

НОВИНКА!

EMAIL-МАРКЕТИНГ PRO

как сделать ваш email-маркетинг более социальным



ВНИМАНИЕ! Вы не можете продавать эту книгу ни отдельно, ни в составе какого-либо комплекта курсов (материалов в электронном виде).

Вы можете давать эту книгу бонусом за подписку на вашу рассылку и/или распространять его бесплатно любым незапрещённым способом.

НО! Вы можете приобрести права личной марки на эту книгу и делать что угодно с ней - изменять в любом виде содержание, дополнять что-то от себя, менять полностью оформление, вставлять любую свою рекламную информацию - на свои проекты, на партнерские продукты и т. д.;

Вы можете изменять как угодно все, что входит в комплект - от графики (есть все исходники в PSD) до сайта;

Книга по сути является шаблоном для дальнейшей модернизации. Вы можете использовать ее в таком виде, в каком она сейчас, либо модернизировать ее и сделать совершенно другим продуктом.

[Подробнее об этом предложении смотрите здесь>>](#)

Настоящая книга предназначена исключительно для информационных целей и представленный в ней материал не заменяет собой бизнес-консультирование. Она предлагается читателям с четким пониманием того, что авторы/издатели/продавцы не дают никаких профессиональных советов по вопросам учета, законодательства и т.д. При необходимости получить помощь специалистов в области законодательства и учета следует обращаться в соответствующие службы.

Авторы и издатели этой книги приложили все усилия к тому, чтобы подготовить ее наилучшим образом. Однако, ни авторы, ни издатель не могут гарантировать точности, применимости и полноты содержания настоящей книги. Они не дают никаких гарантий коммерческой пригодности и соответствия конкретному целевому назначению. Авторы/издатели/продавцы не несут какой-либо ответственности по обязательствам, возникшим в результате бизнес-решений, принятых читателями этой книги. Читатели должны действовать по своему усмотрению.

Многие люди скажут вам, что новый способ общения с друзьями и заказчиками скоро станет сугубо социальным, и email маркетинг отомрет.

Я не буду отрицать, что такие социально-маркетинговые сайты, как Twitter, Facebook, LinkedIn, являются отличным способом оставаться на связи с народом, но мы по-прежнему должны уделять большое внимание качеству email маркетинга.

Результаты опросов о социальных сетях сайта ForeSee показывают, что 64% клиентов, активно пользующихся интернетом, при наличии выбора предпочитают контакт с продавцом по электронной почте, а не через социальные сети.

Тесты и отчеты также доказывают, что email маркетинг по-прежнему имеет более высокий уровень показателей конверсии при продаже продукции потребителям, чем любой другой тип контакта с клиентом, в том числе все виды социальных сетей.

Да, социальные сети, например, Twitter и Facebook, являются отличным способом заполучить новых подписчиков и дают дополнительные возможности, но дальнейшую связь с этими клиентами лучше всего осуществлять по электронной почте.

Понятно, что социальные сети никуда не денутся, но я предполагаю, что в самом ближайшем будущем мы сможем наблюдать, как электронная почта развивает собственную социальную среду в невиданном ранее масштабе.

Прекрасным примером этого является новое приложение, которое можно подключить к своей учетной записи Gmail; оно называется Rapportive.com

Rapportive - это невероятное новое приложение Gmail, которое показывает вам всю информацию о ваших контактах прямо из почтового ящика.

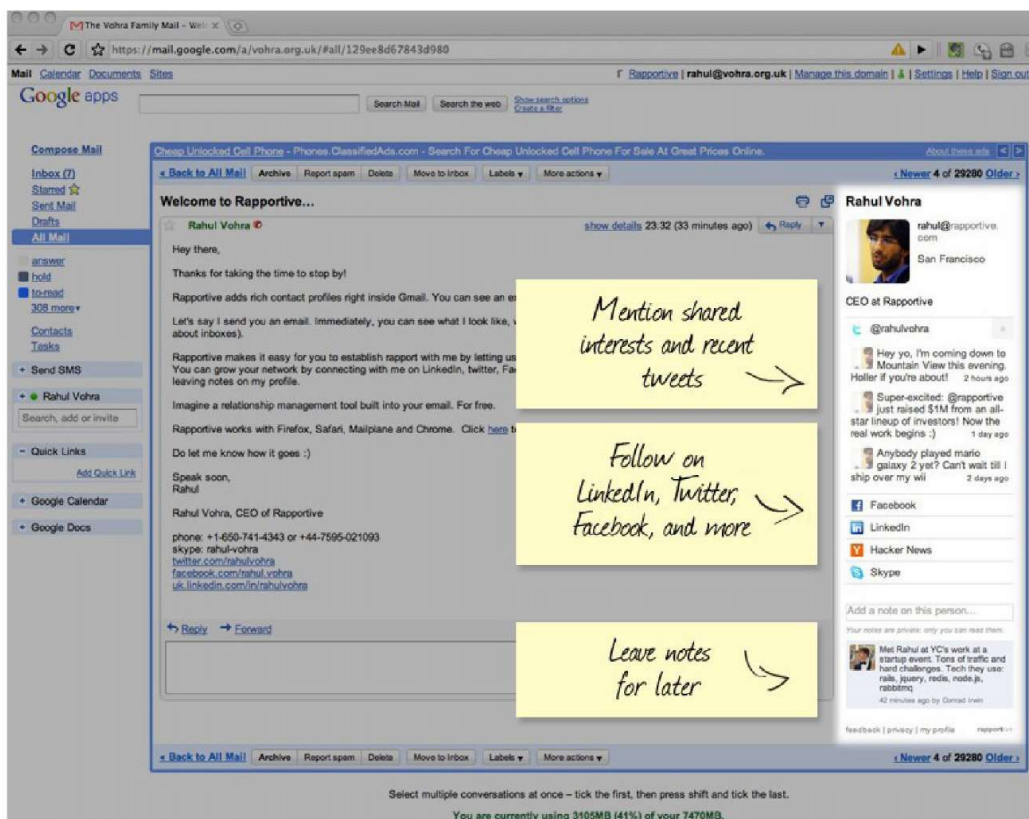
Rapportive дает мгновенную информацию обо всех действиях ваших контактов в социальных сетях, включая Facebook, Twitter, LinkedIn и многие другие.

Rapportive показывает расширенное содержание профилей прямо в вашей учетной записи, в том числе фото человека, с которым вы общаетесь. Этот вид социального взаимодействия в почтовом ящике делает электронную почту более личной.

Есть также ссылки, которые позволяют вам следовать за человеком, взятым в почте наугад, даже если вы не связаны с ним через социальные сети. Еще одна очень полезная функция этого приложения: Rapportive заменяет рекламу Gmail в вашем почтовом ящике, и теперь вместо того, чтобы смотреть на объявления, вы можете узнать, что происходит в жизни у ваших друзей и клиентов, не заходя на Facebook.

Это электронная почта и социальный маркетинг на стероидах, что может быть лучше для интернет-маркетинга?

