



Der Terror beim E-Mail- Marketing und welche 4 Wege nahezu alle Unternehmer missachten

Von Natascha Heistrüvers & Stefan Logar

Inhaltsverzeichnis

Eine persönliche Botschaft	3
Es gibt im E-Mail Marketing 3 große Fehler, die zum Scheitern und Austragen führen.	16
Der Weg zum authentischen E-Mail Marketing:.....	17
Der falsche FOKUS im E-Mail Marketing	19
Angebote, Verknappung, sinnfreies und die Inhalte der E-Mails	21
Zu viele Angebote und E-Mails die nicht zusammenpassen	23
Eine Sequenz, die jeder haben sollte zum Abschluss.....	25
Hier das Tool kennenlernen	29
Ein heißer Tipp für Deine Newsletterliste	30

DISCLAIMER - Haftungsausschluss

Unsere Methoden, Strategien und Praktiken sind über Jahre hinweg erprobt und getestet. Es gibt hier jedoch keine «Ein Schuh passt allen» Lösung, sondern die Grundlage, um Deinen eigenen Weg für Dich erfolgreich zu bestreiten! Wir haben aussergewöhnliche Erfolge mit dem, was Du hier in diesem E-Book lernst. Jedoch ist das keine Garantie für Deinen Erfolg. Deine Umstände, Dein Einsatz, Dein Wissen und Können sowie Deine Hingabe und Dein Umfeld spielen eine Rolle für Deinen Erfolg. Auch wenn all unsere Strategien für Hunderte von Menschen funktionieren, heisst das nicht, dass es für Dich funktionieren wird. Das liegt alleine an Dir und Deiner Bereitschaft zu handeln und umzusetzen! Unsere Inhalte sind mit grösster Sorgfalt, Liebe und Strategie entstanden! Die Inhalte umzusetzen liegt bei Dir.

Tools, Programme, und Software, die wir vorstellen und ggf. verlinkt haben, sind in der Regel Affiliate Links. Das bedeutet, für eine Empfehlung bekommen wir ein Dankeschön der jeweiligen Anbieterfirma. Diese Privilegien haben wir uns teilweise über viele Jahre hinweg erarbeitet. Du kannst sicher sein, wir empfehlen Dir nur jahrelang erprobte und von uns selbst und vielen unserer Kunden bewährte Tools, die funktionieren und halten, was sie versprechen! Wir sind jedoch nicht für die Dienstleistung dieser Firmen und Anbieter verantwortlich und können deren zukünftige Entwicklungen und Entscheidungen nicht persönlich beeinflussen!



Eine persönliche Botschaft

Natascha:

Ich kann mich noch gut erinnern, dass ich ursprünglich nicht vorhatte, regelmäßig E-Mails zu schicken. Worüber sollte ich denn schon schreiben, was andere Menschen interessieren könnte, einen echten Mehrwert für die Leser bietet oder gar bei der Lösung ihrer Herausforderungen hilft?

Oha, da sind sie wieder, die lieben negativen Glaubenssätze...

Genau das sind auch die Gedanken, die so viele unserer Kunden am Anfang beschäftigt.

Folgender Satz hat bei mir damals aber eine sofortige Umkehr ausgelöst, nämlich dieser

«Das Geld liegt in der Liste!»

Aha, da war der Wink mit dem Zaunpfahl, um meine Begeisterung für einen regelmäßigen Newsletter für meine Leser zu wecken.

Bis ich allerdings mit meiner heutigen Liste regelmäßig angefangen habe Geld zu verdienen, durfte ich mich in Geduld üben. Wie vermutlich die meisten, die ich kenne...



Denn bevor Du mit Deiner E-Mail-Liste und Deinen Lesern (oder anders genannt Deinen Abonnenten) Geld verdienen kannst, ist die erste Aufgabe, die Du Dir stellen darfst, wie bekomme ich meine E-Mail-Liste denn nun gefüllt.

Auch hier kann jetzt eine leise Stimme in Deinem Kopf sagen, braucht die Welt noch mehr Newsletter? Vor allem Deinen?

Ja, ganz gewiss!

Denn ich möchte noch einmal an dieser Stelle betonen, jede/r von uns ist eine absolut einzigartige Persönlichkeit (und hat somit seinen 100% persönlichen Kopierschutz). Auch wenn schon viele andere über ein Thema wie Deins sprechen oder besser schreiben, so kann es nur ein Mensch wie Du! Nämlich Du selbst!

