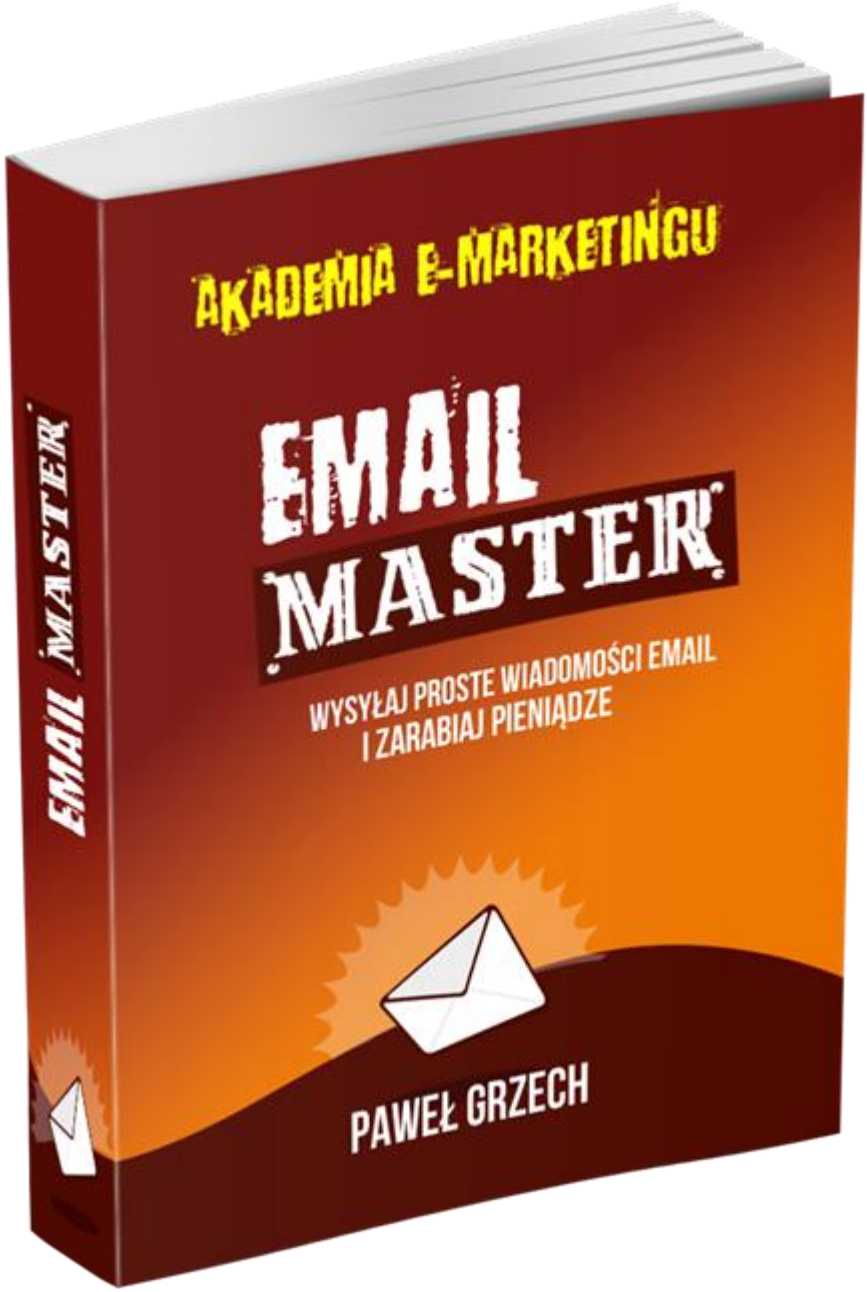



# POTĘGA JEDNEGO MAILA!

Paweł Grzech

Akademia E-Marketingu

**Zapłać cenę za to, by stać się osobą, jaką pragniesz być... To dużo łatwiejsze niż życie pełne porażek!**

# SŁOWO WSTĘPU

Wysyłam miesięcznie wiadomości do kilkunastu tysięcy czytelników.

Moje listy kontaktów z dnia na dzień powiększają się o kilkanaście nowych osób, a odsetek rezygnacji z dalszej subskrypcji jest bardzo niewielki (poniżej jednego procenta).

To oczywiście nie wydarzyło się z dnia na dzień. Zainwestowałem bardzo dużo w przeróżne szkolenia i stopniowo zdobywałem coraz więcej doświadczenia. Przez ponad 7 lata tworzyłem podstawę mojego biznesu, dlatego dzisiaj już doskonale wiem jak to wszystko działa.