Если вы еще не используете Rapportive от почты Gmail или учетной записи Google Apps, начинайте использовать его прямо сегодня.



Целевая аудитория вашего email маркетинга

Один из наиболее важных аспектов email маркетинга - убедиться, что контент полностью ориентирован на вашу клиентскую базу.

Один из способов убедиться, что вы ориентируетесь на клиентскую базу правильно - интенсивное экспериментирование и сплит-тестирование контента.

Каждое письмо, которое вы посылаете клиенту из списка, пишете так, будто вы отправляете его маме или лучшему другу. Когда вы пишете, обращаясь к одному человеку или небольшой компании добрых друзей, вы переходите на личный уровень общения с клиентами.

Сейчас, когда email маркетинг так популярен, большинство людей, не менявших адрес электронной почты, за пять лет оказываются подписанными на такое количество почтовых рассылок, что их почта становится похожей на непроходимую лесную чащу.

Поэтому ваш почтовый адрес должен выделяться, и с клиентской базой необходимо установить доверительные отношения.

Чтобы правильно настроить электронную почту, необходимо уделить особое внимание следующим моментам:

- Адресная строка
- Дата и время письма
- Соотношение бесплатного материала и презентации товара/услуги
- Общий тон общения с клиентом, профессиональный или личный, в зависимости от вида продукции и маркетинговой ниши.

Сегментирование с помощью аналитики

Большинство автоответчиков email маркетинга в настоящее время имеют целевую сегментацию и аналитический инструментарий, которые позволяют выполнять различные типы тестирования на вашей подписной базе каждого отправленного письма.

В 2013 году невероятно легко найти автоответчики, которые позволят вам отправлять письма на любую тему, а через несколько часов или на следующий день получить отчет о том, кто из подписчиков

1. открыл ваше письмо
2. нажал на ссылку в письме
3. отправил письмо другу

Можете себе представить, насколько это мощный способ, если вы отправляете письмо 2000 человекам, и уже завтра знаете, что 500 из них перешли на страницу продукта!

Обладая такой информацией, можно сделать несколько вещей.

Мы можем отправить еще одно письмо этим 500 людям, которые перешли по ссылке, спросить у них, что они думают об информации, представленной на вашем сайте, и хотят ли они что-нибудь купить.

Другой вариант: можно отправить письмо тем 1500 людям, которые не перешли по ссылке, и спросить у них, почему они этого не сделали. Для них вы можете создать некую срочность, например, сообщить о бесплатной информации, которая скоро будет изъята из доступа, или о видео, которое будет выложено на короткий срок, и чтобы получить к нему доступ, необходимо перейти на сайт прямо сегодня.

Если вы можете давать людям инструкции на основании их действий с предыдущим вашим письмом, им можно с легкостью задать желаемое направление в воронку продаж.

Чуть позже мы подробнее поговорим о разных автоответчиках и о том, как их использовать, чтобы весь отправляемый клиентам контент был строго целевым.



Как раскрутить блог



Привлечение посетителей на сайт уже превратилось в целую науку. Но не стоит пугаться. Есть комплекс действий, четкое выполнение которых обязательно приведет ваш блог на самые высокие позиции выдачи поисковых систем. Сделать это может каждый. Самое главное – знать, что именно нужно делать.

Этому и посвящена данная книга с правом перепродажи. В ней раскрыты все секреты раскрутки блогов, все скрытые от непосвященных резервы повышения посещаемости. Внимательно изучите описанные методы, начните применять их на практике – и результат не заставит себя ждать!

[Узнать подробнее>>](#)

Ведете ли вы блог своих писем?

Если вы выбрали email маркетинг, необходимо учесть еще один момент. Копию каждого отправленного электронного письма нужно размещать в блоге.

Польза от размещения электронного письма в вашем блоге заключается в том, что вы получаете массу контента для поисковых систем, не говоря уже о социальной активности блогов, которая наблюдается сегодня. Вы получаете дополнительный трафик, когда размещаете в блоге кнопки Twitter или Facebook, чтобы люди могли ретвитить и лайкать в блоге записи с вашими электронными письмами, что придает каждому вашему письму своего рода вирусный эффект.

Только представьте: вы отправили электронное письмо клиенту, и, если вам повезет, пройдет всего несколько часов, прежде чем это письмо будет погребено в его почтовом ящике и, возможно, он его так никогда и не увидит.

Размещая все свои электронные письма в блоге, вы обеспечиваете созданному вами контенту неограниченный срок службы. Вы будете удивлены тем, как много клиентов, не обративших внимания на ваше письмо, прочитают его спустя пять дней только потому, что следят за вашим блогом.

Одна из важнейших вещей, о которой следует помнить при размещении почтового контента на своем блоге - это оставаться в теме своей рыночной ниши. Если вы потратили годы, создавая подписную базу клиентов, которые хотели бы купить материал по НЛП или гипнозу, а потом в вашем блоге вдруг появились email сообщения о том, как сделать отличный массаж, вы быстро потеряете интерес клиентов. Те, кто ищет информацию о массаже, находятся не в вашем, а в другом списке подписчиков.

Общение по электронной почте

Социальный маркетинг - отличный способ пополнить ваш список рассылки, но оставаться на связи со своими подписчиками лучше с помощью электронной почты, и в ближайшее время тут едва ли что-то изменится.

Если вы читаете это руководство по email маркетингу для бизнеса в 2014 году, то у вас, скорее всего, уже есть аккаунт автоответчика. Если нет, немедленно прекратите чтение и [получите бесплатный аккаунт](#).

Как только вы это сделаете, можете продолжать читать руководство.

Зачем нужен автоответчик?

Если вы когда-либо были на сайте и заполняли форму подписки, чтобы получить больше информации о продукте или услуге, или подписались на электронную рассылку новостей в Интернете и получили почти мгновенный отклик на свой почтовый ящик, за это отвечала программа автоответчика.

Проще говоря, автоответчики - это почтовые программы, которые отправляют заготовленное сообщение в ответ на каждое входящее письмо. Некоторые автоответчики, например, услуги регистрации для интернет-групп и форумов, являются одноразовыми: один ответ на каждое полученное сообщение.

Почти каждая интернет-компания использует автоответчики для различных целей, от автоматизации задач, на которые иначе потребуются сотни человеко-часов, до построения списков и отслеживания потенциальных клиентов.

Мульти-автоответчики отправляют серии сообщений на полученные адреса электронной почты с установленными регулярными интервалами. Например, мульти-автоответчик можно использовать для отправки мгновенного ответа, затем

последующего сообщения через три дня, потом еще через пять дней и так далее.

Его можно настроить на отправку сообщений каждый день, каждую неделю, дважды в месяц или с любым необходимым интервалом.

Автоответчики - самый мощный доступный инструмент интернет-маркетинга. Ими легко пользоваться, и стоит их настроить, как весь процесс маркетинга становится быстрым и автоматизированным. При использовании автоответчиков ваш интернет-бизнес работает 24 часа в сутки. Запуск эффективной кампании с автоответчиком может превратить бизнес, борющийся с трудностями, в бизнес, пожинающий лавры успеха.