Wenn andere mit Dir Resonanz gehen, werden sie Deine Mails lieben!

Versprochen!

Heute finde ich es super cool, dass ich fast jedes Mal Geld verdiene, wenn ich eine Mail schreibe und versende. Vorausgesetzt, ich mache ein Angebot.

Der Satz stimmt also, das Geld liegt in der Liste!

Und wenn jetzt wieder diese leise Stimme in Deinem Kopf spricht «Natascha kann das ja einfach so sagen, schließlich



hat sie inzwischen genug Produkte, die sie anbieten kann» so lass Dir gesagt sein, ich habe zu Anfang nur Produkte von anderen über meine E-Mail-Liste beworben und damit Geld verdient.

Das ist übrigens das sogenannte Affiliate oder Empfehlungs-Marketing, wo Du Produkte anderer bewirbst.

Affiliate Marketing zu nutzen ist so wichtig für Dich und Dein eigenes Business, denn wenn andere Menschen Dich und Deine Arbeit sehr schätzen, empfehlen sie auch gerne weiter.

Nur die wenigsten wissen aber, wie sie es geschickt oder in meinen Worten stilvoll machen können.

Dabei ist es der einfachste und natürlichste Prozess ein Produkt oder eine Dienstleistung zu empfehlen, wovon Du selbst überzeugt bist. Die meisten Menschen empfehlen super gerne, solange sie dafür **keine** Empfehlungsprovision bekommen.

Paradox, nicht wahr? Es ist doch umso schöner, wenn Du mit Deiner absolut ehrlich gemeinten Empfehlung Geld verdienst!

Dennoch zu Beginn oft eine echte Herausforderung.

Ein Hinweis an dieser Stelle: Zum Empfehlen (dem sogenannten Affiliate-Marketing) kannst Du übrigens auch Unterstützung im OnlineZauber bekommen. Melde Dich gerne bei uns!



Denn wer einmal verstanden hat, wie er eigene Produkte erfolgreich weiterempfehlen kann, der hat ein nachhaltiges wie kostenloses Marketingtool, um sein eigenes Business zu skalieren (was mehr Umsatz bei gleichem Einsatz bedeutet).

Also, lass uns hier in diesem 6. Schlüssel für ein profitables Business gemeinsam in die Strategie und Technik des E-Mail-Marketings einsteigen.



DAS GELD LIEGT IN DER LISTE!!



Stefan:

Hier ein paar Dinge, die ich immer wieder im E-Mail-Marketing höre:

«Also, mehr als eine E-Mail im Monat kann man ja echt nicht verschicken!»

«Die ganzen E-Mails nerven ja schon.»

«Muss man wirklich ständig E-Mails schicken?»

«Reicht ab und an mal eine E-Mail mit allen Infos nicht aus?»

«Nein, meine Leute ertragen das nicht ständig E-Mails zu bekommen ...»

Während ich das schreibe, habe ich gerade rund 50 E-Mails erhalten.

Warum wohl?

Wenn E-Mail-Marketing wirklich so ein Terror für die Leser ist... wieso schicken dann alle ständig E-Mails rum?

Gerade war eine der vielen E-Mails von Frank Kern. (Frank ist übrigens einer der erfolgreichsten digitalen Marketer unserer Welt!).

544'739 \$ hat er mit nur einer (!!!) E-Mail eingenommen!

Jetzt kannst Du denken:

Wow, Frank weiss ja auch was er tut!



Bei dem klappt sowas halt.

Man kennt ihn eben!

Absoluter Blödsinn!

Das hat weder was mit Bekanntheit zu tun noch damit, dass er weiss, was er tut!

Sondern das Geheimnis dahinter ist ganz simpel:

Frank schickt sehr regelmässig, manchmal mehrfach täglich E-Mails und sein E-Mail-Marketing ist auf die Menschen ausgelegt, die sein Wissen wollen!

Auf niemand anderen!

Ist also viele Mails schicken im E-Mail-Marketing ok? Nervt das nicht? Verliere ich da nicht die mühevoll gewonnenen Newsletter Abonnenten?

Mal ehrlich, wenn Du die «1 x im Monat» Newsletter vollgepackt mit zu vielen verschiedenen Inhalten, die den Leser eher verwirren ... Ja das nervt gewaltig und wird von nur sehr wenigen gelesen!