Wiem również, że własna lista adresowa jest na wagę złota – jest to najważniejsze i najtańsze narzędzie w świecie marketingu internetowego. Niestety coraz większa liczba spamerów bardzo nadszarpnęła reputację Email Marketingu i dużo osób zaczęło negatywnie reagować na niektóre wiadomości email. Ale pomimo to moje maile są czytane i bardzo przyczyniają się do sukcesu moich produktów!

W takim razie, dlaczego Ty nie miałbyś zrobić dokładnie tego samego?

Pokażę Ci w tej księdze najważniejsze zagadnienia, które pomogą Ci skutecznie wykorzystać Email Marketing w Twoim biznesie (również w MLM) i uniknąć największych błędów.

Poznasz najważniejsze techniki, od polepszenia relacji z Twoimi klientami i współpracownikami poprzez budowę i wysyłkę Twojego Newslettera.

Jak zapewne wiesz, nic nie pozostaje w miejscu – również Email Marketing. Dlatego co jakiś czas będę aktualizować to szkolenie i będę Cię na bieżąco informować o wszystkich nowościach.

Nie czekaj i od razu zacznij zbierać adresy email swojej grupy docelowej. Stwórz najlepszy Newsletter na świecie i zachwycaj tysiące, a później setki tysięcy potencjalnych klientów i współpracowników...

... A zobaczysz, że Twój biznes eksploduje!

Pozdrawiam serdecznie,
Paweł Grzech

# SPIS TREŚCI

Wstęp – str. 6

Dlaczego Email Stał Się Najpotężniejszym Narzędziem Marketingowym – str. 8

Interruption Marketing vs Premission Marketing – str. 12

Zbieraj Adresy Email – str. 14

Właściwa Komunikacja, Czyli Jak Pisać, Aby Ludzie Cię Czytali, Klikali w Twoje Linki Oraz Od Ciebie Kupowali – str. 19

System SKUTECZNEGO Email Marketingu – str. 46

Przynęta – str. 67

UPSELL – str. 74

System FINANSOWANIA Listy – str. 78

BONUSY – str. 94

# Baw się dobrze ;-)

# COŚ CI POWIEM...

Stworzenie strony WWW lub bloga a następnie próba zdobycia jak największej ilości czytelników - to typowy start zarówno w internetowym biznesie, jaki i w MLM Online.

Jednak bardzo szybko zobaczysz, że to nawet nie jest połowa drogi do Twojego sukcesu, ponieważ druga i najważniejsza połówka, to tak naprawdę skuteczny Email Marketing.

Marketing Internetowy to zdecydowanie niejednostronny proces. Chodzi o tzw. dawanie i branie. Ludzie przychodzą na Twoją stronę - przyciągani przez atrakcyjną i wartościową treść - i dają Ci swój adres email. A Ty w ramach podziękowania wysyłasz im regularnie wartościowe informacje (np. różne szkolenia: ebooki, filmy video itp.).

Strona WWW z samej natury jest jak pasywne i leniwe stworzenie. Wyleguje się w sieci, podobnie jak leniwy pies przed kominkiem, który czasami zamerda ogonem, gdy ktoś np. otworzy drzwi. I dopiero wtedy budzi się do życia i prowadzi Cię w określone miejsce, gdzie możesz wykonać pożądaną czynność.

Natomiast wiadomości email są pełne życia, podobnie jak aktywne zwierzaki np. jak bernardyn – zawsze w pogotowiu, aby dotrzeć tam gdzie jest potrzebny.

W beczułce na karku ma specjalne zaproszenie, aby Twój czytelnik mógł dokładnie rozejrzeć się np. po Twojej stronie lub na blogu.

Zatem strona WWW próbuje za pomocą wartościowych artykułów zachęcić czytelnika do wykonania jakiejś konkretnej czynności - najlepiej zapisania się na Twoją listę adresową (to jest klucz do całej reszty!).

Natomiast maile dostarczają wiadomość i wrzucają ją prosto do skrzynek pocztowych Twoich odbiorców.

Jeśli egzystencja Twojej strony zależy tylko i wyłącznie od zamówień pierwszych czytelników, to niestety bardzo szybko zniknie z powierzchni ziemi.

Nieustannie musisz na nowo przyprowadzać te same osoby na swoją stronę, aby pozyskać stałych czytelników i zdobyć jak najwięcej zamówień – w szczególności po to, aby Twój czytelnik dokonał ponownego zakupu lub dołączył do Twojego biznesu.

