

Подписная база клиентов — БЫСТРЫЙ ПУТЬ К УВЕЛИЧЕНИЮ ПРОДАЖ



Простые советы по построению доверительных отношений с клиентами, посредством грамотного email-маркетинга.

Содержание

- [Предисловие](#)
- [Глава 1: Что такое рассылки](#)
- [Глава 2: Доводы в пользу использования email-маркетинга для получения доходов онлайн](#)
- [Глава 3: Подписка на рассылку](#)
- [Глава 4: Как нарастить количество подписчиков](#)
- [Глава 5: Лучшие советы по email-маркетингу](#)
- [Реализация](#)

Предисловие

Продажи через рассылку — настоящее искусство. Они мощные, но с ними легко ошибиться. Они простые, но на самом деле сложно устроены. Пусть мои советы, хитрости и секреты сделают их для вас простыми и возможными.

Что такое рассылки

Тезисы

Е-mail рассылка — это рассылка, доставляемая средствами электронной почты, на которую можно подписаться.

Частота рассылки может быть различной: несколько раз в день (почти никогда не рекомендуется), каждый день, несколько раз в неделю, раз в неделю или раз в две недели, раз в месяц, раз в квартал или по какому-либо другому расписанию.

Лучшие рассылки доставляются ежедневно, еженедельно, раз в две недели или раз в месяц. Не рекомендуется выпускать рассылку реже, чем раз в месяц.

Что это такое

Важнейший компонент рассылки — разрешение адресата на отправку ему писем. Лучшая техника подписки — подписка с подтверждением, которая дает возможность не только подписаться, но и подтвердить согласие получать рассылку, кликнув на ссылку для подтверждения или ответив на подтверждающее письмо. Любая рассылка, не требующая подтверждения подписки, может быть классифицирована как спам (незапрашиваемая рекламная корреспонденция).

Обычно рассылка приходит в виде простого текста в формате ASCII либо с оформлением в формате HTML, либо формат выбирается автоматически почтовым клиентом адресата благодаря технике MIME/Multipart. Никогда не отправляйте своим подписчикам файлы PDF или другие объемные файлы без предупреждения — убедитесь сперва, что они смогут принять такое "тяжелое" письмо.

Зачем люди публикуют рассылки? Это жизненно важный бизнес-инструмент, создающий отношения, помогающий поддерживать связь со своими клиентами или членами группы, он формирует доверие и репутацию эксперта на рынке и привлекает потенциальных клиентов, продажи и/или прибыль от продажи продуктов/услуг или от рекламы, стоящей за качественным оригинальным контентом.

Самое ценное, что вы можете сделать, чтобы заставить свои кампании по email-маркетингу работать, это создавать ценный контент. Попробуйте писать контент так, чтобы он выполнял всю работу. В любом случае это сработает в отношении продукта или услуги, которые вы предлагаете, и послужит поводом для того, кто сомневался, стоит ли у вас что-то покупать.

Например, если вы продаете особые предметы коллекционирования, напишите рассылку о тех качествах, которые покупатели ищут в компаниях-продавцах предметов коллекционирования.

Многие убеждены, что станут жертвой мошенников, продающих подделки под коллекционные предметы, — сделайте для них покупку комфортнее, мягко и нейтрально подчеркнув, почему вы работаете на законном основании. Говорите о сертификации и ассоциациях, которыми располагают и в которые входят настоящие продавцы.

Обсуждайте мельчайшие подробности, такие как важность фотографий с высоким разрешением для подтверждения идентичности предмета. Предоставляйте ценные ресурсы, подкрепляющие ваши заявления, сделайте так, чтобы ваша рассылка давала им ценные советы.

Следуя этой технике, вы сможете легко подчеркнуть сильные стороны своей компании, предоставляя подписчикам действительно просветляющие письма. Так ваша рассылка станет для них ценным ресурсом, которым они захотят поделиться с коллегами и знакомыми.

Несмотря на то, что рассылки могут быть отличным способом представить новый продукт или услугу, вам следует подумать и о том, как сделать, чтобы ее стоило читать, и, что еще важнее, как выставить себя экспертом!

