Твоя успешная e-mail рассылка

Автор:
Вячеслав Балашов

Твоя успешная e-mail рассылка

Вячеслав Балашов

Почтовая рассылка – это способ донесения информации до большого количества людей при помощи отправки всего лишь одного e-mail сообщения. Чем бы Вы ни занимались в Интернет, у Вас обязательно должна быть своя собственная тематическая рассылка! Основная идея данной книги в том, что материал для нее взят исключительно из личного опыта и преподнесен в виде истории, что в разы повышает усвояемость материала. В книге имеются ссылки на программы и ресурсы для успешной работы.

Твоя успешная e-mail рассылка

Вячеслав Балашов

© Вячеслав Балашов, 2020

ISBN 978-5-4498-0257-6

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

1. Об авторе или кто я такой?

Интернет-предприниматель, который прошел длинный и тернистый путь от самостоятельной разработки сайтов и авторских блогов на заказ, до создания собственных информационных продуктов.

Настроил и внедрил систему продаж с повышенной конверсией.

Разработал «Скрипт одноразового предложения 2.0», который успешно используют многие инфобизнесмены.

Автор многочисленных практических пособий в области интернет-бизнеса и автоматизации технических процессов.

Серьезно занимаюсь реселлингом и делаю упор на качество продуктов – многие из них вы можете найти в популярных реселл-каталогах и таким примером может послужить данная книга.

Более полную информацию о тонкостях е-маил маркетинга и его инструментах вы можете найти на моем блоге Balashoff.ru

Данная книга написана исключительно из моего личного опыта и имеет формат живой истории. Поэтому вы не только узнаете про саму рассылку, но и окунетесь в мир обычного человеческого восприятия. Надеюсь, что вам будет полезно и интересно изучить данную книгу.

Желаю вам приятного чтения и успешного применения знаний, полученных из этого практического пособия!

2. Введение

В свое время я понял, что точечная работа с клиентами и обслуживание клиентов – это, с одной стороны, может приносить и определенные деньги, если

к этому грамотно подойти. Но в основном это приносит большое эмоциональное и энергетическое расстройство и напряжение. Поэтому я искал варианты, как можно взаимодействовать с клиентом так, чтобы оставался доволен и клиент, и сколько нужно тратить энергии на него, как это обычно происходит в процессе прямого общения.

Таким образом, постепенно я подходил к Интернету, потому что знал, что в Интернете есть деньги. Они там лежат и скрываются и каким образом их достать – об этом расскажу дальше. Мы пойдем от простого к сложному.

Данная книга построена в виде собственной истории и несет только практический опыт накопленный в течении трех лет путем собственных проб и ошибок. Также некоторые примеры были подсмотрены у других авторов рассылок и на их основании сделаны соответствующие выводы. Одним словом – здесь собрана выжимка из практики и только практики, а внедрять те или иные механизмы зависит исключительно от вашего принятия или не принятия данных методов.

В книге приведены некоторые не совсем культурные термины – кому-то это может показаться не корректным и резать слух, но без данных понятий будет утерян эмоциональный смысл данного материала. Поэтому я прошу вас запастись терпением, чашкой зеленого чая с мелиссой и не зацикливаться на словах, а обратить свое внимание на смысл в целом – тогда получение знаний будет гораздо эффективней хотя в идеале стоило бы параллельно с чтением книги набрасывать для себя заметки и смотреть на практике работу того или иного механизма.

Итак, вперед к победе над холодными клиентами и неразговорчивыми посетителями ваших сайтов!

3. Как правильно вести рассылки и получать благодарности

Скорее всего, вам известно, что такое е-маил рассылка и для чего она создается. На всякий случай, для тех, кто еще не в теме, скажу: е-маил рассылка – это универсальный инструмент любого маркетинга в Интернете, наиболее удобный инструмент, через который вы взаимодействуете с вашим клиентом, с вашим партнером. В зависимости от того, как вы выстраиваете отношения, благодаря е-маил рассылке, формируется ваш бренд, ваше предложение, и ваша

узнаваемость на рынке.

Мы сразу не будем разбирать е-маил рассылки, которые практически заспамили нас. Нам известны все эти моменты, когда вы открываете почту, а там просто хлам: по 10—20 писем от разных людей. Где они берут ваши адреса, вам неизвестно, но они шлют и шлют какие-то предложения, чтобы заработать денег. Мы этого не касаемся – мы разбираем бизнес в том понимании, в котором его представляют, а именно в классическом стиле. Я в последующем расскажу, как можно увеличить конвертируемость подписной страницы.