«Meine Zahlen sagen aber, dass sich nie jemand austrägt ... und meine 82 Leser machen alle E-Mails immer auf!»



Super! Und wie viele davon investieren monatlich in Dich?
Kannst Du davon leben?

Nein? Ok, Du möchtest also kein eigenes erfolgreiches
Geschäft. Nicht das in die Welt bringen, was Dir am Herzen
liegt?

Momentan kümmerst Du Dich lieber darum, was andere
denken oder sagen könnten?

Denn Du möchtest niemanden auf Deiner Liste einen Grund
zum Gehen geben?

Im Umkehrschluss bedeutet das aber auch, dass Du
niemanden einem Grund zum Bleiben gibst.

**Wenn meine E-Mails geöffnet und gelesen werden, ist es
doch genug!**

Klar, wenn Du einfach nur Infos verteilen willst, die mit
niemandem etwas Nachhaltiges oder wirklich Hilfreiches tun!
Dann ruhig weiter so.

Wenn Du aber einen Traum hast.

Eine Vision.

Etwas in Dir, das Du in die Welt tragen möchtest!

Mit Herz und authentisch!



Dann darfst Du die Samthandschuhe ausziehen.

Denn Du hilfst sonst keinem!!

Und der großen Vision hinter Deinem Businessbaby schon mal gar nicht!

Dazu zwei Gedanken:

1. Du hilfst denen, die wirkliches Interesse haben sich selbst zu helfen. Nämlich dadurch, dass Du präsent bist und nicht ab und an mal in Deinen E-Mails ein Update schickst. Dass Deine Leser eher aus Freundlichkeit, weil Du nicht nervst (kommt ja eh kaum was von Dir) schnell anklicken, wegeklicken und ab in den Papierkorb klicken!
2. Du trägst dazu bei, dass sich für Dich und andere nichts verändert und Du mit einer wunderschön gestalteten Ausrede über Monate hinweg im Kreis drehen alles so bleiben darf, wie es ist. (Ist ja auch gemütlich so)

Das bedeutet im Umkehrschluss, Du möchtest gerne das teure Hobby, das nicht wirklich funktioniert und Deine Visionen nicht umsetzt.

Weil dann Oh... dann müsstest Du in die Selbstverantwortung gehen mit all diesen «dunklen, gemeinen, beängstigenden» Themen.



Wie das Verkaufen, die Sichtbarkeit, das Netzwerken und so vieles mehr wie Erfolg, Geld und so weiter ...

Da schicken wir doch lieber nur eine E-Mail im Monat, die alles zusammenfasst und die 82 Leser, die aus Freundlichkeit Dir gegenüber draufklicken, bleiben da wo sie sind und Du da, wo Du bist... Alle sind zufrieden und niemand hat wirklich was davon! Genial!

Hier eine Anmerkung:

E-Mail-Marketing alleine macht natürlich nicht das gesamte Business aus. Aber, es ist ein essenzieller Bestandteil. Denn so kannst Du in Erinnerung bleiben. Bei denen, die sich erinnern von Dir und Deiner Message lassen wollen.

Musst Du dazu wie Frank Kern teils 6 E-Mails am Tag schicken?

NEIN!!!!

Funktioniert was er macht?

JA!

Heisst das, dass man es kopieren sollte und genau zu für sich macht?

NEIN!



Es heisst aber, dass es einen Weg gibt, der funktioniert.
Selbst mit einer so überladenen Anzahl von E-Mails.

Das heisst auch, es gibt einen Weg für Dich, wo Du mehr als
nur einen Newsletter im Monat oder der Woche verschickst.

Warum haben dann so viele Leute SPAM und Probleme mit
dem WAS und WIE und WARUM man E-Mails wirklich
verschicken sollte?

Jetzt bin ich ganz schön mit der Axt durch den Wald
gegangen! Kennst Du vermutlich nicht von mir. Aber...

Hat Dich das eventuell getriggert?

Aufgeregt?

Unruhig oder sogar wütend gemacht?

GRATULIERE DIR!

Du hast ein Thema in Dir entdeckt, welchem Du für Dich und
Deine Vision jetzt mehr Aufmerksamkeit schenken darfst.



ONLINE ZAUBER

Denn E-Mail-Marketing ist ein Weg in die Sichtbarkeit.

Es ist ein Weg, um gesehen und gehört zu werden.

