute die heute kaufen. Auch hier gehört eine Handlungsaufforderung als Link hin.

Die Formatierung der E-mail

Den Typ der E-Mail nennt man Text HTML E-Mail. Warum? Weil diese E-Mail mit so wenig wie möglich HTML Formatierungen auskommt wie möglich. Je mehr HTML in einer E-Mail verwendet wird, desto höher ist die Gefahr, dass sie im Spamordner landet.

In einer E-mail verwende ich immer die Fettschrift bei Links die die Handlungsaufforderung sind. Ansonsten verwende ich noch Fettschrift für Dinge die wichtig sind und ins Auge stechen sollen.

Für die User im Internet die ihre E-mail nicht Wort für Wort lesen, sondern scannen oder nur überfliegen. Für die sind bestimmte Wörter, Formulierungen und Vorteile in Fett formatiert.

So können sie schnell erfassen um was es geht und welche Vorteile es für sie bietet. Ganz nach dem Motto Was ist drin für mich!

Bei vielen Aufzählungspunkten ist es möglich diese abwechselnd Fett und normal darzustellen.

Sie können, wenn Sie haben auch noch ein Bild in die E-Mail einfügen und verlinken.

Bei manchen Anbietern und Einstellungen werden Bilder aber nicht immer sofort beim öffnen angezeigt. Deshalb lasse ich sie einfach weg.

Zusammenfassung:

Schreiben Sie eine E-Mail Betreffzeile nach der Formel

Endergebnis dass der Nutzer wünscht + klaren Zeitraum +
Einwandbehandlung von Ausreden

Schreiben Sie die E-Mail nach dem Folgenden Muster:

Problem nennen

Folgen und Auswirkungen des Problems aufzeigen

Die Lösung in Form des Produktes nennen

Die Aufzählungsliste mit konkreten Produktvorteilen (erste
Handlungsaufforderung)

Der Beweis (Kundenmeinungen, Expertenmeinungen, Bilder) (zweite
Handlungsaufforderung)

Optional das PS mit neuem Vorteil oder einer Begrenzung des
Produktes oder einer Garantie.

Das ist alles was sie sich merken müssen. Wenn sie dieses Schema
einmal verstanden und umgesetzt haben, ist es Gold wert! Sie können in
jeder Situation in der eine Wartezeit entsteht eine E-Mail nach diesem
Prinzip planen. Später wenn sie dann einen Computer haben, schreibt
sich die E-Mail wie von selbst.

Nette Grüße

Heribert Maskow

Glauben Sie, dass sich das Marketing Ihres Unternehmens verbessern lässt?

>> [Wenn ja, dann melden Sie sich kostenlos zu diesem Webinar an](#)

Sie werden lernen:

- Wie Sie Ihr Online-Marketing in 3 Stufen automatisieren und in Zukunft smarte Software für sich arbeiten lassen
- Welche Marketing-Kanäle nachweislich den höchsten Profit (ROI, ROMI) bringen und wie Sie diese kinderleicht „anzapfen“

- Eine fortgeschrittene und einfach zu realisierende Marketing-Technik, die Ihnen einen unfairen Wettbewerbsvorteil verschaffen wird, weil ziemlich sicher keiner Ihrer Mitbewerber diese Strategie derzeit nutzt (kein Scherz)
- 10 Leadmagneten und ein Live-Beispiel, wie Sie für die Gewinnung von E-Mail-Adressen mit nur 17 Wörtern effektiv funktioniert und Millionen an Umsatz produziert
- Wie Sie noch heute starten können ein Business aufzubauen, welches für Sie arbeitet und nicht umgekehrt

>> [Hier nochmals der Link zur kostenlosen Registrierung \(hier klicken\)](#)

Warten Sie also nicht länger und sichern sich Ihren Platz, 100 % kostenlos.

Beste Grüße

Heribert Maskow

P.S.: Was Sie hier erwartet ist eine echte Sensation. Die Art und Weise, wie man in Zukunft seine Funnel (Marketing-Trichter) entwickelt, wird sich fundamental ändern.

Sie bekommen aufgezeigt, worauf Sie Ihren Fokus für die Kundengewinnung über das Internet richten müssen und wie Sie sich Systeme schaffen, die 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche, für Sie arbeiten. Unglaublich spannend!

>> [Hier nochmals der Link zum Quentn-Webinar \(klick\)](#)