

e-Mail-Adresse generieren: Mit welchem „Goodie“ gewinne ich E-Mail-Adresse meiner Web-Besucher?



Diese Frage bekommen wir ganz häufig gestellt. Vor kurzem fragte uns eine Kundin dies. Sie verkaufte spezielle Meditationskissen über einen eigenen, kleinen Web-Shop.

Sie möchte mehr „Leads“, also mehr e-Mail-Adresse Ihrer Webbesucher, generieren.

Nun stand sie vor der Frage: was biete ich meinen Besuchern dafür als „Goodie“, also als Gratis-Geschenk, an. Als Mittel möchte sie dafür ein Pop-Up nutzen. Es öffnet sich, wenn der Besucher ihren Shop verlässt, soll kurz über das Geschenk informieren – mit direktem Mail-Eintragungsfeld. Ein sehr effektiver Weg um e-Mail-Adressen zu generieren.

Kurz: Was kann man als Goodie allgemein anbieten?

Als kleines Geschenk können Sie Ihren Webbesuchern anbieten:

- Ein e-Book
- Einen kleinen Video-Kurs
- Eine Checkliste
- Einen kostenlosen Produkt- oder Dienstleistungseinblick (zum Beispiel eine Demo-Version, eine Kostprobe, ein Probe-Produkt, eine 20-minütige Gratisberatung oder ähnliches)

E-Mail-Adresse generieren: Welches „Goodie“ macht bei echten Produkten Sinn?

Um möglichst viele Mail-Eintragungen zu erhalten, ist es sehr sinnvoll, sich gut zu überlegen, was Ihre Interessenten als attraktiv bewerten.

Gerade bei Produkten und Shop neigen viele Inhaber sehr schnell dazu, ein Geschenk anzubieten, was zu nah am Verkauf orientiert ist.

Was interessant ist und was nicht zeige ich Ihnen an diesem Kunden-Beispiel:



Wenn Sie Produkte auf Ihrer Internetseite anbieten, sollten Sie sich fragen:

Welches Hauptproblem hat mein Kunde? Warum sucht er nach meinem Produkt? Was verspricht er sich davon?

Unsere Kundin besitzt einen kleinen Shop im Internet, wo sie spezielle Designer-Meditations-Kissen anbietet.

Sie wollte als „Goodie“ einen Ratgeber in e-Book-Form anbieten mit dem Titel „Welches Mediationskissen ist das richtige für mich“.

An sich eine tolle und passende Frage für Ihre Web-Besucher.

Doch es geht noch besser – um noch mehr Eintragungen zu erreichen:

Die Shop-Besucher kommen zu 60% über Google (die anderen 40% verteilen sich auf Adwords Anzeigen, Social Media Aktivitäten und andere Referenzlinks). Besucher, die über Google kommen, kommen

1. Weil sie direkt nach solchen Mediationskissen gesucht haben.
2. oder weil sie andere Begriffe gesucht haben, die zu ihrem Themengebiet passen.

Häufig kommen Besucher über Google aber mit einem konkreten Problem bzw. einer Fragestellung auf eine Website und vermuten, dass Mediationskissen dafür eine Lösung sind.

Also: Weshalb kauft jemand Mediationskissen?

Das ist DIE Frage! Vermutlich leidet er unter Stress, sucht nach Ruhepolen im Alltag, möchte zu sich finden, Energie tanken... (vermutlich gibt es noch mehr Probleme und Wünsche – ich bin nicht aus der Meditations-Branche).

Nehmen wir einmal an, „Ruhepole im stressigen Alltag finden“ ist eines seiner größten Kern-Themen.

Dann sollte der Ratgeber nicht „Welches Mediationskissen ist das richtige für mich“ heißen, sondern „10 Wege mit denen auch Sie Sie garantiert Ihre Ruhepole im stressigen Alltag finden“.

Den Ratgeber kann die Shop-Inhaberin nun als PDF, als E-Mail-Kurs oder in Video-Form anbieten. Natürlich kann sie dazu sogar ein [Gratis-Webinar](#) organisieren, wo sie die 10 Wege vorstellt und am Ende ein paar ausgefallene Mediationskissen anbietet. Das Beste: wenn sie die Kissen nicht nur einfach vorstellt, sondern ein exklusives und zeitlich limitiertes Angebot mit im Portfolio hat.

Fazit:

Wollen Sie E-Mail-Adressen generieren, empfehle ich also folgendes Vorgehen:

- Sie müssen die Ängste, Sorgen und Probleme oder auch Kernfragen Ihrer Besucher und Interessenten ermitteln.
- Daraufhin abgestimmt können Sie nun ein „Goodie“ erstellen.

Viel Erfolg dabei und ich freue mich über Ihre Erfahrungsberichte!



Über die Autoren

Elisabeth & René Penselin

Elisabeth und René Penselin sind Gründer und Begleiter zahlreicher Unternehmensprojekte, die sie in den letzten 15 Jahren in unterschiedlichen Funktionen, ob als Geschäftsführer, Marketingleiter, Trainer, Unternehmensberater oder Vertriebsmanager erfolgreich unterstützt haben.

Ursprünglich kommt René Penselin aus der Betriebswirtschaft und dem klassischen Verkauf, wo er lange Jahre als Manager in Handel und Industrie tätig und für 24 Millionen Euro Umsatz verantwortlich war. Elisabeth Penselin kommt aus der Kommunikationspsychologie und spezialisierte sich schnell für das Onlinemarketing.

Sie selbst haben 2009 das Unternehmen WiPeC gegründet und von heute auf morgen komplett über das Internet aufgebaut. Mittlerweile gewinnen sie 80% Ihrer Kunden online, besitzen mehrere florierende Internet-Projekte, ein erfolgreiches Mitgliederprojekt sowie ein fünfköpfiges Mitarbeiter-Team.



Als Unternehmensberater, Trainer und Coaches unterstützen sie heute kleine und mittelständische Unternehmen sowie Freiberufler bei der Kundengewinnung im Internet – deutschlandweit, sowie in der Schweiz und Österreich.



Ihre Kunden schätzen zum einen ihren großen Erfahrungsschatz im Online Marketing und Verkauf, als auch ihre herausragenden und professionell ausgebildeten Beraterfähigkeiten, mit Kunden gemeinsam die passende Onlinestrategie zu entwickeln und dann auch in die Praxis umzusetzen.

Mit ihrem Team aus Social Media und Content Managern, IT-Experten und Webdesignern bieten sie die optimale strategische Beratung sowie deren professionelle Umsetzung für mehr neue Kunden über das Internet.

Elisabeth und René Penselin führen ihr Unternehmen nach dem Motto „nicht fragen, geht das, sondern: wie geht das?“.

Kontaktieren Sie das WiPeC-Team!

Eine detailliertere Beschreibung der WiPeC-Dienstleistungen finden Sie auf ihrer Website www.kundengewinnung-im-internet.com.

Wenn Sie Fragen zu ihren Dienstleistung haben, dann rufen Sie das WiPeC-Team an unter 0351. 843 58 41 an oder schicken Sie ihnen eine E-Mail an info@wipec.de

Das Team freut sich, wenn sie auch Ihre Unternehmensentwicklung positiv stärken kann!



Impressum

WiPeC – Experten für Vertrieb & Marketing 2.0
Elisabeth & René Penselin

Kronenstraße 61
D-01129 Dresden

Fon: +49 (0) 351. 843 58 41
info@wipec.de

www.kundengewinnung-im-internet.com
www.wipec.de
www.facebook.com/wipec

