

Das 5. Gesetz von eXplosivem Marketing: Ihre FollowUp-Sequenz entwickeln!

- Was ist der Haupt-Grund, warum wir die teuer gewonnen Leads (Interessenten) nicht in zahlende Kunden wandeln?
- ... ein fehlendes, **Follow Up-System!**
- Ein Neukunde braucht statistisch 7-9 Kontakte, bevor er genug Vertrauen aufgebaut hat, dass er kauft.
- ... wir brauchen ein System, das **Vertrauen** aufbaut!
- Wir brauchen die Kontakt-Daten unserer Interessenten.
- ... wir brauchen einen **Kontakt-Köder!**
- Was können Sie als Köder entwickeln, dass den Effekt auslöst: „Das MUSS ich haben!“?

Gewinn-Regel:

*„Das Geld steckt in einem **systematischen** Kontakt-System!“*

Ihr Marketing-System - Sie brauchen ein System, das Vertrauen aufbaut!

- **Studien zeigen:** Web-Seiten-Besucher kaufen nur selten beim Erstbesuch.
- Statistiken zeigen, dass Verkäufe ab dem **5. - 12.** Kontakt gemacht werden.

Hier die Ergebnisse einer Studie:

- 2 % der Verkäufe werden beim 1. Kontakt erzielt,
- 3 % beim 2. Kontakt,
- 5 % beim 3. Kontakt,
- 10 % beim 4. Kontakt und
- 80 % der Verkäufe beim 5.-12. Kontakt!!!



Sie brauchen einen Prozess, der sicher stellt, dass jeder neue Interessent eine Sequenz von mindestens 5, besser 7-9 Kontakte erhält innerhalb von 3-4 Wochen.



ERFOLG! - Sie haben Ihre Kontakt-Informationen.
Sie wollen mehr von Ihnen wissen!

„Was sagen Sie? Wie? Wann? Wie viel?“

Ihr FollowUp-System... Per Email

- Emails sind für das FollowUp ein perfektes **Medium**.
- Sie sind ein direkter Kanal in die **Arbeitswelt** Ihrer Kunden und Interessenten.
- Richtig eingesetzt werden Sie vom Vertreter zum vertrauten **Berater/ Helfer/ Coach**.

- Entwickeln Sie **Autoresponder-Squenzen** für die wichtigsten Situationen in Ihrem Geschäftsmodell.
- Benutzen Sie einen professionellen Email-Provider.
- CLeverReach, ConstantContact, Flatrate Newsletter ...

Beispiel Web-Agentur:

Wir schauen uns hier eine Follow-Up Sequenz an, am Beispiel einer Web-Agentur.

Dabei geht es darum, dass Ihr Empfänger das Gefühl haben, Sie schreiben direkt und persönlich zu ihnen. Stellen Sie sich Ihren Zielkunden darum als eine Person mit einem spezifischen Namen vor. Und dann schreiben Sie zu dieser einen Person.

Ein Tipp: Fragen Sie nach persönlichem Feedback, oder deren Meinung, dass schafft sofort Reaktion und einen persönlichen Touch.

Hier kommt eine Follow-Up Kampagne für eine Web-Agentur, nach dem Erstkontakt mit einem neuen Interessenten.

EMAIL #1: -----

Betreff: Feuern Sie Ihre SEO-Agentur - Gratis Report zeigt, wie Ihre Webseite mehr Geld produziert

Email-Text:

Hallo, Vorname Nachname,

Wussten Sie, dass viele Unternehmen Geld rausschmeißen für ihre SEO-Agentur, wo es doch einen viel einfacheren Weg gibt, mehr Geld mit Ihrer Webseite zu machen?

Sind Sie frustriert von den Ergebnissen Ihrer Webseite? ... Oder könnte es ein bisschen mehr sein, an Kunden und an Umsatz?

Mein Tipp: Laden Sie sich kostenlos das Whitepaper herunter: „Das Geld steckt im Follow-Up“, wenn Sie lernen wollen, wie Sie *noch heute mehr Umsatz mit Ihrer Webseite machen*.

WICHTIG! - Wenn Sie es gelesen haben, schicken Sie mir eine Email mit Ihrem Feedback. Schreiben Sie mir Ihre Meinung, wie die Umsetzung Ihnen mehr Umsatz bringen kann.