Рассылки, в том приоритете, в котором они встречаются наиболее часто. Прежде всего, авторская рассылка – это рассылка, которую вы ведете как автор. Допустим, вы пришли в Интернет и хотите заниматься позиционированием себя, чтобы ваши продукты продавались, чтобы люди узнавали о вас, чтобы ваше имя было узнаваемо, и люди подтягивались к вам. Когда вы автор, то вы автор собственной рассылки, вы автор блога, хотя может он вам в начале и не нужен. Но потом, в процессе, вы понимаете, что блог является прекрасным дополнением рассылки, он потом будет ее частью.

Блог – это ваш паспорт. Если у вас есть блог, на котором вы ведете информацию – кто вы, что вы, чем вы занимаетесь, что вы практикуете, какие услуги вы предлагаете – то человек в любом случае понимает, что вы живой человек. Он смотрит на стиль вашего блога, на стиль вашей подписной страницы. Если у вас есть контакты в социальных сетях, человек может посмотреть на ваши профиля и понять, что вы живой человек, как вы себя позиционируете, чем вы занимаетесь. Доверие, соответственно, повышается, человек охотнее оставляет свои контакты вам, когда видит, что вы открыты миру, у вас есть лицо, страницы в соцсетях, которые не просто наполнены перепостами, а там есть информация, связанная с вами, с вашим бизнесом.

Дальше идет МЛМ-рассылка – большинству известно, что сейчас удобно продвигать МЛМ-компании, строить структуры с этой помощью. Чуть позже мы будем это разбирать. Потом рекламная идет рассылка, на последнем месте идет франшиза с правом перепродажи. По поводу рекламной (партнерской) рассылки: это отдельная тема, много в ней отдельных моментов, но по поводу франшизы я хотел уточнить, что в принципе, если вы пришли в Интернет, и вы абсолютный новичок, вы что-то знаете и умеете, но у вас не получается – то вам проще взять франшизу.

*Партнерские статьи и ссылки могут комбинироваться практически со всеми типами рассылок если соблюдать правило 80/20

К примеру, я в свое время брал блок франшиз и настраивал их, каждый из них в определенное время приносил результат. Я отметил звездочкой партнерские ссылки, которые могут вступать и входить в любые типы рассылки с сохранением правила 80/20. Это имею в виду, что вы даете 80% своего контента, либо который ведет ваша компания, либо вам помогают фрилансеры или другие авторы, и 20% рекламы. В таком соотношении, примерно, нужно вести рассылку. Не то, чтобы нужно, желательно соблюдать соотношение подписчиков, которые пришли и те, которые отписались. Отписки естественно неизбежны.

Следующий пункт – это сервис рассылок, (https://clck.ru/L6Xgt (https://clck.ru/L6Xgt)) что он из себя представляет? Страница подписки, страница активации, страница благодарности за подписку, нулевое письмо. Скажем так, страница подписки – это уже то, на что приходит ваш подписчик. Из чего она состоит, и самое главное, что на ней изображено. Конверсия заключается от многих составляющих, начиная от цветов и заканчивая вашим предложением и слоганом. Самое главное, это страница активации, мы чуть позже коснемся ее, какие они бывают, почему бывает много подписчиков, которые не попадают к вам в базу. Это страницы активации. Самое главное еще – это страницы благодарности за подписку и нулевое письмо.

На этих вещах можно строить первый свой бизнес. И практически не важно, с какими из типов рассылочных сервисов вы будете заниматься, но монетизировать уже можно благодаря нулевому письму и странице благодарности.

3.1 Авторская рассылка

Авторская рассылка стоит больше внимания изначально, потому что в основном все продажи, все продажи и деньги в дальнейшем и будущем будут идти благодаря авторской рассылке. В основном, люди проникаются доверием именно к автору, не к какому-то гуру, не к компании, а к именно вам, как к живому человеку. Здесь есть как плюсы, так и минусы. Самой большой плюс – к вам

начинают проникаться доверием. Если ваша рассылка качественная, если вы соблюдаете определенные базовые каноны, то вы подписчиков набираете быстро, и они с удовольствием будут платить вам деньги, если вы предлагаете им качественный контент и решение их проблем.

При этом, формируется ваше имя и ваш бренд, который с каждым днем, с каждым годом, будет все больше работать на вас. Представьте построение здания: если вы его будете строить методично днем за днем, то у вас будет хороший результат. Точно также происходит и с брендом: если вы его будете формировать с помощью рассылки, доносить до людей вашу информацию, то успех вам будет гарантирован. Со временем вас будут рекомендовать другим. Если у вас хороший продукт, допустим бесплатный или даже платный, но вы его не впариваете, а рекомендуете, и этот продукт решает проблему ваших подписчиков, то вас со временем будут рекомендовать другим. Человек решил свою проблему, он благодарен вам за это, если у вас цена будет не завышена, а качество продукта будет на хорошем уровне, то почему бы вас не порекомендовать другому?