Es ist ein Weg, um immer wieder vor den Menschen zu erscheinen, die ideal zu Dir passen. Deinen Wunschkunden oder in unseren Worten Lieblingsemenschen!

Bevor wir jetzt gleich in die 4 Wege eintauchen, die Dir helfen, Dein E-Mail-Marketing authentisch und menschlich zu gestalten möchte ich noch auf etwas wichtiges eingehen.



A woman with dark hair tied back, wearing a blue and white plaid shirt, is leaning over a man. The man is wearing glasses and a light grey sweater, and is sitting at a desk working on a silver laptop. On the desk, there is a coffee cup, some papers with charts, and a smartphone. In the background, other people are blurred, suggesting a busy office environment.

**OFFENHEIT FÜR NEUES
WISSEN FÜHRT ZUM ERFOLG**

Es gibt im E-Mail-Marketing 3 große Fehler, die zum Scheitern und Austragen führen!

1. Zu wenig E-Mails ... bedeutet für Dich Stress im Business, weil Du ausschliesslich auf organischem Wege (Empfehlungen, Auftritte, persönliche Gespräche also eine zeitraubende, mühsame und langwierige Variante) mühevoll Kunden gewinnst
2. Zu viele E-Mails, die sinnfrei und ohne echten Wert für Deine Leser sind (oder einfach nur verwirren) vergraulen sogar die treuesten Fans von Dir!
3. Die falschen E-Mails mit einer unangebrachten Intension schaffen Misstrauen und alles andere als Begeisterung für Dich und Dein Angebot!

Damit Du diese 3 Fehler nicht mehr oder nie wirklich machst... erkunden wir zunächst 4 wichtige Punkte:



Der Weg zum authentischen E-Mail Marketing:

Kenne Deinen Lieblingsmenschen und passe die Inhalte gezielt an!

Wenn Du unsere Zauberbüchlein vom OnlineZauber kennst, dann weißt Du, dass wir sehr viel Wert auf Dein erdbebensicheres Fundament für ein profitables Business legen!

Der Grund ist einfach:

Ohne ein erdbebensicheres Fundament verlierst Du viel Zeit, viel Geld und hast einfach Mühe, an jeder Ecke alles am Laufen zu halten.

Egal wie weit Du bist. Das ist leider die bittere Realität!

Die sich bei tausenden von Menschen in Deutschland wie auch international gezeigt hat und weiterhin so zeigen wird!

Auch wenn wir es gerne anders hätten.

Gerne bei Schritt 9 anfangen würden, damit wir alles Nervige und die Kleinarbeit überspringen können ... leider geht das nicht.

Wenn Du nicht genau weisst für wen und warum Du Deine E-Mails schreibst... nerven sie halt nur! Auch dann, wenn sie nur

einmal im Monat kommen. (Wird Dir aber keiner sagen, weil Du ja nur einmal schickst... damit kann man das schneller ignorieren als Dir es sagen)

Wichtig beim ersten Schritt ist, dass Du verstehst, wie Du mit Deinem Wissen einen ersten Einblick geben kannst, um eine direkte Herausforderung zu meistern.

Auch wichtig ist, dass Deine E-Mails immer ein wenig Mehrwert liefern.

Das kann in Form von Erkenntnissen, Hinweisen und weiterführenden Inhalten wie Videos, Webseiten, Artikel ... etc. sein!

Schreibe die E-Mails nicht für DICH... und dass Du DICH damit wohlfühlst, wie sie verschickt werden. Sondern für Deinen Lieblingsmenschen!

Was mich gleich zum zweiten Weg führt (Ich nenne es gerne den 2. Weg des Terrors)



Der falsche FOKUS im E-Mail-Marketing

Der Fokus liegt bei 95% der Unternehmer bei sich und ihren Inhalten ... sowie dem durchaus berechtigten Wunsch über die E-Mails neue Kunden zu gewinnen!

Das heisst, hier werden die Fehler gemacht, die auch so gerne beim Netzwerken, beim Verkaufen oder bei Angeboten gemacht werden. Konkret bedeutet das, dass Du Dein eigenes Ziel und Deine Wünsche über das stellst, was Dein Lieblingsmensch wirklich brauchen würde!

Wir sprechen also an diesem vorbei!

Wenn wir auch hier wieder den Fokus drehen und uns wirklich mal fragen:

Was würde jetzt sinnvoll weiterhelfen?

Welche Information ...

Welche Details ...

