

Тренинг АК-47

Урок №8 «Серия писем»

Сегодня мы разберемся в следующих вопросах:

1. Зачем нужна серия автоматических писем?
2. Целевая аудитория (Кто читает ваше письмо?)
3. Общие правила писем в рассылке
4. Цепляющий заголовок или как составить «Тему» письма
5. Примеры серии писем

Базовый принцип маркетинга: человек становится клиентом после пяти касаний?

Люди не покупают у незнакомых, т.е. наша главная задача – познакомиться с потенциальным клиентом.

Первое касание – это приглашение на страницу захвата.

В этот момент очень важно убедить гостя оставить свои контактные данные.

Посетитель оставит свой e-mail в форме подписки, если:

1. Ему интересна тема рассылки
2. Его устраивает внешний вид страницы «захвата»
3. Вы смогли его убедить

Следовательно, мы должны постараться, чтобы привлечь целевой трафик, т.е. тех, кому на самом деле интересна тема, раскрываемая в электронной книге.

Ниже мы рассмотрим «Портрет подписчика», а пока давайте поговорим о значении серии писем в инфобизнесе.

Зачем нужна серия автоматических писем?

Когда я только начинал создавать свои цепочки писем, то делал одну ошибку, которую сейчас стараюсь избегать. Я писал серию автоматических писем для того, чтобы продать свой информационный товар, а на самом

деле нужно было писать письма только для того, чтобы ближе познакомиться с подписчиком. Чтобы вызвать у него доверие.

Возможно вы помните, как я неоднократно приводил пример, в прошлых своих тренингах и статьях, о «Знакомом продавце».

Вот представьте, что вы впервые зашли на сайт, какого-нибудь блоггера. Вам пока не совсем понятно, куда вы попали и, что здесь может быть интересного и полезного. Но если блоггеру удалось зацепить вас и вы вернулись на его сайт снова, то скорее всего, вы станете его постоянным читателем.

Позже он будет отвечать на ваши комментарии и, возможно, вы познакомитесь ближе. Теперь у вас почти не останется сомнений, когда он предложит купить что-нибудь полезное. Вы знаете, что ему можно доверять.

А теперь представьте, что это не просто блоггер, а риелтор в Москве, а вам именно сейчас понадобились услуги риелтора. К кому вы обратитесь за помощью? Конечно к своему знакомому блоггеру, хотя еще два месяца назад вы не знали его и любое коммерческое предложение с его стороны могло улететь в СПАМ.

Наша задача познакомиться с подписчиком и вызвать у него доверие!

Конечно, в итоге это приведет к продаже и заработку, но изначально цель написания серии писем – это не продажа, а знакомство.

Целевая аудитория, или кто читает ваши письма?

Профессиональные маркетологи США уже почти 100 лет используют «Портрет клиента», как краеугольный камень в маркетинге.

Помню забавный случай, который произошел со мной лет 10 тому назад. Приехал я со своим партнером в Киев, чтобы встретиться с инвестором. В то время мы занимались предоставлением дешевой мобильной связи и конечно начали предлагать инвестору самому оценить все преимущества наших услуг. Но он очень вежливо пытался объяснить, что это ему не интересно, так как он понятия не имеет сколько платит за мобильную связь. Он же в свою очередь рассказывал нам, как здорово ездить 2 раза в год в двухнедельные путешествия на которые он выделяет по 50 тысяч долларов из семейного бюджета.

Мы не смогли убедить инвестора, так как говорили на разных языках. Мы пытались продать то, что ему совсем не интересно. Наш проект с

доходностью в 10-20 тысяч долларов в месяц ему вообще не интересен, так как он ставит перед собой совсем другие планки.

Тогда-то я и понял, что нужно говорить с людьми на их языке.

Возможно, из-за этого небольшого открытия в моем дальнейшем бизнесе происходит много положительных результатов. Да и стараюсь находить общий язык со многими близкими или случайными людьми.