Как я могу делать деньги с автоответчиком?

Практически в любом интернет-бизнесе можно получать прибыль, используя автоответчики. Правильно организовав кампанию, можно построить свой новый интернет-бизнес на программе автоответчика. Все, что вам нужно, чтобы получить свое место под солнцем в Интернете, это продукт и эффективная последовательность сообщений автоответчика.

Ваш автоответчик - это ваш источник обогащения; это маркетинговый инструмент, который будет продавать ваш продукт эффективнее любого другого вида рекламы. Импульсивные покупатели не так часто совершают покупки, особенно в Интернете. Но если отправить свои сообщения несколько раз людям, которые уже заинтересованы в том, что вы можете предложить, вы увидите взлет продаж.

В этом руководстве вы найдете всю необходимую информацию, чтобы начать получать прибыль с помощью автоответчиков и email-маркетинга.

Я собираюсь помочь вам выбрать нишу, которая лучше всего подходит для вас и вашей ситуации; затем мы вместе исследуем ваш рынок и найдем или создадим большой список того, что люди

хотят купить, и вы сможете запустить автоматизированный интернет-магазин; настроить сообщения автоответчика, чтобы они были максимально эффективными, и построить мощную базу подписчиков автоответчика, который будет зарабатывать деньги, даже когда вы спите.



41 прибыльный совет по email-маркетингу

Из этой электронной книги Вы узнаете как:
Увеличить свою базу подписчиков;
Поднять открываемость ваших писем;
Сделать подписчика клиентом!
Зарабатывать больше, отправляя письма!

[Узнать подробнее>>](#)

Готовы начать?

Чтобы делать деньги с помощью автоответчиков, нужен продукт. Большую часть времени продукт, который вы продаете или раздаете, чтобы построить подписную базу, в каком-то смысле является информационным продуктом. К этим продуктам относятся такие товары, как электронные книги, печатные книги, электронные курсы, электронные журналы и бюллетени, диски или загружаемая аудио программа.

Ваша тема должна привлекать большую аудиторию – у вас может быть лучшая в мире книга о выращивании амазонского удава в домашних условиях, но в ней будут заинтересованы лишь те, у кого уже есть этот удав, или те, кто собирается его купить. В этом случае ваша база продаж будет, мягко говоря, ограничена. С другой стороны, если ваша книга или продукт рассказывают о том, как делать 500 долларов в минуту - что ж, у вас может быть довольно много потенциальных покупателей.

Итак, вы начали строить свою подписную базу, и теперь вам необходимо ее чем-то питать. Так вы сможете начать строить личные отношения со своими новыми клиентами. Вот что необходимо учесть...

1) Заслужите доверие клиентов к себе и своему продукту

Создание списка подписчиков не сделает вас экспертом и продавцом, вызывающим доверие. Прежде, чем создавать список подписчиков, разместите много статей. Пишите о теме, в которой вы разбираетесь, и размещайте материалы на своем сайте. Попробуйте создать форум, чтобы получить представление о том, чего хотят ваши клиенты, что им нужно, и нацельтесь на их потребности.

Походите по форумам на других сайтах. Давайте советы и рекомендации. Когда вы почувствуете, что люди вам доверяют, вы сможете создать собственную подписную базу. Можете создать

базу из пользователей других форумов. Предложите им присоединиться к вашему списку. Друзья - это всегда хорошие клиенты. Разместите ссылку на свой сайт, чтобы было видно, что представляет из себя ваш бизнес.

Правда в том, что деньги придут, когда клиенты и подписчики будут доверять и верить вам. Они хотят получить продукт или услугу, за которую им было бы приятно отдать деньги. Люди не будут покупать по вашей рекомендации, если они вас не знают.

2) Найдите продукт или услугу, которую они хотят приобрести и в которой нуждаются. Возможно, это вовсе не то, в чем вы разбираетесь лучше всего. Если вы предоставляете услугу или продукт, который вы исследовали и изучили, вы можете выиграть на этом. Не пожалейте времени, сил и денег, чтобы успешно продавать клиентам и подписчикам из своей подписной базы.

Конечно, лучше всего продавать то, в чем вы разбираетесь. Но людей, с которыми у вас есть общие интересы, не так уж много, особенно, если вы решили продавать что-то не особо популярное и выгодное. Проведите исследование, и вы увидите, как к вам приходит прибыль. Кроме того, обеспечьте ваших подписчиков рекламными материалами, которые они могли бы использовать сами и раздавать другим.

3) Подружитесь с другими авторами рассылок. Это полезно, особенно если это успешные авторы. Это люди, у которых есть опыт в вашем деле, а опыт - лучший учитель. Есть много статей, доступных для чтения в интернете, но нет ничего лучше, чем получить знания из первых рук от того, кому вы доверяете.

Опытные обладатели подписной базы подскажут вам, что можно делать, а что нельзя, так как они сами через это уже прошли. Хотя у разных людей возникают разные ситуации, общие принципы знать всегда полезно. Есть много вещей, которых нужно избегать, и эти люди подскажут вам, каких именно.

Создание прибыльного списка подписчиков требует времени. Необходимо долго готовиться и потратить много усилий. Подписная база строится с нуля, и пока она растет, необходимо следить за ее качеством. Следите за тем, чтобы база была организованной и управляемой. Найдите или наймите помощника, если нужно; ваши подписчики должны быть довольны, счастливы и готовы покупать.



10+ приёмов увеличения прибыли от скидочных акций в e-mail маркетинге

С помощью приёмов из книги, Вы:
Гарантированно увеличите прибыль от скидочных акций в своей e-mail рассылке!
Получите пошаговую инструкцию всех приёмов для внедрения!;

Узнаете секреты каждого приёма и наиболее эффективный способ его применения и мн. др.

[Узнать подробнее>>](#)

4 важных вещи, которые необходимо сделать для создания подписной базы

За последние несколько лет онлайн-маркетинг резко пошел в гору. Поскольку появляется все больше разных направлений бизнеса в интернете, возникает необходимость вырабатывать новые маркетинговые навыки и знания для новой среды. Открывается и разрабатывается все больше маркетинговых стратегий, чтобы подстроиться к изменениям, происходящим в бизнесе в деловом мире.

Спрос на стратегии и советы по интернет-маркетингу резко вырос, и на свет родился новый вид бизнеса - стратегии интернет-маркетинга. Хотя есть компании, которые рвутся помочь вашему сайту и бизнесу набрать клиентуру за деньги, есть также много недорогих способов, которые могут распространить информацию о существовании вашего сайта. Один из них - email маркетинг с подпиской, также известный как доверительный маркетинг.

В маркетинге с подпиской требуется, чтобы клиент подписался на ваши маркетинговые материалы, приходящие в виде новостной рассылки, каталогов и рекламных писем по электронной почте. Чем больше почты отправляется в этом виде маркетинга, тем больше шансы поднять продажи. Чтобы сделать это, необходимо найти тех людей, которые захотят подписаться на вашу маркетинговую рассылку.