Klicken Sie diesen Link um das gratis Whitepaper jetzt herunter zu laden:

>> [Das Geld steckt in Ihrem Follow-Up ...](#)

Beste Grüße,

WERNER KLUGE
Webstrategie GmbH

www.meinewebseite.de

P.S.: Ich habe soviel positives Feedback zu diesem Report erhalten, Sie werden erstaunt sein, wie nur 5 Minuten Ihnen viele neue Möglichkeiten eröffnen werden ...

EMAIL #2 -----

Betreff: Der beste Weg, um mit Ihrer Webseite mehr Umsatz zu machen

Email-Text:

Hallo, Vorname Nachname,

Danke, dass Sie sich meinen Report herunter geladen haben.

Wenn Sie Ihre Webseite professionell prüfen lassen wollen, dann [Klicken Sie jetzt Hier](#) für eine kostenlose Webseiten-Analyse...

Bitte tun Sie mir einen Gefallen... Klicken Sie auf Antwort und sagen Sie mir, wie Sie das in Ihrem Business umsetzen können, oder rufen Sie mich an unter: 01234-12345678.

- Was sind Ihre aktuellen Webseiten-Zahlen?

- Wie können Sie ein Follow-Up einsetzen, um Ihren Kunden einen besseren Service zu bieten?
- Was würden Sie tun, um mehr Referenzen und positive Rückmeldungen zu erhalten?

Ich freue mich darauf, von Ihnen zu hören.

Beste Grüße,
WERNER KLUGE
Webstrategie GmbH

www.meinewebseite.de

P.S.: Normalerweise berechne ich €250 für eine erste Beratung. Da ich aber meinen Service in Ihrer Region ausweiten möchte, übernehme ich die kompletten Kosten hierfür, wenn Sie mich in den nächsten 7 Tagen kontaktieren.

Der beste Weg, mich zu erreichen ist per Telefon: 01234-12345678 oder indem Sie auf meine Email antworten!

EMAIL #3 -----

Betreff: EILT! Nur noch 2 Tage: Gratis Analyse Ihrer Webseite

Email-Text:

Hallo [Briefanrede],

Möchten Sie mir Ihre Webseite zeigen?

Nur noch 2 Tage: Sparen Sie €250 auf eine Grund-Beratung!

Sie erinnern sich, vor ein paar Tagen hatte ich Ihnen gesagt, dass ich Ihnen die vollen €250 Gebühr für eine Grundberatung schenke. Ich mache das, weil ich neue Kunden suche in Ihrer Region. Allerdings gilt dieses einmalige Angebot nur noch 2 Tage!

Wenn Sie einen Termin vereinbaren wollen, [Klicken Sie diesen Link](#) um mich zu informieren oder antworten Sie auf diese Email.

Ich freue mich darauf, von Ihnen zu hören.

Beste Grüße,

WERNER KLUGE
Webstrategie GmbH

www.meinewebseite.de

P.S. Ich kann dieses einmalige Angebot nur für 2 weitere Tage aufrecht halten, denn ich kann nur einer begrenzten Anzahl an Unternehmen helfen, wenn ich jedem das maximale Ergebnis garantieren will.

EMAIL #4 -----

Betreff: Letzte Chance, mir Ihre Webseite zu zeigen

Email-Text:

Hallo, Vorname Nachname,

Das ist eine freundliche Erinnerung:

LETZTE Chance: sparen Sie €250,- für Ihre Web-Beratung!

Mit ein paar kleinen, leicht umsetzbaren Veränderungen an Ihrer Webseite können Sie sofort mehr Kunden und Umsatz gewinnen.

Wenn Sie einen Termin vereinbaren wollen, [Klicken Sie diesen Link](#) um mich zu informieren oder antworten Sie auf diese Email.

Ich freue mich darauf, von Ihnen zu hören.

Beste Grüße,

WERNER KLUGE
Webstrategie GmbH

www.meinewebseite.de

P.S. Es ist OK, wenn Sie mich heute für die kostenlose Webseiten-Beratung anrufen, Sie können mich anrufen, wenn Sie entscheiden, dass Sie bereit dazu sind, für einen schnellen und einfachen Weg, mit Ihrer Webseite mehr Kunden anzuziehen. Aber ich bin sicher, Sie verstehen, dass ich Ihnen dann meine regulären €250 Gebühren berechnen muss.

P.S.S. Sie können noch heute auf diese Email antworten, oder [diesen Link Klicken](#), jederzeit und ich werde mein kostenloses Angebot einhalten. Stellen Sie dann nur sicher, dass Sie unbedingt vor 24:00 Uhr reagieren!