К примеру, у меня хорошо получается общаться с детьми и подростками, так как я не включаю «умного взрослого». И при этом, мой самый близкий круг общения это люди, которые старше меня на 10-15 лет.

Понимая «Портрет вашего клиента», вы сможете понять, что и как ему нужно говорить, чтобы добиться нужного результата.

Собеседник, должен услышать в разговоре слова, которые прозвучат унисоном в его сознании и эмоциях. Пока не будут произнесены нужные слова ваш потенциальный клиент занимает оборонительную позицию и пытается отрицать ваши доводы, защищая свои деньги, но, как только вы произнесли включающие слова, его оборона рассыпается на части и он готов купить ваш товар.

Итак, что же это за ВКЛЮЧАЮЩИЕ слова?

Вынужден сразу немного расстроить – нет одинаково эффективных слов для каждого клиента.

В каждом отдельном случае нужно искать индивидуальный подход. Конечно, есть общие обороты, которые помогают нащупать слабые места «противника», но лучше понять принцип, чем заучивать волшебные слова.

Одно дело, стоять лицом к лицу с человеком и видеть его глаза, настроение, внешний вид и окружающую обстановку, и совсем другое дело писать продающий текст или серию писем людям, которых вы не знаете и не видите.

Поэтому рекомендую всегда писать конкретному человеку. Одному КОНКРЕТНОМУ человеку.

Нарисуйте его подробный психологический портрет и постарайтесь вспомнить, кто из ваших знакомых подходит под эти описания. Если не получается вспомнить, то следует найти такого человека и познакомиться с ним. Ваши письма будут эффективны, только если вы нашли нужные слова.

Возможно вы еще не знаете, как бывает обидно, когда проделываешь огромную работу над информационными курсами, а потом не можешь продать и 10 копий товара. И как круто, когда сумел найти нужные слова и за 12 часов продаж зарабатываешь 600 тысяч рублей.

Что важнее, крутой информационный продукт, или продающий текст для этого продукта? Так почему же мы выделяем 2 месяца на подготовку товара и всего за 2 дня подготавливаем продающие материалы?

Как составить портрет клиента?

В этом деле нам поможет список вопросов.

Берете лист бумаги, ручку и начинаете задавать себе вопросы. Чем больше вопросов, тем точнее вы нарисуете портрет клиента.

Пример списка вопросов:

- Что я продаю?
- Какие проблемы решает мой информационный товар?
- Кто моя аудитория?
- Какой средний возраст моих клиентов?
- Какое процентное соотношение мужчин и женщин среди моих клиентов?
- Семейное положение?
- Социальный статус?
- Образование?
- Какой трудовой стаж?
- Работают по специальности или приспосабливаются?
- Как распределяют семейный бюджет?
- Какие отношения с близкими родственниками, друзьями, знакомыми?
- Какие отношения с детьми?
- Какие отношения с соседями?
- Как проводят свободное от работы время?
- Какие предпочтения в еде и напитках?
- Какие фильмы и ТВ программы смотрят?
- Сколько времени проводят в Интернете и на каких сайтах?
- Пользуются ли социальными сетями и как активно ведут свои аккаунты?
- Политические убеждения?
- Религиозные убеждения?
- Что заставляет их улыбаться?
- Как часто болеют и чем?
- Как относятся к своему внешнему виду?
- Как относятся к деньгам?

- Когда в последний раз пересекали границу своей страны?
- Как решен вопрос с жильем (свое жилье или съемное)?
- На какие секции и кружки ходят их дети?
- Есть ли в их жизни увлечения и хобби?
- Как часто занимаются сексом с супругом(ой)?
- Есть ли сексуальные отношения «на стороне»?
- Какие личные достижения имеют в жизни?
- Какие у них ярко выраженные или не выраженные таланты?
- Что о них говорят другие люди (знакомые, соседи, друзья, родители)?
- Как бы они изменились если бы кардинально изменилось их финансовое положение (в меньшую, или большую сторону)?
- Как часто они пользуются своим умом?
- Каких принципов они придерживаются в жизни?
- Хотят ли они изменить качество своей жизни и почему?
- Какие слова нужно им сказать, чтобы их включить?