Из подписного списка вы получаете целевых покупателей, это полезный список, так как эти люди уже проявили интерес к тому, что вы предлагаете и продаете, и согласились подписаться на вашу рассылку.

Это люди, которым понравилось то, что они увидели на вашем сайте, и которые захотели посмотреть подробности и, возможно, купить продукты или услуги, предлагаемые вашей компанией или сайтом.

Многие могут подумать, что на составление подписного списка требуется много времени и усилий, чтобы собрать все имена и адреса. Это не так, вам потребуется лишь стратегия и немного терпения, зато, создав этот список, вы откроете свой сайт и бизнес всему целевому рынку. Если увеличение трафика и хорошая прибыль - это то, что вам нужно, постарайтесь поднять свой бизнес на новый уровень; список подписчиков будет творить чудеса для вашей фирмы.

В интернете есть много источников и статей о построении подписной базы. Иногда в них можно запутаться, потому что их очень много, и все предлагают какие-то свои способы. У разных групп людей разные подходы в построении подписной базы, но какими бы разнообразными ни были методы, всегда есть критические пункты, необходимые для создания этой базы. Вот четыре таких пункта.

1) Разместите на своем сайте хорошую веб-форму для быстрого перехода в конец страницы. Кто-то может сказать, что посетителям сайта слишком рано сразу подписываться, но помните, что ваша главная страница должна производить хорошее впечатление моментально. Если каким-то образом посетитель сайта найдет то, что ему или ей не нравится, и закроет страницу, он может просто забыть о подписке.

Хорошую веб-форму для подписки на рассылку сделать не трудно. Просто и коротко напишите о том, что по рассылке можно получать дополнительную информацию и обновления сайта. Предусмотрите поле, в котором можно вписать имя и адрес электронной почты. Эта веб-форма автоматически сохранит и отправит вам введенные данные. По мере роста числа зарегистрировавшихся ваша подписная база будет расти.

2) Не тратьте время на создание слишком большой, на много мегабайтов, главной страницы. Пока еще не все имеют скоростное соединение с интернетом, и чем быстрее загружается

сайт, тем лучше. Найдите золотую середину между простотой и сложными знаниями.

3) Предоставляйте качественные услуги и продукты. Повторный покупатель с большей вероятностью привлечет новых клиентов. Так было всегда - довольный клиент всегда будет рекомендовать вас. Устная рекомендация может принести бизнесу больше пользы, чем дорогая реклама. Пока растет ваша клиентура, растет и список рассылки. Чем больше у вас подписчиков, тем больше людей будут знать о новых предложениях.

4) Следите за точностью и конфиденциальностью вашей базы. Никогда не теряйте доверие клиентов. Если вы отправляете электронные письма людям, которые не подписывались, это будет спам, и от вашей рассылки начнут отписываться. Помните: хорошая репутация ведет к увеличению трафика и числа подписчиков, а также укрепляет лояльность ваших клиентов.



Твоя успешная e-маил рассылка

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.

[Узнать подробнее>>](#)

4 способа быстро получить доверие подписчиков

Пока одна часть мира разрабатывает множество барьеров и защит, чтобы оградить электронную почту от спама, есть и те, кто с удовольствием подписывается на рассылку, продвигающую продукты, услуги и сайты. Так происходит, главным образом, потому, что подписчики хотят знать больше о том, что предлагают эти сайты, и чем они могут быть для них полезны. Они хотят быть в курсе того, что им интересно, и знать все новшества на рынке или в выбранной ими области.

Инфобизнесменам очень выгодно иметь таких клиентов, и главное, что нужно для их получения - доверие. Если клиенты доверяют вам, они вознаградят вас своей лояльностью. Многие интернет-пользователи всячески защищают свои почтовые ящики от спама. Интернет-провайдеры с бесплатными почтовыми ящиками и провайдеры интернет-услуг предлагают защиту от спама, а некоторые компании в интернете фильтруют ваши письма.

Но если у вас есть список подписчиков почтовой рассылки, письма с вашими рекламными материалами (новостная рассылка, каталоги и маркетинговые медиа-материалы) пройдут через этот фильтр.

Ваш получатель сможет посмотреть и прочитать то, что вы ему отправили, и информация будет передана успешно. Для того, чтобы сделать это, вам необходимо получить разрешение получателя; чтобы получить это разрешение, необходимо завоевать доверие. При имеющемся в интернете неуважении к конфиденциальности получить доверие пользователя, которого вы не знаете лично - огромное достижение.

Чтобы построить хороший список подписчиков, необходимо, чтобы люди доверяли вам, а чтобы построить его быстрее, нужно быстро заслужить доверие. Чем быстрее вы построите список подписчиков, тем быстрее разойдется информация о вашей

компании. Чем больше ваша подписная база, тем больше трафик и прибыль. Если подумать, это простая арифметика. Получить цифры не так уж просто, или все-таки просто?

- Получить доверие клиентов не очень сложно, особенно, если ваш бизнес законный. Доверие клиентов основывается на вашем опыте. Люди полагаются на тех, кто знает, о чем говорит. Соберите все знания и информацию о своем бизнесе. Если вы решили заниматься бизнесом, скорее всего, вы им интересуетесь. Как многие баскетболисты, которые становятся тренерами, вы не захотите заниматься чем-то таким, чем не интересуетесь.
- Покажите клиентам, что знаете, о чем говорите. Снабдите их полезными советами и инструкциями о том, что вы продаете. Поговорите о том, как установить крышу, если вы занимаетесь строительными товарами, или разместите статьи о страховых выплатах, если вы страховой агент. Чтобы использовать подписную базу, не обязательно иметь большую корпорацию. Если ваши клиенты видят в вас человека, который знает, что делает и говорит, вы быстро заслужите их доверие.
- Будьте честны с покупателями; если действительно хотите раскрутить свои товары и услуги, предоставьте гарантии. Чем больше у вас будет удовлетворенных клиентов, тем больше шансов, что они будут вас рекомендовать. Как правило, люди доверяют тем, кого они знают, и когда этот кто-то рекомендует вас, вы остаетесь в выигрыше. Новенькие будут заходить на ваш сайт и сами смотреть его; они должны испытать те же чувства, что и их предшественники, поэтому ваши услуги должны быть на высоте.
- Еще один совет о том, как быстро получить доверие клиентов, заключается в том, чтобы дать им удобный способ выхода. Покажите им, что не тянете их в ловушку. Поддерживайте чистоту списка, чтобы можно было в любой момент отказаться от подписки. Детально разработайте свою веб-форму и укажите в ней, как можно отписаться.

Дайте гарантии, что можно отписаться в любое время. Многие пользователи опасаются, что они могут застрять в вашей рассылке на всю оставшуюся жизнь, и им придется отказаться от почтового аккаунта, когда они по уши засыплются спамом.

- Помните: мало получить доверие клиентов, необходимо еще его удержать. Потому что, если сделать что-либо с их почтовыми адресами, например, продать или раздать бесплатно, вы потеряете не только многих подписчиков из списка, но и потенциальных участников рассылки. Самый быстрый способ получить доверие подписчиков - рекомендация того, кому они уже доверяют.