Oder Betreff: Ich bin überrascht!

Email-Text:

Hallo, Vorname Nachname,

Ich habe Ihnen nun mehrfach gezeigt, wie Sie ...

UND *Sie haben nicht ein einziges Mal reagiert!*

Dafür habe ich nur eine Erklärung, entweder brauchen nicht ... oder Sie glauben mir nicht. Das verstehe ich, da wir uns noch nicht kennen.

Darum mache ich Ihnen nun folgendes Angebot ...

Ich freue mich darauf, von Ihnen zu hören.

Beste Grüße,

WERNER KLUGE
Webstrategie GmbH

www.meinewebseite.de

P.S. Es ist OK, wenn Sie mich heute für die kostenlose Webseiten-Beratung anrufen, Sie können mich anrufen, wenn Sie entscheiden, dass Sie bereit dazu sind, für einen schnellen und einfachen Weg, mit Ihrer Webseite mehr Kunden anzuziehen. Aber ich bin sicher, Sie verstehen, dass ich Ihnen dann meine regulären €250 Gebühren berechnen muss.

P.S.S. Sie können noch heute auf diese Email antworten, oder [diesen Link Klicken](#), jederzeit und ich werde mein kostenloses Angebot einhalten. Stellen Sie dann nur sicher, dass Sie unbedingt vor 24:00 Uhr reagieren!

Gewinn-Regel:

*„Es braucht 7-9 Kontakte
um zu verkaufen!“*

Ihr FollowUp-System... mit Postkarten

- Abhängig von Ihrem Ziel-Publikum, können Postkarten die falsche Botschaft über Ihre Firma aussenden.
- Wenn Sie ein Restaurant oder ein Landschaftsgärtner sind, sind Postkarten in Ordnung.
- Wenn Sie eine hochpreisiges Produkt/ Dienstleistung verkaufen, haben Sie damit Ihr Angebot verbilligt.
- Ein Brief wäre hier angemessen.

.....

.....

.....

.....

Ihr FollowUp-System... mit Telefon-Calls

- Softselling, kein Hardselling!
- Ernährend, beratend unterstützend, nicht manipulativ!
- "Kuschel-Calls!"
- Hinterlassen Sie nicht zu viele (Rückruf-) Nachrichten, sie wirken dadurch aufdringlich und anbiedernd.
- Entwickeln Sie eine Strategie, dass der Kunde SIE anruft! ... Kontakt-Köder.

Beispiel:

Sie haben unser White Paper angefordert und auch erhalten. Ich möchte nun mit Ihnen besprechen, in welchen Bereich Sie Interesse haben.

Was ist die Richtung Ihres Interesses und Ihrer Firma?

Wie hat unser White Paper Ihnen geholfen Themen zu lösen oder wo hat es Ihre Gedanken zu bestimmten Themen bestätigt oder neu gebündelt?

Welche anderen Gratis-Informationen bezüglich Ihrer Anforderungen hätten Sie gerne von uns?

Würden Sie gerne? OK, Großartig!

Ich möchte Ihnen gerne ein neues Produkt/ eine neue Dienstleistung vorstellen, von der ich glaube, dass sie Ihnen von großem Nutzen bei Ihren Zielen sein wird.

Dienstag oder Mittwoch, was passt Ihnen besser?

Ihre (Email-) Kampagne planen

Wählen Sie ein qualifiziertes System:

- Schauen wir uns in der nächsten Lektion an.

Planen Ihrer Kampagne:

- Hier sind verschiedene Dinge relevant:
- Die Frequenz. Wie oft und in welchem Abstand wollen Sie Ihre neuen Interessenten kontaktieren?
- Welche Tage sind die besten?
- Machen Sie "Standard"-Kampagnen (Follow up gleich für alle Interessenten) oder senden Sie Ihre Follow-Ups basierend auf den Segmentierungs-Details aus?

Die Erfolgsfaktoren für Ihre Follow-Up Kampagnen:

- Packen Sie sofort die Aufmerksamkeit und erzeugen Sie genug Interesse, dass sie Ihre Email öffnen.
- Vertiefen Sie das Interesse und präsentieren Sie Ihr Angebot.
- Motivieren Sie zur Aktion (Klick).

