

KAPITELOVERSIGT

Sælg (meget) mere med NYHEDSBREVE

Få adgang til hvert kapitel gennem de røde knapper



KAPITEL 1

Hvem vil du hjælpe og med hvad?

For at få succes med dine nyhedsbreve skal du målrette dem. Derfor skal du indledningsvis beslutte dig for, hvem du skriver til, og hvilket emne dine nyhedsbreve – overordnet set – skal handle om.

Hvem vil du hjælpe og med hvad?

KAPITEL 2

Tiltræk læserne

Den allerførste opgave i forbindelse med e-mailmarkedsføring er at skaffe en liste med læsere, så du har nogen at sende nyhedsbreve til. Og du skal kontinuerligt have fokus på at få din liste til at vokse. For du har præcis det samme arbejde med dine nyhedsbreve, uanset hvor mange læsere du skriver til.

Derfor skal du bruge en freebie, og den kan du sikkert lave meget nemmere, end du tror.

Tiltræk læserne

KAPITEL 3

Gør opmærksom på din freebie

Når du har lavet en god freebie, skal du til at gøre opmærksom på den. Det kan du heldigvis gøre mange steder. Blandt andet kan du få andre til at markedsføre den for dig.

Gør opmærksom på din freebie

KAPITEL 4

Planlæg, og læg en strategi

Strategi er et af de vigtigste ord, når du vil have succes med e-mailmarkedsføring. For du skal både sætte et mål for, hvad du vil have ud af dine nyhedsbreve, og planlægge, hvornår du får mest ud af at sende dem.

Herefter bliver du sikkert overrasket over, hvor meget tid du kan spare andre steder i din virksomhed.

Hvad vil du have ud af dit nyhedsbrev?

KAPITEL 5

Fasthold med uundværligt indhold

Manglende ideer til indhold er det typiske forbehold mod at skrive nyhedsbreve. Og netop forbehold er geniale til nyhedsbreve og salgstekster, ligesom du fremover kan spinde guld på dine kunders spørgsmål.

Fasthold med uundværligt indhold

KAPITEL 6

Sælg effektivt med kampagner

Du sælger sjældent ved kun at omtale dit produkt i ét nyhedsbrev. Sælger du i stedet i kampagner, påvirker du din læser flere gange – og på flere måder.

Sælg effektivt med kampagner

KAPITEL 7

Effektiviser salg og service med autorespondere

Kapitlet for dig, der gerne vil arbejde effektivt – og måske ikke har tid til at skrive nyhedsbreve løbende. For du kan komme rigtig langt med autorespondere, du kun skal skrive én gang. Herefter kan de sælge for dig og servicere dine kunder igen og igen og igen.

Effektiviser salg og service med autorespondere

KAPITEL 8

Sprog, billeder og fortælleform

Brug de psykologiske triggere, sproglige kneb og gode overskrifter, der fastholder dine læsere, til de køber.

Sprog, billeder og fortælleform



MAJBRITT LUND