Здесь может возникнуть несколько кажущихся сложностей:

- 1) Как быть, если доступный материал по вашей тематике уже широко представлен в интернете?
 - То что вы знаете о существовании этого материала – не значит, что о нем знают ваши читатели и, тем более не значит, что он приходит им в рассылках.
 - Вы можете выступать экспертом, делая обзоры или сухие выжимки того, что представлено другими авторами, снабжая их собственными выводами.
 - Отличный способ — выдавать переработанный чужой материал под своим углом зрения, сопровождая своими примерами из практики.
- 2) Что делать, если у вас очень специфическая или узкая сфера деятельности и придумать какой-либо тематический материал в достаточном количестве затруднительно?
 - У любой деятельности есть смежные продукты и услуги, которые могут быть интересны клиентам. Ищите партнеров и объединяйтесь с ними. Предлагайте подписчикам информацию по темам ваших партнеров и зарабатывайте дополнительный доход на продвижении их товаров/услуг. Этот способ, несомненно, повысит и ваши продажи.
- 3) Как действовать, если отсутствует возможность (время, люди) создавать собственные полезные материалы?
 - В этом случае схема действий та же, что и в предыдущем пункте.

Глава 2

Рациональность использования email-маркетинга для получения доходов онлайн

Тезисы

Проведя несколько лет в попытках увеличения продаж через интернет, я понял самое главное: лучший способ это сделать — подвести email-маркетинговый фундамент под свою схему продаж.

Причины

Многие до сих пор полагают, что достаточно сделать качественный сайт с хорошим описанием продукции и услуг, направить на него целевой трафик и пойдут заказы. Но представьте, что вы таким способом добились конверсии в 5% (то есть 5 из ста посетителей делают заказ). И это по среднестатистическим меркам отличный показатель! С другой стороны, этот же показатель говорит о том, что 95% потенциальных покупателей уходят бесследно навсегда. То есть, практически все усилия и ресурсы по привлечению трафика потрачены впустую.

При добавлении на целевые страницы формы подписки, продажи становятся более стабильными. Появляется возможность оставаться на связи со своей целевой аудиторией.

Это подводит к главной причине, почему стоит использовать email-маркетинг для создания дохода в интернете.

Довод №1 — Заинтересованность аудитории

Так вы получаете возможность представить свой продукт посетителям после того, как они впервые попадут на ваш сайт. Вы также получаете возможность представить свое предложение в больших подробностях и ответить на общие вопросы прежде, чем они возникнут.

Отвечая на вопросы до того, как они возникнут в голове у подписчиков (будто читая их мысли), вы направите продажи прямоком к себе.

Что самое превосходное в подписке, так это то, что посетители таким образом выражают заинтересованность в дополнительной информации и в том, чтобы вы снова с ними связались. Так вы оказываетесь в отличном положении для продаж. Так у вас появляется еще один отличный шанс заключить сделку.

Здорово, правда? Просто помните:

Email-маркетинг = Больше представленность = Больше шансов подвести подписчиков к покупке = Больше доходов и продаж

И опять всё с начала...

Подождите! Прежде чем продолжать, распечатайте себе эту книгу. Гарантирую, что вы получите гораздо больше пользы от изучения материалов, чем от простого просматривания их на своем компьютере. Прежде чем начать читать книгу, распечатайте ее на бумаге. Возьмите ручку. Обводите или отмечайте важные места. Записывайте на полях идеи и замечания. Выписывайте шаги.

Довод №2 — Готовность к покупкам

Одно письмо может равняться огромной выручке от продаж. Однажды установив доверительные отношения с подписчиками, делясь отборным бесплатным контентом и давая рекомендации, которые активно тем или иным образом им помогают, вы формируете базу, где одна промоция по почте может вызвать моментальные продажи. Привилегия, похожая на обладание банкоматом в компьютере.

Ничто так не мотивирует, как отличная рекомендация продукта подписчикам, когда они почти моментально реагируют на нее восхищенными покупками.

Просто никогда не расслабляйтесь и не принимайте успех как должное; каждый из подписчиков — отдельный человек. К каждому из них нужно найти подход, они — не кассовые аппараты.

Довод №3 — Автоматизация

Что хорошо в автоматизированных системах маркетинга, приносящих прибыль, это то, что они лучше всего реализуют принцип "настроил и забыл".

Автоматизация email-маркетинга бесспорно превосходит оффлайновые методы работы с потенциальными клиентами.