Это не обработанный и не обдуманый список вопросов. Просто список, который приходил мне в голову только что. Его можно изменять, редактировать, добавлять и т.д.

Задача: более отчетливо понять с кем вы говорите и к кому обращаетесь.

Вы можете сказать, что все люди разные и нельзя так обобщать. Что подходит к одному, не подходит к другому. Разрешите не согласиться. Все, кто вас окружают и подписываются на вашу рассылку, в той, или иной степени, соответствуют вашему списку вопросов и ответов.

Мы, как магниты, притягиваем к себе людей. Это происходит неосознанно, на уровне подсознания.

Поэтому составьте список вопросов и найдите ответы на них. Посмотрите внимательно на примерный портрет своей целевой аудитории. На кого из ваших знакомых похож этот человек? Как его зовут? Никита? Хорошо, тогда пишите письма с мыслями про Никиту.

Пример портрета:

Никита, родился в середине семидесятых и сейчас отпраздновал свой 37 день рождения. Он рос в обычной советской семье, отец - рабочий на заводе, мама - учитель в школе.

В детстве он любил гонять на велосипеде и ловить рыбу на речке вместе с дедом. Сейчас он любит пиво и компьютерные игры, которые помогают убежать от мыслей.

Жена давно не радуется глаз и «выносит мозг» своими вопросами. Уже и не помнит, когда занимался с ней сексом на трезвую голову.

Друзья - разлетелись кто куда. Иногда созваниваются, но Никита стал забывать их имена. Некоторых не видел уже 15 лет.

Тело обвисло и появились первые морщины на лице. В квартире, доставшейся от бабушки не делался ремонт, да и уже не хочется ничего менять. Все шлак.

Ребенок пошел в старшие классы и с ним никак не получается поговорить. Он все время раздражен, резок и немногословен.

Работа скучная, но терять ее не хочется. Привык. Денег постоянно не хватает, но иногда получается подзаработать оказывая услуги по ремонту мебели. Только в прошлом году смог позволить себе купить компьютер.

И вот снова Никита сидит вечером у компьютера, все уже спят, а он смотрит очередной фильм и грызет семечки. Вот досмотрит, покурит на балконе и пойдет спать. А завтра снова, еще один никчёмный день.

Не понравился пример? Неужели у вас нет знакомого похожего на этого Никиту? Ну хоть чуть-чуть.

Прежде, чем нарисую еще один пример, давайте подумаем, что можно продать Никите и какие слова могут включить его?

Хочет ли Никита перемен? Возможно да, но очень глубоко внутри себя, так как ничего не делает, чтобы изменить реальность.

Знает ли он о том, где находится? Знает и не хочет, чтобы ему напоминали об этом. Поэтому если вы начнете его ругать или жалеть, он запрется еще глубже в своей коробке.

Однажды я смог включить пожилого человека, когда напомнил ему о свадьбе и сказал, что он если захочет еще сможет жениться на молодой женщине. Он вдруг посмотрел на меня и в его глазах загорелась надежда. Через месяц его выписали из больницы.

А другой знакомый, похоронив жену, собрался умирать. Через неделю стукнул инсульт и парализовал всю левую сторону. Целый год он высыхал и подходил все ближе к собственной могиле, как вдруг его включили. Пришло письмо с извещением, что ему государство дарит новый автомобиль. Целый месяц он ждал и не мог поверить, что это правда. Когда привезли авто, то старенький дедушка решил пока не

умирать. Прошло уже 10 лет, а он все еще удивляет ГАИ-шников, которые его останавливают на дороге, а ведь ему скоро 90 лет. И сейчас у него одна забота, как сделать медицинскую справку, чтобы продолжать крутить руль и ехать куда захочет.