Was für Inhalte ...

Wo kann ich meine Expertise vertiefen oder philosophisch erweitern ...



Damit ich einen AHA Effekt oder einen Mehrwert für den Leser auslösen kann!

Wo kann ich mal auf gut Deutsch auf die «Kacke» hauen, um jemanden aufwachen zu lassen...

Der Einstieg im Buch ist daher so gewählt, weil die meisten das Thema E-Mail Marketing einfach nicht kapieren!

Kein Wunder ... die meisten, die es anwenden verstehen es eh nicht ... und die, die es beibringen, laufen oft grenzwertig am Manipulations- und Brechreiz-Marketing entlang mit all den alten Drückermethoden, die man sich vorstellen kann.

Wenn man sich mal davon löst und den Fokus aufs Helfen setzt... dann entspannt sich alles gewaltig.



3. Weg des Terrors:

Angebote, Verknappung, Sinnfreies und die Inhalte der E-Mails

Wer hat das nicht schon einmal gelesen:

«Nur noch heute bis Mitternacht, dann gibt es keine Vitamine mehr von uns! Für immer!

Du wirst zurückgelassen, vereinsamt und hast verloren, wenn Du jetzt nicht sofort klickst!»

Das Spiel mit der Verknappung in Kombination mit Angeboten, von denen jeder schon beim Lesen weiß, dass es eh nicht stimmt und in ein paar Wochen wieder das gleiche «einmalige» Angebot kommt!

Erhlichkeit fällt schnell hinten runter, wenn man die «grossen» Zahlen vor den Augen hat.

Eine Falle, in die wir alle immer wieder hineintappen können. Wenn wir nicht unglaublich aufpassen.

Stell Dir mal vor:

Du kannst jetzt 100'000 Leuten eine E-Mail mit deinem Angebot schreiben.

Da flattern den meisten die Nerven.



Und dann fängt die innere Ruhe durch Zahlen an...

Wenn nur 10% die E-Mail aufmachen... wow 10'000 Leute und nur 10% Kaufen ... WOW 1.000 Kunden... für 27 € ... 27'000 € ... YES...

Wie war das noch... Ah ja, man soll verknappen... und unwiderstehliches anbieten ... ja ...

Und schon werden E-Mails ohne tieferen Sinn mit seltsamen Angeboten und Texten geschrieben, die keiner versteht.

Oftmals schreibt man dann auch noch so aus der Expertise, dass alle Leser verwirrt sind ...

Ein paar bleiben immer hängen, aber die Erfahrung mit und für diese Menschen ist weniger als optimal.

Auch in der Zusammenarbeit.

Wenn man jetzt das Spiel umdreht und zuerst mal herausfindet, was das für eine Liste ist, welche Art Menschen da drauf sind, und was sie gerade brauchen... (Vielleicht startet man eher mit einer Umfrage und sammelt die Interessenten dafür ein) dann kann man eine Beziehung aufbauen und dadurch auch Erfolge feiern.

Hat man dann den SOFORT Erfolg... Nein... auch hier gilt. Es ist ein Weg, den man gemeinsam geht!



4. Weg des Terrors:

Zu viele Angebote und E-Mails, die nicht zusammenpassen

Wir sind wunderbare Wesen. Vielfältig, vielbegabt, vielinteressiert und anpassungsfähig. Genial.

Im E-Mail-Marketing braucht es aber eine ganz klare Führung, ansonsten weiss niemand mehr, was er wo und wie machen darf.

Es wird zu undurchsichtig und dann halt wirklich zu viel.

10 E-Mails die scheinbar «neue Wege» beleuchten wie man ein Problem löst... ist einfach «OVER-Kill» ... zu viel!

Dagegen eine E-Mail mit einem Weg, der dann über 3 E-Mails vertieft wird und am Schluss eine E-Mail mit einem logisch darauf aufbauenden Angebot, welches in die Tiefe des Themas führt. Das beginnt Sinn zu machen.

Denn so kann sich wer will in die Tiefe lesen und wer dann möchte, noch weiter einsteigen, um eine definitive Lösung zu erhalten.

Also so, wie man das in jeder Zusammenarbeit auch machen würde.



Warum sollte es also in E-Mails anders sein?

Genau... braucht es nicht.