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Die wichtigsten Elemente beim Follow Up

Kunden Nutzen statt Fakten & Tatsachen:

- Machen Sie Ihre Botschaft immer über Ihren Kunden nicht Ihr Produkt!
- Ihr Kunde interessiert sich einzig und allein für sich selbst und seine eigenen Interessen.
- Er fragt sich: *„Was bringt mir das?“*
- Malen Sie die Antwort darauf in leuchtenden Farben damit er es sich bildhaft vorstellen kann.
- Übersetzen Sie Ihr Produkt und dessen Fakten in Ergebnisse für Ihren Kunden!
- *„Sie erhalten bei uns eine Garantie auf 3 hundert-stel mm Genauigkeit, das bedeutet, Sie sparen bis zu 100.000 Euro pro Jahr in der Qualitätsicherung!“*

Packende Headline (spezifisches Versprechen)

- Dieser Punkt ist absolut erfolgskritisch!
- Ihre Empfänger scannen über die Betreffzeilen in deren Posteingang und löschen 95% Werbe-Emails, ohne überhaupt hinein zu lesen.
- Ihre Empfänger sind mit Ihrem Alltag beschäftigt und befinden sich in einer Art Trance. Alles, was nicht direkt zu ihrem primären Alltagsgeschehen gehört, wird tendenziell ausgeblendet.
- Wie können Sie sie in Ihrem Tagesgeschäft **stoppen** und dazu bringen, Ihre Email zu **beachten**?
- Die Aufgabe Ihrer Betreffzeile ist es, den Leser in seinem Denkprozess zu stoppen und zu motivieren Ihre Botschaft zu **öffnen**.

Beispiele:

- „Wissen Sie, was mich Ärgert?“
- „8-Strategien für Selbständige Berater“
- „Was mache ich mit Preis-Drückern?“
- „Neue Methode: 23 Kundentermine pro Tag vereinbaren!“
- „3 Wochen Florida für 500 Euro?“

Starker Eröffnungssatz

- Wenn Die Aufgabe der Headline ist, den Empfänger dazu zu motivieren, die Email zu öffnen... dann ist die Aufgabe des Eröffnungssatzes, den Leser zu motivieren, weiter zu lesen.
- Gehen Sie nicht davon aus, dass Ihre Email geöffnet und vollständig gelesen wird.
- Sie müssen Ihren Email-Text sorgfältig schreiben um Ihre Leser hinein zu ziehen und so emotional damit zu beschäftigen, dass sie weiter lesen wollen.
- Ich zeige Ihnen in einem Moment, wie Sie das bewerkstelligen. (*Haben Sie es gemerkt?*)

Fragen Sie nach Feedback!

- Sie können das auf unterschiedliche Arten machen.
- Einer der besten Wege sind Links einzubauen, die Sie tracken, um zu analysieren, was Ihre Leser am meisten motiviert.

Beispiel:

- Wenn Sie mehr Umsatz machen wollen, dann ist es absolut essentiell für Ihre Marketing-Prozesse, dass Sie lernen, effektiver Neukunden zu gewinnen.

- Dazu habe ich Ihnen eine Checkliste für Ihre Lead-Gewinnung als Anhang beigefügt.
- Bitte schreiben Sie mir Ihre Meinung, Ihre Erfahrungen und Ihr ehrliches Feedback, was am besten funktioniert.

CTA (Email, Video)

- Kein Follow-Up Kontakt ohne, dass Sie Ihre Empfänger zu einer bestimmten Handlung auffordern.
- Deren Aktionen werden Ihnen wichtiges Feedback geben.
- Wenn Sie eine Video als Follow-Up Kontakt nutzen, dann vergessen Sie NIE einen CTA am Ende des Videos als URL einer Webseite oder eine andere Reaktions-Möglichkeit anzugeben.

Segmentieren

- Segmentieren Sie Ihre Leads (Interessenten) basierend auf ihren Reaktionen.
- Entwickeln Sie maßgeschneiderte Follow-Ups auf Ihre spezifischen Wünsche und Interessen die Sie durch deren Feedback und Reaktionen festgestellt haben.
- Das Segmentieren Ihrer Leads führt zu einer individuelleren Betreuung im Follow Up-Prozess und besseren Response-Raten.
- Mit unterschiedlichen Response- bzw. Optin-Formularen können Sie leicht die unterschiedlichen Interessen und Voraussetzungen klären.
- Beispiel: „*Kopfschmerzen, Gelenkschmerzen, Rückenschmerzen, ...*“

Nach dem Erstkontakt: sofort Follow Up!

- WICHTIG: Nach dem Eintrag Ihrer neuen Leads in Ihren Verteiler/ Ihr Optin-Formular, müssen Sie sofort einen Follow-Up Kontakt einbauen.