Включить можно любого человека. Только нужно знать «что, как и когда» сказать.

Вы продаете инфотовар? Вы приложили много сил, чтобы создать его? Уделите еще немного времени, чтобы найти правильные слова, чтобы продать его.

Давайте вспомним про Никиту. Что можно ему продать?

- Как вернуть радость жизни?
- Как хобби сделать достойной работой?
- Как уволиться, чтобы жена не вынесла мозг?
- Как снова стать классным?

Постоянная нехватка денег очень сильно напрягает Никиту. Мечты давно разрушились и все становится только хуже. Именно поэтому он ничего не меняет. Он просто терпит жену, детей, родственников. Вот если бы у него были деньги, все стало бы лучше. Жена бы не пилила, родители перестали бы переживать и названивать, может получилось бы заняться тем, что любил больше всего. Смог бы просто мастерить классную мебель для души. Сидел бы в своей уютной мастерской и придумывал бы что-то новенькое.

Эти вопросы могут включить Никиту, а могут и не включить. Многое зависит от того, как и где вы смогли его зацепить. Но он пришел к вам в рассылку и у вас есть маленький шанс, что вы сможете нащупать правильные слова.

Слова играют очень большую роль в нашей жизни. В них зашифрованы эмоции, мечты, надежды. В них зашифрованы разочарования и боль. Что делаете вы со словами? Просто бросаетесь ими или слышите себя, когда произносите их?

Ведь если посмотреть со стороны на жизнь Никиты, то становится понятно, что он может жить совсем по-другому. Он может мечтать, любить, работать, творить. Он может изменить все обстоятельства вокруг, если посмотрит на жизнь под другим углом. Вы можете ему помочь, если поймете его.

Ваш информационный товар должен решать какую-то проблему или восполнять какие-то желания человека. Да, вы можете манипулировать эмоциями других людей, если поймете причину и следствие. И это относится не только к инфобизнесу и продающим письмам. Это относится ко всем аспектам маркетинга.

Еще один портрет:

Настя ждет ребенка из школы. Димка прибежит, бросит сумку в угол, быстро перекусит и на тренировку. Потом муж заберет его в 20 часов и они поедут домой. Сын любит отца. Такое впечатление, что они сверстники. Всегда о чем-то разговаривают и что-то обсуждают.

Все хорошо, солнечный день. Снова наступило лето.

Никому не хочется рассказывать о том, что я так счастлива.

И кажется все, как обычно, а на сердце так тихо и спокойно.

Недавно Виталик, так зовут моего мужа, подарил машину и обещал не ругаться, когда я ее где-нибудь стукну. Сказал, что оплатит все штрафы, только попросил быть осторожной. Я хороший водитель, но все равно приятно, когда у меня такой классный муж. Балует меня.

На выходные поедем к маме. Виталик с моим отцом собираются построить баню во дворе родительского дома. Как всегда, начнут спорить про футбол, а потом допоздна засидятся за рюмочкой.

А я, как только расцветет, снова пойду на речку. С детства люблю этот запах росы и пенье птиц. Только здесь у меня так хорошо получается писать картины. Скоро выставка.

Звонила Машка, моя подруга. Снова такая шумная. Протрещали с ней два часа по телефону.

А вот и Димочка пришел. Пойду покормлю моего шалопая.

Как видим, портрет Насти значительно отличается от Никиты. У нее другая жизнь, другой образ мыслей, другие задачи и желания.

Бессмысленно писать им одно и тоже письмо. Или тот, или тот, его не поймут, а, следовательно, и не откликнутся на призыв к действию.

Да они оба попали в одну рассылку, но слова для них нужны совсем разные.

Что же делать? Нужно написать так, чтобы прозвучал унисон для обоих.