Успешная реклама в чужих рассылках

Правила и нюансы: как не потерять вложенные деньги.

Как решить проблему быстрого набора подписчиков и массового продвижения ваших услуг или продуктов до целевой аудитории?

[Узнать подробнее>>](#)

Как построить список жаждущих подписчиков

Каждый онлайн-бизнес создает отличную почву для удовлетворения клиентов. Если клиент получает удовлетворение от тех продуктов и услуг, которые он получил, велика вероятность того, что он станет повторным покупателем, и купит у вас снова. Будет еще лучше, если вас будут рекомендовать другим людям, и ваш бизнес и сайт будут расти.

По мере роста трафика на сайт все большее число людей можно привлечь к подписке на рассылку, в список рассылки. Это список людей, согласившихся получать от вас промо-материалы, например, новости или каталоги. Таким образом вы держите их в курсе всех изменений на сайте и в вашей нише. Эти промо-материалы рассылаются подписчикам по электронной почте с различной периодичностью.

Используя электронную почту для маркетинга и рекламы, вы избегаете высоких расходов. Электронная почта работает бесплатно, и если с ее помощью рассылать рекламу, можно неплохо сэкономить. Имея подписную базу, можно быть уверенным, что вашу информацию получают, посмотрят и прочитают, а не просто удалят. Люди подписались на вашу услугу и заинтересованы в ее получении.

Это значит, что ваши подписчики получают постоянные напоминания обо всех ваших продуктах, новых продуктах и услугах, а также обо всех акциях и скидках, которые вы предлагаете.

Кроме того, вполне возможно, что они приведут других потенциальных покупателей, когда будут рассказывать друзьям и близким о вас и вашем сайте.

Конечно, вы должны учитывать, что подписчик может отписаться, если почувствует, что не получает того, что хотел или ожидал. Сделайте все, чтобы подписчики были довольны вашей

рассылочной стратегией, и с нетерпением ждали новой информации. Вот несколько советов о том, как построить базу жаждущих подписчиков.

Ваши промо-материалы должны быть интересными и живыми. Добавьте немного креатива, только не переборщите. Расширяйте свою тему. Например, если вы продаете автозапчасти, разместите несколько изображений новинок в мире автозапчастей, к примеру, новую распашную дверь, которую можно установить на любой автомобиль, и он станет похож на ламборджини.

Постарайтесь определить, что люди ищут; тогда вы будете все время идти на шаг впереди и станете для них источником новостей. Они будут с радостью получать ваши письма, потому что в них всегда есть что-то новое и интересное.

Пишите качественные статьи, информативные, но легко читающиеся. Если подписчикам понравятся ваши статьи, они будут переходить на сайт, кликая по ссылкам в письмах рассылки, и узнавать все подробности. Вы можете писать статьи, адресованные разным людям. Будьте многообразны. Используйте юмор, давайте информацию, комбинируйте то и другое.

Вам трудно это делать, потому что вы не любите писать? Без проблем! Есть множество профессиональных и опытных писателей, которые напишут статьи за умеренное вознаграждение. Они знают свое дело и сделают все, что вам необходимо для новостной рассылки, а деньги, заплаченные за статьи, вы отобьете за счет новых подписчиков и прибыли от продаж.

Создайте и разошлите своим клиентам электронную книгу по теме, связанной с вашим бизнесом или сайтом. Используйте свои знания и опыт в выбранной вами области, чтобы помочь заинтересованным в этом людям. Раздайте электронную книгу бесплатно. Писать нужно о том, что дает полезную информацию и каким-то образом помогает вашим подписчикам. Например,

можно составлять руководства и инструкции по самым разным вопросам. Такую электронную книгу будет использовать очень много народу.

Раздавайте эту электронную книгу везде, где только можно, даже на других сайтах; главное - следить за тем, чтобы в ней оставались неизменными ссылки, ведущие на ваш сайт. Если захотите, как и со статьями, всегда можно нанять писателя. Ваши вложения также покроются полученными результатами.

Добавляйте в новостные письма электронные купоны со специальными скидками.

Электронный купон должен быть с контрольным номером, чтобы им можно было воспользоваться только один раз. Если клиенты будут получать в рассылке скидки, они будут с нетерпением ждать нового письма от вас.

Если подписчики будут получать от ваших писем выгоду, они с радостью будут открывать и читать то, что вы присылаете. Только не переусердствуйте, чтобы подписчики не посчитали вас навязчивым.

Как привлечь внимание читателей к своей теме

Конкуренция за первенство в онлайн-бизнесе достаточно напряженная, и имеется множество сайтов, владельцы которых стремятся вырваться вперед, не вкладывая больших средств. Но все же есть способы, позволяющие построить хорошую базу фолловеров за умеренные деньги. При достаточном трафике на сайт и количестве посетителей вы имеете почву для построения и расширения списка рассылки.

База подписчиков позволяет вам отправлять письма подписчикам с их согласия. Когда люди подписываются, они понимают, что будут получать по почте обновления и новости с вашего сайта в той области, которую вы представляете. Но это не значит, что все подписчики будут читать ваши письма. Зачастую подписная база строится на одной прикрепленной бесплатной программе или на акционной скидке.

Некоторые подписчики на самом деле вовсе не заинтересованы в получении электронных писем от разных компаний, относятся к ним как мусору из киберпространства и удаляют, не открывая.

Вы можете изменить ситуацию. Потому что прежде, чем отправить письмо, вы будете его составлять. Заставить человека открыть письмо не так легко. Вы не хотите, чтобы ваше время и силы, потраченные на составление выпуска рассылки, пропали даром, вы хотите, чтобы рассылку читали, чтобы она была интересной. Настолько интересной, чтобы читатели шли на сайт, смотрели, что вы предлагаете, и покупали или заказывали ваши продукты и услуги.

Один из многих способов привлечь и уговорить подписчика - дать ему хорошо продуманную и хорошо изложенную тему. Тема письма - вот на что чаще всего смотрит получатель, когда решает, открывать письмо, или нет. Тему следует считать одним из важнейших аспектов промо-письма. Тема должна быть краткой и

выразительной. Она должна содержать квинтэссенцию содержания электронного письма, чтобы получатель понял, о чем в нем говорится. Это жизненно важно для привлечения внимания читателей и подписчиков. Нужно, чтобы тема мгновенно привлекла внимание подписчика, заинтриговала его и заставила открыть письмо. Помните, подписчики не всегда открывают письма.

Хорошая тема вызывает у получателя любопытство. Она должна буквально заставить его открыть письмо. Необходимо вызвать у подписчика определенное чувство, чтобы он открыл письмо. Чтобы получить нужную реакцию, важно использовать определенные слова. Помните, что получатель или подписчик смотрит на каждую из тем в полученной почте всего несколько секунд. Вы должны моментально захватить его внимание.

Тему можно подавать в разных формах. Можно сформулировать тему так, чтобы она сообщала, что в вашем письме содержатся советы и техники по определенной теме. Примером может служить использование ключевых слов и фраз, например, "Как", "советы", "подсказки", "способы" и т.п.