ZU VIELE E-MAILS = OVER-KILL



Eine Sequenz, die jeder haben sollte zum Abschluss

Ich nenne sie die **Willkommenssequenz**

Dabei geht es darum etwas von Dir preiszugeben... in 3-5 E-Mails die Tiefen Deiner Entscheidungen zu erkunden, aber so, dass es auf Deinen Lieblingsmenschen passt.

Die Idee ist dabei, mit den E-Mails Vertrautheit zu Dir, Deiner Arbeit und dem, was Du bewegen kannst, zu schaffen.

Die E-Mails, die ich vorschlage, sind in der Übersicht folgende:

1. Wer bist Du und warum tust Du was Du tust ... so beschrieben, dass der Leser sich vorstellen kann mit Dir verbunden zu sein und eine Erfahrung zu machen
2. Welche Erfahrung befähigen Dich dazu bei Herausforderungen des Lieblingsmenschen zu helfen
3. Eine «Case-Study» (Studie über eine Zusammenarbeit mit Dir) zu einem Deiner Lieblingsmenschen dem Du geholfen hast



4. Was in einer Zusammenarbeit möglich ist und was viele verstehen sollten, um Erfolge zu haben
5. Eine herzliche Einladung mit Dir einen Termin zu machen!

Beim Schreiben von Inhalten, E-Mails oder anderem ist es so wichtig, dass Du komplett bei Dir bist und vom Herzen schreibst. Auch wenn das ab und an bedeutet, dass du etwas klarer werden darfst! Vielleicht auch so klar, dass es einigen Menschen auf die Füße tritt!

Was es eh nur dann kann, wenn sie im Inneren damit hadern und eh schon ein Problem hatten – ob sie sich das eingestanden haben oder nicht.

Schreibe mit dem Fokus auf Dein Gegenüber

Bleibe in einer logisch aufeinander aufbauenden Führung in die Tiefe Deiner Expertise, ohne dabei in Untiefen abzutauchen... sondern mische aufklärende Informationen mit Anwendbarem und Angeboten... am besten nur dann, wenn eine einfache E-Mail nicht mehr ausreicht.



Die Frequenz, Einrichtung, Tools und mehr besprechen wir in unserem Workshop rund um das E-Mail-Marketing.

Wenn Du jedoch meine Empfehlungen möchtest, dann kannst Du Dir den kompletten Tech-Ratgeber sichern.

Wenn Du wirklich nur an E-Mails interessiert bist. Dann empfehle wir beide Dir ActiveCampaign.

Nach 15 Jahren im digitalen Bereich und vielen Hunderten 1 zu 1 Kunden (867 mittlerweile) habe ich jedes erdenkliche E-Mail Tool probieren dürfen. Das EINZIGE, das wirklich brauchbar ist... habe ich Dir genannt.

Fair im Preis, guter Support, einfacher Aufbau und stabil!

Eben ein Tool, das hält was es verspricht und dabei menschlich geblieben ist.

Ich hoffe die Ausführungen haben in Dir ein Umdenken in Richtung E-Mails gegeben und Dein Interesse an diesem Bereich neu entfacht.



A woman with dark curly hair and glasses, wearing a blue button-down shirt and blue jeans, is sitting on a grey couch. She is looking at a silver laptop on her lap with a wide, joyful smile, her mouth open. Her hands are raised to her hair, suggesting surprise or excitement. The background is a bright, out-of-focus interior with white louvered shutters.

**Ein Tool, das hält was es verspricht
Und mit Dir wächst. So macht E-
Mail-Marketing Spaß**

Hier das Tool kennenlernen

Der interaktive Inhalt gibt Dir einen kleinen Einstieg und die Möglichkeit, Dir das Tool für Dich und Dein Business zu sichern!

[Einfach hier klicken und loslegen ←](#)



Ein heißer Tipp für Deine Newsletter Liste

Ich habe damals lange überlegt, wie ich Menschen 2017 davon überzeugen kann, sich auf meinem Newsletter einzutragen.

Ein sogenanntes Freebie zu nutzen, um die eigene Liste zu füllen wird heute übrigens immer noch empfohlen.

Doch zunächst mal, was ist denn überhaupt ein Freebie?

Als Freebie bezeichnet man ein digitales Geschenk, welches man im Tausch gegen eine E-Mail-Adresse herunterladen darf. Man bezahlt das Freebie also nicht mit Geld, sondern mit den eigenen Kontaktinformationen.

An dieser Stelle fragst du dich vielleicht, warum Du ein Freebie anbieten solltest und welche Vorteile das für Dich hat.