Ведь что-то их объединяет?!

Старайтесь находить слова, которые услышат и которые дойдут до своей цели. Об этом следует думать еще при выборе ниши и идеи для создания информационного товара. Ведь вы планировали кто будет покупать ваши товары? Или просто делали что полегче?

Если вначале понять для кого вы составляете или пишете электронную книгу, то получится значительно легче и интереснее. Ведь если вы сделаете

серию электронных книг, раскрывающих одну тематику и книги будут интересными для вашей целевой аудитории, то продавая одну книгу, вы продадите этому клиенту и все остальные. А это приведет к полной финансовой свободе, следовательно, - к новому качеству жизни. Поверьте, это реальность. Сделайте сейчас все, как нужно и получайте результаты следующие годы на полном автомате.

Деньги зарабатывать легко и приятно. Это принципиальная позиция всех, кто занимается инфобизнесом.

Общие правила писем в автоматической рассылке

1. Мы составляем серию писем не для того, чтобы продавать товары, а для того, чтобы познакомиться с новым человеком и вызвать у него доверие.
2. Размер писем должен быть не большой и не слишком маленький, как мини-юбка на красивой девушке. Не слишком длинной, чтобы возбуждать интерес и не слишком короткой, чтобы не оттолкнуть.
3. Первое письмо должно состоять из приветствия и ссылки на бонус, который вы дарите новому подписчику. Также полезно сделать небольшой анонс следующего письма, чтобы подчеркнуть, что письмо от вас обязательно будет и что его ценность будет даже больше, чем в первом письме.
4. Желательно продавать не раньше, чем через два месяца после знакомства, но этот вопрос все-таки очень индивидуальный. Есть риск, что слишком затянув с началом продаж, вы вообще не сможете ничего продать. За две недели ваши письма потеряют свою новизну и, возможно, потеряют ценность, а значит письма продажника могут так и не прочитать. Обычно в инфобизнесе делают продажу уже в 3-4 письме. Результаты, конечно есть, но лучше найти свою «золотую середину».
5. Уделяйте особое внимание составлению Темы письма. Так как именно ТЕМА заставляет открыть письмо или удалить не читая.
6. Подписчик не должен чувствовать, что письма присылаются автоматически. Вы должны вести диалог, даже если это автоматическая серия писем. Задавайте вопросы, шутите, делитесь впечатлениями, рассказывайте истории.
7. Старайтесь вызывать у подписчика постоянный интерес к новым письмам.
8. Разбивайте текст письма на абзацы по 3-4 строчки.

9. Через каждые 3-4 абзаца делайте подзаголовок.
10. В каждом письме делайте поскриптум (P.S.). Все люди обращают внимание на поскриптум.
11. У вас есть только 5-15 секунд, чтобы удержать первое внимание читателя. Помните об этом.
12. Делайте призывы к действию. Например: Нажмите на эту ссылку... ; Скачайте сейчас этот файл... ; Посмотрите это видео... ;

Цепляющий заголовок или как составить «Тему» письма

Хороший заголовок (Тема письма) способны увеличить продажи или открываемость писем в 19 раз, т.е. на 1900% больше, чем с плохими заголовками.

Представьте, что вы потратили 1000 рублей на рекламу своего информационного товара и смогли получить всего 2 оплаченных заказа. Если бы вы продумали и составили классный заголовок, то, возможно, смогли бы получить 30-40 заказов.

В папке с уроком я дал вам две электронные книги других авторов. Пожалуйста, прочтите их очень внимательно, это не займет много времени.

Авторы книг классно демонстрируют и объясняют, как нужно составлять ТЕМУ письма. Их примеры мне не сильно помогут в бизнесе, но идею я уловил и стараюсь применять в своем инфобизнесе.