Что вы выберете: проводить помногу времени, делая коммерческие предложения потенциальным покупателям, отвечая на их вопросы, приводя контраргументы, работая с отказами... чтобы заключить одну-единственную сделку — или — загрузить в [сервис email-рассылок](#) полезные материалы с привлекательными предложениями и превратить его в автоматизированный отдел продаж?

Я бы выбрал второе; уверен, вы — тоже. Иначе и быть не может, если вы серьезно относитесь к успеху в интернет-бизнесе, систематически приносящем доход и понимаете цену времени и свободе.

Автоматизация — ключ к успешному развитию и прибыльности, как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе. Благодаря автоматизированной схеме отправки писем подписавшимся лидам вы сразу получаете автоматические продажи. Автоматизация позволяет вам максимально использовать продажи неисчислимым количеством творческих способов.

Миллионеры понимают мощь автоматизации и максимального использования, так что если у вас были сомнения, стоит ли ставить email-маркетинг во главу угла, вспомните:

- 1) Множество возможностей подвести подписчика к покупке,
- 2) Один электронный адрес может оказаться равен покупкам на огромные суммы,
- 3) Максимальное использование автоматизации.

Подписка на рассылку

Тезисы

Я думаю, что вы как маркетер понимаете ценность использования [сервиса email-рассылок](#) для формирования базы подписчиков. Вы неминуемо столкнетесь с вопросом, использовать ли подтверждение подписки. Это стандартный вопрос в email-маркетинге, и я считаю его одним из важнейших.

Что выбрать?

Кое-кто считает, что подписка без подтверждения лучше тем, что не перенаправляет посетителя на другие сайты, на другие каналы информации... то есть чем меньше каналов, тем больше продаж.

Может, это и так, в зависимости от базы и предложения, но обычно при подписке без подтверждения люди больше жалуются на спам по самым разным причинам:

- Им не интересно ваше предложение;
- Их раздражает ваша манера продвижения чего бы то ни было за деньги, хоть это и преподносится как предоставление бесплатной полезной информации;
- Вы высылаете письмо-напоминание через 2 дня или через 2 недели.

Причиной может быть что угодно. Все дело в том, что когда возникают такие жалобы, вы ничем не можете доказать, что эти люди сами подписались на вашу рассылку. И если они не кричат о спаме, подписка без подтверждения стремится засориться безответными подписчиками, которые будут лишь разглядывать ваши витрины. Видите ли, подписка без подтверждения еще не говорит: "Да, я запрашиваю эту информацию".

Только если подписчик открывает сервисное сообщение и кликает на ссылке подтверждения, он подтверждает: "Да, я определенно хочу получать эту информацию". Когда вы заставляете потенциального подписчика выполнить дополнительные телодвижения, чтобы подтвердить подписку, вы побуждаете его сделать нечто большее, чем пассивный клик.

Вы вынуждаете их не пассивно и несознательно сказать: "Угу", но заявить: "Да! Да!" Если вы еще не догадались, я предпочитаю подписку с подтверждением.

В основном потому, что я вкладываю в материал время и усилия, и хочу, чтобы тот, кому он достанется, действительно был в нем заинтересован и ценил то, что я даю.

Доводы в пользу подписки с подтверждением:

- 1) Вам нужно, чтобы подписчики обратили внимание на то, что вы им предлагаете — и это именно то, что делает подтверждение рассылки. Не обижайтесь, но людям не свойственно ценить то, что само идет к ним в руки. Жаль, но это так. Только от вас зависит, будут ли подписчики ценить запрашиваемую информацию и считать ее очень важной.
- 2) Вы подтвердили данные (доказательство), что кто-то по такому-то адресу, использующий такое-то имя, такого-то числа в такое-то время запросил получение информации после посещения вашего сайта и действительно кликнул на ссылке, подтверждающей сделанный запрос.

Даже если кто-то будет жаловаться на несправедливость, или в данном случае — на спам, вы в безопасности, вы защищены... потому что теперь у вас есть веское доказательство собственной правоты. Вот как объяснение подписчикам "Как подтвердить подписку" и "Как отписаться" помогает уменьшить количество жалоб на спам.