Wenn Du ein Freebie anbietest und dieses perfekt auf Deine Zielgruppe ausrichtest, bekommst Du wertvolle Kontaktinformationen (auch "Leads" genannt), die Du mit weiteren Inhalten versorgen und somit Vertrauen aufbauen kannst.

Dieses Vertrauen ist nötig, falls Du den neu gewonnenen Kontakten später ein passendes Angebot unterbreiten willst. Also um Dein Angebot zu verkaufen.



Dabei ist es natürlich erstmal sehr wichtig, dass Dein Freebie einen großen Wert für Deine Abonnenten hat und dass das später folgende Angebot perfekt zum Thema des Freebies passt.

Welche Arten von Freebies gibt es?

Es gibt viele verschiedene Arten von Freebies.

Häufig werden Checklisten, Worksheets oder eBooks als Freebies verwendet, die sich Interessierte kostenfrei herunterladen können.

Es gibt aber noch weitere spannendere Arten von Freebies die ich Dir hier an einigen Beispielen vorstellen möchte:

- Eine kleine Videoserie (meist dreiteilig + extra Video, in dem das Angebot vorgestellt wird)
- Ein Quiz oder Test (dessen Auswertung man erst nach Angabe der E-Mail-Adresse)
- Ein Webinar (meist 60-90 Minuten Online-Seminar inkl. Verkaufsteil am Ende)

Eigentlich kann ein Freebie alles Mögliche sein – Hauptsache es bietet Deiner Zielgruppe echten Mehrwert.

Ganz wichtig an dieser Stelle!



Mach bitte nicht den Fehler wie viele Leute da “draußen”, die einfach nur ein Freebie erstellen, um Kontaktinformationen zu sammeln, ohne auf den Mehrwert des Freebies zu achten.

Das überzeugt nicht von Deiner Qualität!

Natürlich solltest du in deinem Freebie nicht alles kostenfrei herausgeben, was du weißt.

Gib in deinem Freebie einfach 2-3 wertvolle und schnell umsetzbare Tipps heraus, die deiner Zielgruppe wirklich helfen werden. Denn nur, wenn du deiner Zielgruppe wirklich hilfst, wird dein Freebie auch den gewünschten Effekt - etwas verkaufen und Menschen wirklich helfen - erzielen können.

Best practice, die für mich Ende 2017 sehr gut funktioniert hat, als ich noch keinerlei Produkt hatte.

Ich habe Menschen mit auf meine digitale Reise eingeladen, denn ich habe Ende 2017 verkündet, dass ich in einem Jahr herausfinden werde, ob ich es als digitaler Anfänger schaffen kann, monatlich 5.000€ zusätzlich zu verdienen. Es war sozusagen meine persönliche Challenge.

Tatsächlich hatte ich keine Ahnung, wie und ob ich das schaffen kann.

Ich wusste nur, es können zwei Dinge passieren.



Entweder habe ich in einem Jahr richtig viel an Erfahrung gewonnen und zum Schluss festgestellt, dass es für mich nicht geklappt hat. Oder ich schaffe es!

Wie ist es ausgegangen, was denkst Du?

Auf den letzten Metern – nämlich erst im Dezember – habe meine eigene Challenge geschafft bzw. sogar mein Ziel weit übertroffen! Im Dezember 2018 hatte ich meinen ersten fünfstelligen Umsatzmonat.

Warum erzähle ich Dir das überhaupt?

Um Dir zu zeigen, dass Mut sich lohnt. Klar hatte ich auch Momente, wo ich dachte, ich hätte mir auch etwas anderes einfallen lassen statt mich möglicherweise öffentlich zu blamieren.

Denn mit Verkündigung der Challenge abonnierten Menschen meinen damals wöchentlichen Newsletter, um festzustellen, ob meine groß verkündete Zielsetzung gelingt oder ob ich doch scheitere.

Einer der wichtigsten psychologischen Trigger, nämlich Neugierde hat beim Aufbau meiner Liste funktioniert und es trugen sich regelmäßig neue Leser ein, die zum Teil heute noch meinen Newsletter lesen, Empfehlungen und Tipps von mir folgen oder zu Kunden geworden sind.



Das Wichtigste für mich persönlich war aber, dass mich diese Challenge im Jahr meines Businessaufbaus motiviert hat dran zu bleiben und mir jede Woche Inhalte für meine Leser zu überlegen.