Страница подписки на конкретный авторский продукт

Обычно, это зависит от ваших методов и количества денег, потому что я знаю случаи, когда люди стартовали молниеносно. Практически со старта, но это потому, что, сразу вкидывали большое количество денег и у них были люди, которые их продюсировали. Нужно понимать свои силы, если у вас есть время – вы тратите свое время, если у вас есть деньги, лучше найти такого «импресарио», который будет делать эту работу. Тут надо тоже смотреть, чтобы не ошибиться, потому что люди есть разные – вы можете им скинуть деньги и не получить результат.

Для авторских рассылок требуется слишком много времени. В некоторых случаях, до нескольких лет, чтобы выстроить свой бренд и построить отношения с подписчиками. Потому что подписчик – это живой человек со своими проблемами и со своими насущными ситуациями. Нужно понимать, что он подписан не только на вас, он подписан на несколько авторов. Лично я

прекрасно понимаю, что многие подписаны на 30—40 рассылок. Минус – это то, что у вас в голове образуется каша от количества поступающих предложений и теряется концентрация внимания на основном моменте вашего интернет-бизнеса. Например, я сейчас подписан на несколько десятков рассылок, но это всего лишь несколько авторов с разными рассылками.

Есть такая особенность – у одного автора может быть несколько рассылок. У одного автора есть четыре рассылки, и я на них все подписан, потому что автор мне реально интересен. Точно также ваш подписчик, он может быть подписан на несколько авторов и десятки рассылок. Поэтому, когда вы ему присылаете письмо, возможно, он его не прочтет, потому что у него кавардак в почте. Тут из минусов – требуется много времени, чтобы войти в доверие с подписчиком, но, когда вы входите в доверие, все становится проще.

Подписчик будет сам ждать вашего письма и сам выйдет с вами на контакт. Из минусов также то, что часто покупать сразу не будут, если вы еще не показали подписчику решение его проблем. Он не будет покупать сразу. Почему не будут покупать часто? Потому что, когда вы приходите, у вас нет такого продукта, которого нет в Интернете. Люди, которые собрали несколько продуктов до вас, у них есть ассортимент. Сейчас дам вам такую «фишку» интересную.

Страница подписки на отдельную авторскую тематику

Когда человек к вам приходит в рассылку и заходит на ваш блог или в ваш магазин и видит два продукта – это один момент. Он начинает выбирать между вами и тем парнем, у которого 12—15 продуктов, о котором кричит весь Интернет. Если он заходит к вам на страничку и видит хотя бы 8 продуктов и, при чем эти продукты в разных ценовых категориях, и они решают разные проблемы, то у человека не будет возникать выбора между вами и тем парнем. У человека будет возникать выбор между вами и вами. Это важный момент, когда у вас есть линейка продуктов, то это удерживает клиента. У него не возникает желания уйти, если он пришел, то он уже эмоционально готов. Вопрос о том, уйдет он к другому или останется у вас – вопрос таких фактов, как

тот же внешний вид или оформление вашего сайта.

Из минусов – забирает много времени. Это изготовление продуктов и написание качественных писем. Это «фишка» из опыта, мы регулярно общаемся с коллегами и смотрим на моменты. Когда человек приходит и покупает у другого, или не завершает покупку, потому что у него есть альтернатива. Понятно, что альтернативы есть всегда, но, когда альтернатива «у вас или у вас» – тогда альтернатива в вашу пользу. Если альтернатива «у вас или у того парня», то тут уже 50/50. Конечно, было бы очень здорово, если делать много продуктов своих собственных или предлагать ресселинговые продукты, есть такая «фишка».

Если вы предлагаете свои и ресселинговые продукты, это лучше, если вы предлагаете только ресселинговые. Если продукты заезженные, которые на каждом углу, это вызывает вопрос, лучше найти те ресселинговые продукты, которые еще не распространялись в таком количестве. Можно сделать ребрендинг – это когда вы берете чужой продукт и делаете по лицензии свою обложку. Дальше я покажу пример одной франшизы, там сделан ребрендинг и есть неплохая конверсия. Если вы будете напрягаться чуть больше, чем остальные, у вас будет больше «выхлоп», потому что, то, что я написал, что забирает много времени и энергии, со временем это решается.

Когда вы начинаете вести свою авторскую рассылку, у вас вырабатывается собственный стиль написания писем. Если вы ведете эту рассылку, пишите письма в спокойном расслабленном состоянии, у вас нет эмоционального срыва, вам будет требоваться от 15 минут, до получаса, чтобы написать более-менее нормальное письмо. Бывают моменты, когда вы пишете письмо, потому что надо что-то написать – обычно такие письма не работают, люди это чувствуют. Поэтому тут есть личный опыт: если у вас есть необходимость написать письмо завтра, сделайте это сейчас, и сделайте его красивым. Пусть даже его прочитает 20% ваших подписчиков, не важно, какая у вас база. Человек будет читать и проникаться, он будет чувствовать, что вы искренне его писали, дали людям позитив, это сыграет больше в вашу пользу, чем вы просто возьмете и напишите просто стандартное письмо.