Особенно понравился принцип с использованием слов «Для» и «Без»

1. *“Заработок в Интернете ДЛЯ беременных”*
2. *“ТОП-3 приёма в инфобизнесе ДЛЯ тех кому за 30”*
3. *“Уроки экстремального вождения ДЛЯ малого бизнеса”*
4. *“Фитнес ДЛЯ пышных девочек”*
5. *“Прогулка с акулами ДЛЯ застрахованных”*

1. *“Как отремонтировать зуб БЕЗ стоматолога?”*
2. *“Как увеличить конверсию сайта БЕЗ продающего текста?”*

3. “Как запустить мощную рекламную компанию БЕЗ Яндекс. Директа?”
4. “Чем улучшить урожай БЕЗ применения удобрений?”
5. “Как поймать белку БЕЗ рваных ран на руках?”

Примеры серии писем

Учитывая, что в прошлом уроке я для примера привел свою электронную книгу «Как создать сайт», давайте и напишем серию писем для этой автоматической рассылки:

Письмо №1

Тема: Электронная книга «Как создать сайт»

Скачайте книгу по этой ссылке:

[Ссылка](#)

Это небольшое пособие по созданию сайтов на движке WordPress
Движок бесплатный и очень добротный. Скоро вы и сами научитесь
создавать сайты любой сложности и продвигать их в ТОП поисковых систем.

Я научу вас – абсолютно бесплатно.

Пару раз в неделю, я буду присылать вам письмо с инструкциями,
рекомендациями и небольшими видео уроками.

Давайте договоримся, что сегодня вы просмотрите мою книгу и повторите
все действия, которые я в ней показываю. Создадите сайт.

А через пару дней я пришлю письмо с дальнейшими рекомендациями.

С уважением, Владимир

P.S. Поверьте, вы не пожалеете, что подписались на мою рассылку.

Письмо №2

Тема: Что делать с новым сайтом?

Здравствуйте.

Пару дней назад вы скачали мою электронную книгу «Как создать сайт». Надеюсь вы нашли время, чтобы прочитать ее и создали свой сайт.

Как вы уже смогли убедиться все просто.

Хотя, возможно, сейчас у вас очень много вопросов, что же делать дальше.

А дальше, зависит от того, для чего вам нужен сайт.

Если сайт, это ваш блог, то пишите на нем статьи, о чем хотите.

Если это коммерческий проект, то подумайте о том, кому это будет полезно и как продать свои товары и услуги.

Когда точно поймете зачем вам сайт, тогда значительно легче продумать стратегию его развития.

Поэтому, сейчас ответьте на этот главный вопрос.

С уважением, Владимир Беляев

P.S. Ведение сайта, это очень интересное и прибыльное дело. Ждите моих следующих писем, и мы обязательно, вместе, сможем довести ваш новый сайт до ума.

Письмо №3

Тема: Вопрос. Идем дальше, или...

Здравствуйтесь.

Это снова я, Владимир Беляев.

Вы создали сайт по моей электронной книге.

Возможно на ваш почтовый ящик приходит много писем, которые вы давно не читаете. Возможно и к моим письмам скоро будете также относиться, но позвольте мне пояснить вам, кое что.

Все письма я пишу именно для вас, так как очень хочу, чтобы вы научились создавать сайты, выводить их в ТОП и зарабатывать на них деньги, если это необходимо.

И если эта тема вам не интересна, то лучше отпишитесь от этой рассылки, чтобы я не надоедал вам и не забирал ваше время.

Если же вы не собираетесь сейчас отписываться, давайте познакомимся.

Родился в Крыму. Сейчас мне 34 года.

С 20 лет занимаюсь бизнесом. В 2009, после кризиса перенес все источники дохода в Интернет. К середине 2013, доходы в Интернете

значительно превысили прошлые доходы агентства недвижимости, городской газеты и туристической деятельности.

В свободное время занимаюсь обучением и провожу тренинги.

Научился выводить свои сайты на первые позиции поисковых систем и рейтингов Рунета. Помогаю своим ученикам достигать даже больших результатов.