Тему можно сформулировать в виде вопроса. Например, "Вы устали от работы?" Или "Начальник постоянно цепляется к вам?" Постарайтесь сделать так, чтобы тема была связана с вашим сайтом - ведь люди подписались, потому что им интересна тема сайта. Такой тип тем очень эффективен, потому что обращается непосредственно к чувствам получателей. Прочитав вопрос в теме, человек автоматически тут же начинает на него отвечать.

Можно еще использовать в теме самые последние новости, чтобы заинтриговать читателя. Например, если вы занимаетесь деталями автомобильного двигателя, можно написать в теме: "Анонсирован новый двигатель, не потребляющий бензина! Он работает на воде." Получателю станет любопытно, он откроет письмо и прочитает его.

Как сделать, чтобы подписчики хотели узнать больше

В качестве эксперимента мой друг подписался на десять маркетинговых рассылок, чтобы посмотреть, какие из них наиболее эффективны. Многие сайты и онлайн-бизнесы прибегают к рассылке рекламных материалов подписчикам, чтобы поднять продажи и привлечь трафик. В случае подписного email маркетинга посетителям сайта, согласившимся получать обновления раз в месяц, раз в неделю или два раза в год, отправляют новостную рассылку, каталоги и многие другие промо-материалы.

Пользователь интернета из списка подписчиков получает обновления по электронной почте. Если промо-материал заинтересует читателя, он придет на сайт, чтобы узнать подробности или совершить покупку. Для операторов и владельцев сайтов это возможность напомнить подписчикам о своем существовании и предложить свои товары. Среди огромного множества сайтов в интернете, которые тем или иным способом предлагают одни и те же товары и услуги, затеряться очень просто.

Но вернемся к моему другу-экспериментатору.

Он попытался определить, при каких маркетинговых стратегиях подписки пользователи чаще хотят узнать подробности. Одни рассылают письма предельно просто, другие - весьма замысловатым способом, третьи - где-то посерединке. Различия заметны сразу, и кому-то удастся найти эффективные стратегии подписного маркетинга. Мой друг назвал их эффективными, потому что почувствовал, что не может удержаться от того, чтобы не зайти на сайт и не узнать все подробности, а в случае самых убедительных рассылок он даже ловил себя на том, что хватается за бумажник или кредитную карту, забыв о том, что это всего лишь эксперимент.

Разные компании и сайты представляют свои рекламные материалы, руководствуясь разными принципами. У каждого есть свой собственный стиль и методика, но внимание потенциального покупателя привлекают не столько внешний вид и способ подачи, сколько контент и статьи. И главное здесь – креативность.

Из общения со многими удовлетворенными подписчиками и участниками форумов я понял, что важно в opt-in маркетинге, и что заставляет подписчиков не отписываться, а наоборот, желать получить больше информации.

Ваши рекламные материалы должны быть легкими, креативными и оригинальными. Многие люди живут в состоянии постоянного стресса. Получение унылого бизнес-предложения может вогнать их в еще большую тоску. Теплая дружеская улыбка или шутка всегда лучше серьезной деловой встречи или предложения. Вы хотите, чтобы клиенты воспринимали ваши продукты и услуги всерьез, но в то же время показываете, что умеете повеселиться.

Добавьте в письма красок, вставьте фотографии и статьи, каким-то образом связанные с вами, и представляющие хорошие новости или хорошие, веселые образы. Давайте такие новости в рассылке и такие промо-материалы, которые поддерживают приподнятое настроение. Пусть ваши материалы привлекают внимание, чтобы от них нельзя было отвести глаз. Заинтересуйте клиентов.

Ваш контент должен быть качественным, даже если для этого придется потратиться на опытного и профессионального копирайтера. Эффективный копирайтер сумеет выстроить доверительные отношения между вами и вашими клиентами. Копирайтер должен уметь создать вам авторитет. Контент должен быть информативным, но не нудным. Оставьте профессиональный жаргон и "беседуйте" со своими подписчиками.

Хорошая статья должна подчеркивать преимущества вашего продукта или услуги и пояснять, зачем клиентам нужно то, что вы

предлагаете. Только не будьте слишком настойчивы и навязчивы. Вы должны развлекать читателя, одновременно подводя его к совершению покупки.

Рекламные материалы должны быть понятными. Не заставляйте людей гадать на кофейной гуще. Вы должны привлекать их к себе, но никак не наоборот. Четко и ясно объясните им, что нужно сделать. Постарайтесь предугадать, в чем нуждается ваш целевой клиент. Собирайте информацию и анализируйте ее, в этом вам может помочь множество разных сайтов.

Создайте четкий образ того, что предлагаете. Если люди будут знать, что вы для них приготовили, они с большей вероятностью захотят узнать больше. Например, если вы продаете машину, разместите фотографии, но ровно столько, сколько нужно, чтобы они перешли на сайт, чтобы узнать больше.



Прибыльные посты

Из этого курса вы узнаете:

- как создать блог с нуля и сделать из этого полноценный бизнес;
- 5 главных элементов дизайна для блога;
- как создавать продающий контент, который любят люди;
- простые шаги для привлечения читателей в ваш блог;
- 10 секретов публикаций, чтобы люди читали их до конца;
- как стимулировать людей приводить друзей в блог;
- 7 стратегий заработка на своём блоге.



В итоге вы сможете создать блог, который будет интересен людям, и через который можно отлично зарабатывать.

[Узнать подробнее>>](#)

Можно ли в действительности использовать статьи для построения базы подписчиков?

Привлечение клиентов на сайт так же важно, как и высокое качество продукта или услуги, которые вы предлагаете. Они должны идти рука об руку, давая покупателям удовлетворение взамен на уплаченные деньги. Обслуживание клиентов тоже должно быть на фантастическом уровне, чтобы заказчики были довольны.

Один из способов совместить маркетинг с клиентским обслуживанием - opt-in маркетинг, т.е. маркетинг по подписке. Имея список подписчиков, вы получаете возможность представлять свой сайт на добротной регулярной основе. Стратегия opt-in маркетинга - это недорогая маркетинговая стратегия, которая не отбирает много времени. Вы получаете согласие посетителей вашего сайта, которые подписались на новостную рассылку и другие рекламные материалы: каталоги и бесплатные акции.

Opt-in маркетинг использует ваш список подписчиков, чтобы рассылать по нему электронные письма. Эти письма должны содержать материалы, которые вы рассылаете своим подписчикам. Важно представлять свои промо-материалы так, чтобы захватывать внимание и взгляд подписчика, чтобы подписчик хотел узнать больше. Для этого лучше всего представлять забавные, развлекательные и информационные статьи.

Хорошо написанные статьи, до краев наполненные контентом и полезной информацией, помогут вам расширить подписную базу, поскольку люди будут подписываться на вашу рассылку. Прочитав образцы вашего контента на сайте, они будут заинтригованы тем, что же будет дальше. Подписываясь на вашу рассылку, они смогут увидеть, что вы планируете давать в будущих выпусках.