Со временем это решается, когда вы делаете быстрые письма, и при этом качество не теряется. Вы быстро пишете письма и передаете ваш стиль. Я не говорю про видео, вы просто передаете ваш стиль, это надо тестировать.

3.2 МЛМ-рассылка

Я не буду на ней долго останавливаться, потому что мы можем об этом говорить очень долго. По поводу МЛМ-рассылки, тут интересная «фишка» есть, что ее можно использовать многогранно. В принципе, авторскую рассылку можно тоже использовать для достижения нескольких источников как дохода, так и результатов.

Многие допускают ошибки, МЛМ это не хорошо и не плохо, это нормально. Многие авторы делают ошибку, пытаются сделать побольше объемов, чтобы структуру вырастить, чтобы быстрее и больше сделать. Их стимулируют на лидера, говорят давай работай! С одной стороны – это хорошо, с другой стороны, вы должны понимать, если вы не хотите писать или не можете, лучше этого не делать. В любом случае, стоит продвигать себя, как специалиста и параллельно говорить о своей компании. Но, продвигать себя как специалиста можно в любой сфере, все зависит от того, с кем вы общаетесь. Потом, промежду прочим, вы можете заинтриговать, но это несколько отдельная «фишка».

Из плюсов, вас сразу начинают воспринимать, как специалиста. Это похоже на авторские рассылки, только вы продвигаете не свои продукты, а продукты компании. В принципе, это гораздо проще, можно сказать, хотя вопрос спорный: что проще и где больше конкуренция? Вас начинают рассматривать как специалиста и доверять, если вы помогаете решать проблемы человека. Здесь вы начинаете достаточно быстро зарабатывать, предлагая качественные курсы или продукты.

Возьмем МЛМ-компании, которые занимаются хостингом, продвижением вебинарных сервисов, строением сайтов, респондеров и прочее. В принципе, эти вещи востребованы, в каждой компании отточены свои маркетинговые инструменты. Когда вы просто рекомендуете человеку воспользоваться, рекомендуете решить свою проблему, это встречается сплошь и рядом – когда человек приходит в Интернет, он готов заплатить любые деньги, лишь бы решить технические проблемы. Многие МЛМ-компании эти вопросы решают, когда человек подсаживается на определенный сервис, вносит свою абонплату регулярно, вы с этого получаете свои проценты.

Потом уже можно работать с ним как с партнером или оставить его в роли клиента. Вы, также, расцениваете себя как бренд, потому что вы занимаетесь рекрутированием, и в этом нет ничего сложного и страшного. Продавать, рекрутировать – это нормально. Лидерство – это вовлечение, единственное, вам нужно смотреть: вовлечение куда или на кого? Вовлечение в компанию, в МЛМ-компанию, многие говорят: «Моя МЛМ-компания». На самом деле это не так, человека вовлекли, и он работает. Но, когда человека привязываете к себе, то он за вами потом готов идти в любую компанию, главное, чтобы вы его не обманывали. Доверие – это дело серьезное, и я не буду касаться морально-этических вещей, но со временем, то, что мы видим сейчас в инфо бизнесе, это просто нонсенс и большинство в этом плане разочаровывается.

Из минусов – то, что вы постоянно будете получать возражения. Даже если вы автор, вам будут писать на почту, в саппорт, в скайп, вы должны как лидер человека постоянно подстегивать и это не сложно. Те сетевики, которые уже давно работают, этой «фишкой» уже прониклись, переступили. Кстати, из этого минуса можно сделать большой плюс: то, что нас не убивает, делает нас сильнее и когда вы сталкиваетесь с большим количеством возражений, тем больше вас это закаляет.

Естественно, вы будете получать массу предложений вступать в компании, вам будут предлагать бонусы, регалии, всячески переманивать. Поступайте так, как вы считаете нужным, только от вашего мнения и вашей совести зависит ваше дальнейшее поведение. Еще хочу сказать: вы будете постоянно получать предложения вступить не только в компании, вас будут приглашать в хайпы (HYIP) и сомнительные проекты. Вас будут, как лидера, постоянно куда-то пытаться выкупить и пригласить. Скажу честно, мы все люди понимаем, что деньги зарабатываются не так просто, в противном случае, мы все были бы миллионеры.

Конец ознакомительного фрагмента.

Купить: https://tellnovel.com/balashov_vyacheslav/tvoya-uspeshnaya-e-mail-rassylka

надано

Прочитайте цю книгу цілком, купивши повну легальну версію: Купити