Denn zu oft reden wir uns selbst Dinge wieder aus. Dadurch, dass ich mich im Außen committet habe, gab ich mir die nötige Motivation dran zu bleiben, egal wie herausfordernd es zu Beginn war. Alleine für eine E-Mail habe ich anfangs mehrere Stunden verbracht. Das geht heute deutlich schneller und bei fast jeder Mail, die ich versende (vorausgesetzt ich mache ein Angebot) verdiene ich Geld.

Du siehst, Mut und Kreativität und sich selbst herauszufordern, einen weiteren Schritt aus der gemütlichen Komfortzone hinaus zu machen kann unglaublich hilfreich sein!

Und nun wünsche ich Dir viel Spaß und Freude am strategischen Aufbau einer eigenen E-Mail-Liste für Deine Lieblingsemenschen!





Dir hat unser E-Book gefallen?

Dann findest Du hier eine Übersicht über unsere Bibliothek zu unseren anderen Zauberbüchern mit den weiteren Schlüsseln für ein profitables Online-Business:

[Deine Zauberbibliothek](#)

[Dein Kurs, um ein erdbebensicheres Fundament zu erstellen](#)

[Der nächste magische Workshop von uns](#)

[Zur Wizard Akademie des OnlineZaubers für den Aufbau
Deines profitablen Business!](#)

Denk daran, dass Du den Zugang zu unserem Mitgliederbereich hast. Dort findest Du

- weitere Inhalte und Ideen
- vertiefende Produkte
- spannende Angebote sowie
- die Möglichkeit für Dich zu netzwerken!

[Die OnlineZauber Webseite steht für Dich offen!](#)

Sehen wir uns dort?





Natascha Heistrüvers Stilvoll Verkaufen

Ich bin Natascha, digitale Verkaufs- und Vertriebsexpertin und seit 2019 Online Unternehmerin aus purer Leidenschaft.

Gleichzeitig bin ich eine superstolze Mama, deren Kinder ihr größter Antrieb sind. Der Satz meines damaligen Chefs "Natascha, Du hast das falsche Geschlecht für diesen Konzern" bei einer Gehaltsverhandlung und war die Initialzündung, dass ich damals meinen Weg in die digitale Welt gestartet habe.

Untalentierte in Technik, unerfahren auf den sozialen Medien und unwissend, wofür mich die Welt mich brauchen kann, habe ich mich auf den Weg gemacht. Heute als zweifache Mama bin ich da, wo ich damals nur von träumen konnte. Statt als Mama und Ü40 maximal B-Ware am normalen Arbeitsmarkt zu sein, habe ich mir mit meinem eigenen Online-Business meinen Traum von beruflicher Freiheit und finanzieller Unabhängigkeit verwirklicht. Mein Ziel war von Anfang an mehrere Standbeine aufzubauen und damit dauerhaft stabile Einkommensströme zu erreichen. Inzwischen habe ich zu zwei meiner persönlichen Themen rund ums digitale Geldverdienen mehrfache Amazon Bestseller geschrieben und bin stolz, als Mentoren viele hundert Menschen auf ihren persönlichen Wegen zu einem eigenen erfolgreichen Business begleitet zu haben.



Stefan Logar Der Techie mit Herz

Seit 14 Jahren habe ich mein eigenes online Business und bin durch viele Höhen und Tiefen gegangen.

In der Zusammenarbeit mit über 812 Kunden international, habe ich nahezu alles Erdenkliche an online Technik benutzt, eingerichtet, aufgebaut und gehandhabt.

Dabei habe ich selbst oft in Tools und «Lösungen» investiert, die sich am Ende als unterirdisch herausgestellt haben.

Nach vielen Jahren des Probierens und «Herumbastelns» habe ich nach und nach Software, Lösungen, Tools, und Programme entdeckt... die wirklich das Halten was sie versprechen.

Hier hast Du den dritten Schlüssel zu einem profitablen Online-Business erhalten. Somit kannst Du ein weiteres Schloss zur Tür Deines eigenen 6-stelligen Online-Business aufschliessen.

Ich hoffe der kleine Leitfaden hat Dir geholfen etwas Klarheit, eine Übersicht, und vielleicht das eine oder andere für Dich zu entdecken... so dass Du auf Deiner Reise weiterkommen wirst.

Von Herzen alles Liebe. Und sonnige Grüße
Stefan Logar