Многие сайты и компании уловили значение статей, которые также помогают в сео-оптимизации. Все больше людей приходят в интернет за информацией, и, предоставляя им нужную информацию в своих статьях на сайте, вы увеличиваете трафик на сайт. Чем больше трафик, тем выше процент продаж. Чем больше продаж, тем больше прибыль.

Важность хорошо написанных, наполненных информацией и укомплектованных ключевиками статей, и на сайте, и в рассылке, возросла. Эти статьи предоставляют ту информацию, которую ищут в интернете многие. Если в ваших статьях есть эта информация, на ваш сайт будет приходить больше людей.

Кроме того, хорошо написанные статьи поднимают репутацию сайта. Если они наполнены большим объемом информации, вас будут воспринимать как хорошо информированного эксперта в тех вопросах, о которых вы пишете. Ваши статьи должны основываться на добросовестном анализе, чтобы люди стали доверять вам. Если вам удастся заслужить их доверие, они будут к вам обращаться за информацией по данному вопросу снова и снова.

Поэтому писать статьи нужно на темы, непосредственно связанные с вашим бизнесом. Если ваш сайт посвящен лекарствам от определенной болезни, нужно писать статьи о болезнях. Если вы продаете материалы для ремонта, пишите статьи на тему ремонта. Люди чаще всего ищут советы, указания, способы, инструкции и т.п. Если вы предоставляете своим клиентам такие статьи, и клиенты вам доверяют, они всегда будут приходить на ваш сайт за помощью и советом - и, конечно, за вашими продуктами.

Лояльные клиенты могут подписаться на вашу рассылку, чтобы не упустить важной информации. Если вы даете людям ответы на их вопросы, они с удовольствием будут получать от вас новости и другие рекламные материалы, чтобы оставаться в курсе дела. Кто-

то даже будет пересылать письма вашей рассылки своим знакомым, если сочтет их очень интересными.

В письма рассылки обязательно нужно включать ссылки, чтобы такой знакомый вашего подписчика мог узнать подробности, перейдя по ссылке на ваш сайт. А увидев на вашем сайте много хороших статей, такой человек, скорее всего, захочет тоже подписаться на рассылку. Ваш список будет расти.

Сделайте все, чтобы вашим подписчикам были интересны и рассылка, и рекламные материалы. Не прекращайте писать интересные статьи в рассылке и размещать информативные посты на своем сайте. Если вы не любите писать, или если у вас на это нет времени, к вашим услугам целая армия опытных и признанных писателей, которые с радостью вам помогут. Такое вложение средств окупится сторицей.



Азбука электронных писем

Вы получите: Реселлерскую лицензию (права личной марки); Новые знания - от эксперта в русскоязычном Интернете, совладельца нескольких проектов и веб-сервисов; Все материалы (графика, сайт и т.д.)

Книга по сути является шаблоном для дальнейшей модернизации. Вы можете использовать ее в таком виде, в каком она сейчас, либо модернизировать ее и сделать совершенно другим продуктом.

[Получить права личной марки на комплект реселлера>>](#)

5 моментов, которые нужно учитывать при ведении рассылки

Рассылка писем своим подписчикам дает отличные возможности для привлечения трафика на сайт и увеличения продаж и, соответственно, прибыли сайта или компании.

Это маркетинговый ход, который не пробьет бреши в вашем бюджете и не потребует многочасовых затрат рабочего времени.

С новостной рассылкой вы можете информировать публику о своей компании, своих продуктах и услугах. Вы будете держать людей в курсе того, что происходит в вашей компании, и рассказывать обо всех акциях и предложениях. Кроме того, вы будете постоянно напоминать подписчикам о себе и своем желании предложить им хороший товар или услугу.

Рассылка позволяет произвести на подписчиков хорошее впечатление. В ней вы можете показать свои знания и опыт в теме, а также те выгоды, которые предлагаете своим заказчикам.

Если произвести на людей хорошее впечатление, они станут потенциальными покупателями, а кроме того, будут рекомендовать вас своим друзьям, коллегам и родным. Любой из которых с успехом может тоже стать заказчиком.

Если вы никогда не создавали рассылку и не публиковали ничего на своем сайте, возможно, вам понадобится провести исследование и получить информацию о том, как публиковать материалы. Это не так просто, как кажется, но если знать, как что делать, все пойдет, как по маслу. Выделите себе время и хорошенько разузнайте все, что нужно для подготовки письма для рассылки, которое будет привлекать подписчиков и трафик на сайт.

Теперь я хочу дать несколько советов о том, что нужно писать, начиная рассылку для сайта. Публикуя письмо новостной рассылки, важно учесть пять моментов.

1) Содержание письма рассылки должно быть тесно связано с вашим бизнесом или темой сайта. Не нужно слишком сильно расширять область специализации. Вы создали сайт, и тема этого сайта всегда должна оставаться темой, которую вы знаете лучше всего. Например, если у вас есть сайт, на котором продаются автозапчасти, рассылка должна содержать статьи или контент типа фотографий, относящиеся к машинам, автозапчастям и т.д. Можно также включить информацию о вашей компании и вашем персонале. Помните, что посетители сайта пришли потому, что им интересны предложения этого сайта. Если они подписываются на рассылку или другие материалы, это значит, что они хотят быть в курсе определенной темы. Публикуя рассылку, старайтесь давать подписчикам то, чем они интересуются.

2) Ваши статьи должны быть хорошо написаны, наполнены информацией и изображениями. Статьи - это основа рассылки, они должны одновременно увлекать читателей и давать информацию. Статьи нужно писать грамотно, обязательно проверяя орфографию и синтаксис, чтобы они выглядели профессионально и вызывали доверие. На кону доверие клиента к вам и вашей рассылке.

3) Проверьте все факты, указанные в письме. Убедитесь, что они изложены правильно, чтобы вашу репутацию как эксперта в своей области никто не ставил под сомнение. Если вы потеряете доверие подписчиков, они могут отписаться от рассылки. И тогда вы потеряете множество потенциальных продаж.

4) Давайте своим читателям свежие, новые статьи, с новой информацией. Если публиковать в рассылке старые новости, велика вероятность, что ваши подписчики о них уже читали в других источниках. Тогда они потеряют интерес к вашей рассылке и не станут читать самое важное - вашу рекламу. Они перестанут открывать и читать последующие письма, и тогда ваши статьи и рассылка потеряют смысл, потому что подписчики не будут приходить на сайт и совершать там покупки.

3 ошибки, которых нужно избегать, рассылая письма подписчикам

Если вы решили создать рассылку, это не значит, что нужно отправлять своим подписчикам рекламные письма и каталоги. Чтобы избежать осложнений, необходимо учесть множество факторов. Есть очень много способов подтолкнуть людей подписаться на рассылку, но нужно еще кое-что сделать, чтобы они не отписывались.