Предельно ясно объясните им, что если подписчики больше не хотят получать от вас информацию, они могут просто кликнуть на ссылке "Отписаться" в любом из ваших писем.

- 3) Вы возвращаете и поддерживаете чистую, отзывчивую базу подписчиков. Email-маркетинг — это простейший способ извлечь быструю и долговременную прибыль, и здесь особое значение имеет формирование очень отзывчивой базы. Отзывчивая база — результат завоеванного доверия и уважения.

И когда кто-то подтверждает свой запрос, явно или неявно, это означает, что вы уже заслужили какое-то уважение. Потому что вы сообщаете: "Если вам нужен этот материал, сделайте то, что я прошу, и вы его получите".

Настоящие подписчики выполняют ваши требования, если вы производите первое впечатление человека, который:

- 1) знает, что делает, и
- 2) нацелен на долгосрочную перспективу.

Тогда вы устанавливаете взаимно доверительные отношения. Как профессионал вы принимаете дополнительные меры к тому, чтобы их данные попали в нужное место. Люди ценят профессионализм.

Они ценят и то, что производит впечатление ценного. Ценность доказывается однажды, когда они получают информацию, которая оказывается действительно превосходным контентом, который им в чем-то помогает. Если ваш контент оправдывает ожидания подписчиков, вы заслуживаете их доверие.

Поддерживайте свою вновь созданную репутацию, и подписчики будут доверять, ценить и уважать вас.

Нет единого мнения по поводу подписки без подтверждения, однако мой опыт показывает, что на самом деле они слабы и не стоят ваших усилий. Я терпеть не могу спам как человек и как email-маркетер, и я уж точно не хочу получать в свой адрес обвинения в рассылке спама. Если вдруг я получу обвинение в рассылке спама, я немедленно отведу его своим веским доказательством.

По возможности отделяйте "искренних и серьезных" от "несознательных халявщиков". Используя подписку с подтверждением как элемент своей техники email-маркетинга, вы вполне справитесь с этой задачей. Результат определенно стоит усилий.

Как нарастить количество подписчиков

Тезисы

Одно из наиболее значимых средств в генерировании онлайн дохода — владение собственной базой подписчиков.

А точнее, мотивированная база подписчиков, отзывающаяся на ваш материал.

Если вы достаточно давно занимаетесь интернет маркетингом, вы понимаете истину выше... **доход — в базе.**

Это следует из того, что сумма денег, которую вы делаете онлайн, напрямую зависит от размера базы подписчиков.

Сбор данных

Учтите, что решающее значение имеет не количество, а качество базы. Вы хотите систематически предлагать своей базе большое счастье, которым она может воспользоваться, потому что когда вы это делаете, вы обращаетесь к суперотзывчивой базе, которая вознаградит вас постоянным доходом. Сформировать базу в 1000 с лишним подписчиков может кто угодно, но если она "мертвая"... в ней нет никакого смысла.

Оживленная, отзывчивая база, насчитывающая всего пару сотен подписчиков, может оказаться золотой жилой.

Теперь, обосновав значение базы подписчиков, рассмотрим способы увеличения количества подписчиков и формирования сильной, отзывчивой базы с самого начала.

"Продавайте" свое предложение, чтобы получить потенциальных подписчиков. Вам следует предоставлять посетителям побуждающую причину, чтобы подписаться на вашу рассылку. Среди самых выгодных способов продавать предложение, особенно бесплатных, следующие:

- 1) Предоставляйте бесплатный отчет, отвечающий на актуальные вопросы вашего рынка или предлагайте решение, дающее нужный результат.
- 2) Перечислите по крайней мере 3 вещи, которые ваше предложение может для них сделать, и оформите их в маркированный список.

Ответьте на вопрос: "Что я от этого выиграю?" Маркированные списки легко "сканировать"; они моментально сообщают информацию и — проверено! — обеспечивают лучшие показатели подписки.