Убежден, что мир может быть лучше.

И знаю, что из любой безвыходной ситуации, есть, как минимум два выхода.

Если хотите узнать меня ближе, заходите на мой сайт и добавляйтесь в друзья на социальных сервисах:

- Мой сайт – <http://vladimirbelyaev.com/>
- Я вКонтакте – <http://vk.com/id74509564>
- Инстаграм – <http://instagram.com/freedomprobv>
- Я в Твиттере - <https://twitter.com/idearucom>

С уважением, Владимир

P.S. Завтра я расскажу, как писать статьи на сайт.

P.S.2. Я очень рад нашей встрече. Нет ничего случайного на свете.

Письмо № 4

Тема: Как писать статьи на сайте?

Здравствуйте.

Напомню, что несколько дней назад, я высылал вам электронную книгу «Как создать сайт», а сегодня хочу помочь в вопросе написания статей на ваши сайты.

Самый эффективный способ ведения сайта, это продвижение личного бренда, т.е. личное знакомство с автором сайта.

Даже если вы создали сайт для коммерческой деятельности. Клиенты с большим желанием покупают товары у знакомых, тех, кому доверяют.

Поэтому пишите статьи, как для близких и родных людей. Пишите статьи для своих друзей, которые знают вас очень хорошо и перед ними не нужно выделываться.

- Вы не умеете писать статьи?
- Вы не писатель?

А вы умеете разговаривать с другом на кухне за чашкой чая? Просто высказывать свое мнение и слушать, что скажет друг?

Ваш сайт и есть та самая кухня. Ваш сайт, это место где вы должны быть сами собой.

В Интернете огромное количество сайтов и 98% из них, вообще не посещаемые. Их никто не читает. Кстати, еще три года назад сайтов было в 7 раз больше, чем сегодня. Вот такой странный парадокс. Интернет все популярнее, а сайтов, все меньше и меньше.

Плохие сайты вымирают, как мамонты. Их создали на модной волне, а позже забросили, так как не заметили их эффективности и полезности.

Если вы научитесь просто писать статьи, в форме общения на собственной кухне, то успех будет очень близко.

Посмотрите мое видео, которое я записал еще год назад, по этой теме:

<https://www.youtube.com/watch?v=drRLqyrbwmA>

Надеюсь смог донести мысль.

Кстати, обязательно подпишитесь на мой канал в Ютубе.

С уважением, Владимир Беляев

P.S. пока учитесь писать статьи для своих друзей, а совсем скоро я свяжусь с вами и расскажу про стратегию ведения сайтов.

Письмо №5

Тема: Стратегия ведения сайта

= = = = =

Серия писем продолжается и продолжается. Все больше и больше. И вы ничего не продаете. Общаетесь. Знакомитесь. Становитесь друзьями. И очень аккуратно, почти незаметно, начинаете подталкивать людей к покупкам.

Раз в два месяца устраиваете большую распродажу. Устанавливаете скидку 30% на все свои товары и публикуете конкретное коммерческое предложение с призывом к действию.

Именно в день распродажи, вы зарабатываете в несколько раз больше, чем в обычные дни.

Но, что делает автоматическая серия писем? Она каждый день делает таким особенным. Ведь если, через два месяца подписчик получает письмо с Распродажей, то через два месяца, каждый день подписчики будут получать письма с распродажей.

Если сегодня в вашу подписную базу добавилось 200 человек, то через два месяца, 20 из них купят один или несколько ваших информационных товаров. И так будет каждый последующий день.

ИТОГ:

1. Рассылка нужна, чтобы познакомиться с подписчиками и вызвать у них доверие
2. Письма должны быть живыми.

Домашнее задание

1. Составьте список вопросов и нарисуйте портрет вашего клиента
2. Напишите серию писем из 10 штук
3. Загрузите серию писем на сервис рассылок