Кроме того, вам так же не нужны проблемы с законом и интернет-провайдером или ISP. Конфиденциальность пользователей охраняет множество законов и правил, ограждающих их от спама и нежелательных писем. Электронная почта - очень популярная среда для маркетинга, поскольку она бесплатна, и компании пользовались этой возможностью, забросав многие почтовые ящики рекламными письмами.

Имея подписной лист, вы не навязываетесь людям, потому что они сами дали согласие получать ваши материалы. Они согласились, чтобы их включили в рассылочную базу, и во избежание недоразумений не забывайте включать функцию отписки от рассылки. Бывает, что почтовый адрес предоставляется без ведома его владельца, который не собирался подписываться. Подписная база должна поддерживаться в упорядоченном и управляемом состоянии. Для ее упорядочивания используйте многочисленные доступные инструменты и технологии. Не беспокойтесь: ваши вложения в эту маркетинговую стратегию не пропадут и покроются полученной конверсией, а затем и прибылью.

Держитесь подальше от проблем и потенциальных недоразумений с законом и интернет-провайдерами. Ваши действия должны быть прозрачными и законными. Ваша репутация законопослушного бизнесмена и репутация вашего сайта зависят от вашей маркетинговой стратегии. Вот подсказки, как избежать трех ошибок, рассылая письма своим подписчикам.

1) Следите за письмами, которые не удалось успешно отправить. Некоторые письма возвращаются назад. Отклоненные письма, которые еще называют недоставленными сообщениями, это сообщения, которые по каким-либо причинам не были получены адресатами.

Иногда так получается из-за того, что сервер был перегружен, тогда их следует отправить еще раз попозже. Иногда письма не доставляются, потому что у получателя перегружен почтовый ящик. Но есть и такие письма, которые невозможно доставить. У них может быть недействительный или неправильный почтовый адрес, или адрес их получателя был закрыт и удален.

2) Следите за подписной базой и ставьте соответствующие пометки об отклонении доставки. Неработающие адреса следует удалять из базы, чтобы иметь точную статистику подписчиков, реально получающих ваши письма. Можно проверить правописание почтовых адресов из вашего списка. Люди часто пишут N вместо M в префиксе .com.

3) На сайте и в письмах рассылки обязательно размещайте ссылку на отписку от рассылки. Каждый раз, когда подписчик отправляет запрос на отписку, отнеситесь к этому серьезно. Если вы не удалите его из базы и продолжите отправлять ему свои письма, это уже будет спам.



Прорывные тексты для онлайн-бизнеса

Эта книга представляет собой настоящее практическое руководство по созданию текстов для ваших сайтов и блогов, статей и рассылок, рекламных страниц и инфокниг, а также для прочих онлайн-ресурсов.

[Подробнее о книге здесь>>](#)



7 способов делать деньги просто из рассылочной базы

Наличие подписной базы может играть решающую роль для любого сайта и любой интернет-компании.

Даже для небольшого предприятия, например, нишевого сайта, подписная база может полностью менять картину, принося дополнительный доход в ваш карман. Не так часто можно видеть сайт, посвященный электронной коммерции, у которого нет своей рассылки.

Подписной лист позволяет компании продвигать свои товары и свой сайт с помощью электронной почты. Наличие подписной базы означает, что сайт согласился отправлять, а подписчики - получать новостные письма от вашей компании. Используя это, вы можете держать своих подписчиков в курсе всех новостей и всего происходящего на вашем сайте.

Поскольку между двумя сторонами имеется договоренность, ваши письма не могут рассматриваться как спам. Множество промо-материалов типа каталогов, новостных писем и т.п. успешно рассылается и читается получателями именно потому, что они сами подписались на них, т.е. они хотят, чтобы им присылали эти материалы.

Построение списка является ключевым моментом, но только малая часть подписчиков действительно подписывается на получение рассылки. Многие люди считают рекламные материалы досаждающими и навязчивыми, но если вы обеспечите качественный материал, то вскоре обнаружите, что ваша база растет и расширяется. Этому способствует и размещение качественного контента на сайте. Если людям нравится то, что они видят и читают у вас на сайте, они обязательно захотят еще. Рассылка должна быть способом привлечения посетителей на сайт. Такой себе тизер или, если хотите, возбудитель аппетита.

Но помимо продвижения товаров и услуг подписную базу можно использовать и для получения дополнительной прибыли. Для этого годятся не все рассылки. Для начала неплохо построить подписную базу с большим числом подписчиков. Чем больше у вас подписчиков, тем больше денег вы получите. Сейчас я покажу вам семь способов делать деньги прямо из рассылки.

1. Размещайте рекламные объявления. Есть много корпораций, готовых платить за размещение баннеров и рекламы для обширной подписной базы. Продавать или сдавать в аренду свою подписную базу - не самая лучшая идея, поэтому вместо этого многие компании просто размещают рекламу в письмах, рассылаемых по большой подписной базе. В ваше письмо можно поместить несколько баннеров или объявлений, и каждое из них принесет вам деньги.

2. Сотрудничайте с другими компаниями, аналогичными вашей или хотя бы как-то связанными с темой вашего сайта. Эти компании будут давать ссылки и короткие описания того, что они предлагают, своих продуктов и услуг. За каждый клик на ссылке, по которой подписчик переходит на их сайт, компания будет вам платить. Это система P4P, или плата за результат.

3. Поговорите с другими компаниями о том, чтобы получать небольшой процент от продаж через вашу базу. С каждой покупки, совершенной клиентом из вашей подписной базы, пришедшим по письму из вашей рассылки, компания будет платить вам небольшой процент. Чем больше людей из вашей базы совершит покупки, тем больше вы получите.

4. Вы можете также брать продукты у других сайтов на реализацию и продавать их своей базе с помощью рассылки. Размещайте в рассылке описания, статьи и фотографии продукта. Всегда найдутся желающие купить у вас, и когда это произойдет, вы сможете заказать продукт с другого сайта и продать его своему покупателю.

5. Продавайте своей подписной базе электронные книги или сборники своих статей. Руководства и статьи на тему "Как сделать" пользуются большим спросом. Многие готовы выложить кругленькую сумму, чтобы получить сведения по определенной теме или предмету. У вас есть база, которая доверяет вам как эксперту в этой области, и электронную книгу можно предлагать и продавать или использовать в качестве стимула.

6. Создайте из своей подписной базы сеть. Предложите подписчикам пригласить друзей и знакомых посмотреть на сайт и подписаться на рассылку. Чем больше ваша база, тем больше человек смогут кликнуть на ваших ссылках и партнерских ссылках, тем выше тариф за рекламу.

Подписчики хотят платить за информацию, если знают, что она надежна и достоверна. Используйте подписную базу, чтобы все больше и больше людей подписывалось на вашу рассылку и приходило к вам на сайт.

7. Наконец, можно использовать подписную базу для заработка, если предложить подписчикам стать вашими партнерами. И тогда ваша подписная база станет надежным источником вашего роста и развития.



Большие деньги на дешёвых курсах

Это пособие станет для Вас путеводителем, которое покажет Вам достойный, проверенный и работающий на 100%, способ заработать деньги через интернет.

[Получить бесплатно>>](#)