- 3) Опишите потенциальным подписчикам выгоды, которые им сулит присоединение к вашей базе подписчиков.
- 4) Создайте высокоинформативный электронный курс. Электронные мини-курсы, наполненные полезным контентом, отлично мотивируют подписаться. Лучше всего, если они будут рассчитаны на 3, 5 или 7 дней и будут отсылаться раз в 1-2 дня. Название у вашего электронного курса может быть самым простым, например: "10 критических ошибок при покупке..." или "Пошаговое руководство по..." или "7 советов, как эффективно...". О чем бы он ни был, следует сделать его привлекательным, результативным и связанным с вашей нишей.
- 5) Помимо предоставления отличного материала, на всем протяжении курса исподволь формируйте себе репутацию аутентичного и надежного человека.
- 6) Пусть первое письмо курса приходит сразу после подписки. Вам нужно "удовлетворить" подписчика сразу же, пока предложение еще свежо в его памяти.
- 7) Другой удивительный способ нарастить подписчиков — предложить полезную электронную книгу, аудио- или видеопособие.
- 8) Полезно иметь информационный продукт, который вы можете продавать и получать от этого доход... только в том случае, если вы предлагаете эти отличные данные бесплатно лишь подписчикам своего электронного журнала или рассылки.
- 9) Основной целью вашей страницы подписки (или захвата контактов) должен быть захват максимального количества "живых" контактов. Сделайте это своей целью №1.
- 10) Предоставьте посетителю всего два варианта действий: подписаться или уйти. Уберите со страницы подписки все посторонние ссылки — все, кроме ссылки на подтверждение подписки. Игнорирование этого совета может существенно снизить результаты подписки и будет противодействовать вашим попыткам генерировать трафик. Так что запомните: только два варианта.

Следование этим проверенным советам по email-маркетингу не только серьезно увеличит вашу базу, но и превратит ее в отзывчивый, супервыгодный ресурс.

Лучшие Советы по email-маркетингу

Тезисы

Здесь я приведу самый простой способ использования email-маркетинга в своих интересах. Это — элементарная разработка, которой я следую для получения гарантированного постоянного дохода онлайн.

Немного Советов

Email-маркетинг хорош тем, что позволяет вам максимизировать усилия с помощью круглосуточной автоматизации. Сопровождение посетителей после их первоначального посещения предоставляет множество возможностей повысить свою представленность (представить свой сайт/делать предложения снова и снова).

А точнее... предлагая нечто полезное через подписку на вашем сайте, подтверждение запроса информации и получение значимого, ценного сопровождения по почте.

Вот лучшие советы по email-маркетингу для систематического движения к успеху:

- 1) Предоставьте бесплатный отчет или подарок (программа или приложение) через форму подписки взамен на имя и электронный адрес посетителя. Предоставляя бесплатную информацию, вы быстрее наращиваете базу подписчиков. Помните: ваше бесплатное предложение должно быть уникальным и легко доступным.
- 2) Подтвердите запрос на подписку во избежание жалоб на спам. Запись числа, времени, использованных имени и электронного адреса защитят вас от обвинений. Это покажет, что вы серьезно воспринимаете деловые отношения, и поможет держать свою базу подписчиков в чистоте и порядке.
- 3) Давайте важную, полезную информацию и предложения. Это должна быть информация, отвечающая особым потребностям ваших подписчиков. В случае с этим особым советом следует соблюдать несколько полезных шагов:
 - Высылайте полезную информацию и советы, значимые и целенаправленные;
 - Следите, чтобы письма были короткими и читались на одном дыхании;
 - Всегда вычитывайте письма и вносите важные поправки
 - В каждом письме размещайте не более 1 призыва к действию. Что бы вы ни хотели от подписчика, ведите его к одному результату. То есть, если у вас в письме будут 2 ссылки, они должны вести на одну и ту же страницу (на сайт или на страницу загрузки). Если просить подписчиков выполнить больше одного действия, то у них может возникнуть "паралич выбора".
 - Разместите свою ссылку в начале и в конце каждого письма, и пусть она ведет в одно и то же место.

Реализация

Чрезвычайно важно подчеркнуть, что любой, кто пробует себя в email-маркетинге, должен ознакомиться с вопросом запроса информации и спама. Не понимая важности разрешения на получение информации и риска его игнорирования, вы можете навлечь на себя крупные неприятности.

Но не стоит паниковать. На самом деле относительно просто удостовериться, что адреса, которые вы используете, попали к вам с разрешения их владельцев.

Отлично, теперь, когда вы вооружены некоторой основной информацией, найдите ресурсы, необходимые для развития лучшего понимания, как эффективнее всего использовать email-маркетинг именно в вашем случае.