- Ihr Leser hat nach Information gefragt. Und er will Sie JETZT. Niemand liebt es zu warten.
- Vielleicht will Ihr Leser gerade eine Kaufentscheidung treffen und Sie wollen ihn doch damit nicht alleine lassen, ohne ihm überzeugende Gründe für Sie als Lieferant zu geben.
- Laden Sie Ihren Autoresponder mit einer sofortigen Willkommens-Nachricht und einem Call To Act.

Follow Up häufiger direkt am Beginn der Beziehung

- Wenn Sie eine Beziehung mit Ihrem neuen Interessenten aufbauen wollen, dann müssen Sie gerade zu Beginn häufiger Follow-Ups senden.
- Am Beginn vielleicht sogar jeden Tag.
- Keine Angst vor Empfängern, die sich aus Ihrem Verteiler austragen... wenn sie Ihre kostenlosen Informationen nicht wollen, dann besteht nur eine sehr geringe Chance, dass Sie sie dazu bringen können, bei Ihnen zu kaufen!
- Sie sind einfach keine qualifizierten Interessenten für Ihr Angebot. Lassen Sie sie ziehen.
- So haben Sie mehr Zeit und Ressourcen für die wirklichen Interessenten.

Testen Sie verschiedene Tage/ Zeiten

- Im B2B Bereich gilt meist: Dienstag 10 Uhr/ 14 Uhr oder Donnerstag 10/ 14 Uhr bringen die besten Resultate (Open-/ Klick-Raten).
- Aber im Grunde weiß das niemand, bevor Sie nicht getestet haben.
- Eine der wichtigsten Zahlen ist immer die Anzahl an Klicks, die Ihr Follow-Up Email zu dieser oder jener Zeit generiert hat.

Danke und Willkommen

- Das ist die erste Nachricht und sie sollte sofort, in wenigen Sekunden bei Ihrem neuen Kontakt eintreffen, wenn er das Optin bestätigt hat (confirmed).
- Hier besteht eine gute Möglichkeit, ein OTO, ein besonderes Angebot für Neukunden zu platzieren.
- Oder Sie offerieren ein zusätzliches Gratis-Geschenk.

Fragen Sie nach mehr Feedback

- *„Bitte Klicken Sie auf ´Antworten´ und sagen Sie mir, wie und wobei ich Ihnen helfen kann...!“*.

Mehr Kontakt-Informationen abfragen

- Entwickeln Sie einen subtilen Grund, mehr Kontakt-Informationen abzurufen.
- Wenn Sie eine Gratis-CD anbieten zuzuschicken, haben Sie einen guten Grund die Adresse und die Telefon-Nummer abzufragen.
- So können Sie sie dann persönlich kontaktieren, was die Response deutlich hebt.

Ihre Kontakt-Informationen

- Machen Sie es einfach, Sie zu finden und Sie bzw. Ihr Geschäft zu kontaktieren.
- Email, Telefon-Nummer, Fax-Nummer, Facebook, Twitter, Ihren Firmen-BLOG ...
- Bitten Sie darum, dass sie Ihnen in den Sozialen Netzwerken folgen ...
- **UND:** Bitten Sie auch darum, dass sie Ihre Freunde zu Ihnen empfehlen!

Follow-Up #2

- Versuchen Sie, Ihre Nachricht persönlich klingen zu lassen.
- Wenn Sie Ihre Interessenten vorher sachgemäß segmentiert haben, wird das einfacher.
- Bei kleinen Mengen von Follow-Up Kontakten, fügen Sie einen persönlichen Satz in die vorgefertigten Emails ein, um sie wissen zu lassen, dass Sie persönlich auf ihre Anfrage reagieren.

Follow-Up #3

- Wenn Sie Telefon-Nummer haben, greifen Sie zum Hörer und rufen Sie sie an!
- Sie werden positiv überrascht sein, wenn Sie sie persönlich ansprechen.

Erwartungen setzen

- Trachten Sie danach, Spannung aufzubauen, indem Sie die Erwartungen Ihrer Empfänger strukturieren für die weiteren Follow-Up-Kontakte:
- *„Achten Sie auf meine nächste Email, dort werden Sie erfahren, wie Sie ganz einfach...“*
- Auch wenn Sie Fallstudien oder Referenzen anderer Kunden beifügen, strukturiert das die Erwartung Ihrer Leser, welche Ergebnisse sie von Ihnen erwarten können.