Jest to niezbędne do przeżycia i powinien być to Twój cel numer jeden – a osiągniesz to tylko i wyłącznie poprzez dawanie i branie!

**Decydującym faktorem jest tutaj zgoda Twoich czytelników na wysłanie im wiadomości.** A gdy dostaniesz już takie pozwolenie, to wtedy można powiedzieć, że trzymasz w swoich rękach prawdziwą machinę do Email Marketingu.

Ale jak jej użyć?

Jeśli lubisz pisać, to od razu możesz wystartować z własnym Newsletterem. Pamiętaj jednak, że taki Newsletter wymaga dużego zaangażowania, nauki i dyscypliny. W nagrodę jednak Twój biznes wskoczy na zupełnie nowy poziom.

Zdobędziesz zaufanie swoich subskrybentów i dzięki temu zbudujesz z nimi pozytywne relacje. Jeśli będziesz im regularnie wysyłać wiadomości **(przynajmniej 4 razy w tygodniu!),** to zbudujesz w taki sposób silną świadomość marki – zarówno Twojej osoby, jak i Twoich produktów, usług i biznesu.

Jeśli natomiast nie jesteś utalentowanym lub zagorzałym pisarzem, to niczym się nie przejmuj. Już niedługo dowiesz się jak pisać maile, które są skuteczne - nawet, jeśli nie przepadasz za pisaniem.

Pamiętaj, że skutecznego i perswazyjnego pisania zawsze możesz się nauczyć.

Do dzieła!

# ROZDZIAŁ PIERWSZY...

# Dlaczego Email Stał Się Najpotężniejszym Narzędziem Marketingowym?

Z tego, co zauważyłem, to istnieje bardzo duże zapotrzebowanie na dobre informacje, które dotyczą ODPOWIEDNIEGO wykorzystania Email Marketingu.

Ponad połowa pytań, które dostaje dotyczy właśnie tego zagadnienia – budowania listy kontaktów, Newslettera, odpowiednich narzędzi, skutecznego pisania maili itp.

Ogólnie rzecz biorąc pod pojęciem Email Marketingu kryją się wszystkie marketingowe czynności, w których skład wchodzi wykorzystanie maili. To może być oczywiście pisanie Newslettera, różne grupy dyskusyjne, ale również wiadomości Follow up.

Tak naprawdę to nawet dodanie postscriptum w Twoich wiadomościach, jest zaliczane do strategii Email Marketingu...

## Najpotężniejszy!?

Pamiętam dzień, kiedy po raz pierwszy zarobiłem pieniądze wysyłając tylko jednego maila do mojej listy kontaktów. Nie była to oczywiście jakaś zawrotna suma (250 zł), ale mogę powiedzieć Ci jedno...

**Po pierwsze:** skuteczny Email Marketing może opanować i wykorzystać prawie każdy. Nie wymaga to za dużego wkładu, ponieważ start jest prawie darmowy.

Wszystko, czego potrzebujesz, to po prostu adresy email i program do wysyłania wiadomości oraz zarządzania Twoimi kontaktami (polecam Ci sprawdzić akademię e-marketingu).

Pokażę Ci w tej księdze najlepsze strategie i techniki zapełniania Twojej listy nowymi kontaktami. Dzięki temu będziesz mógł swoim subskrybentom regularnie pisać i proponować różne usługi lub produkty.

# Największy błąd marketingowy wszechczasów: Zapomniałem zapytać o adres Email!

To było straszne... Popełniłem największy błąd marketingowy w swoim życiu!

Trwało to naprawdę bardzo długo, gdy zrozumiałem, że strony, które koncentrują się tylko i wyłącznie na sprzedaży... Nigdy nie osiągną sukcesu.

Niestety nikt mi wtedy tego nie wytłumaczył.

Teraz już wiem, że grubo ponad 90% osób, które odwiedzają Twoją stronę internetową, NIGDY nie kupuje za pierwszym razem!

Chyba, że jesteś święcie o tym przekonany, że ktoś przy swojej pierwszej wizycie wybierze akurat Twoją stronę, jako faworyta i będzie regularnie na nią wracać...?

Niestety Twoi czytelnicy będą to robić równie rzadko jak moi!

Dlatego musisz stworzyć sobie system marketingowy, za pomocą, którego będziesz mógł regularnie kontaktować się ze swoimi czytelnikami (oczywiście nie mam tutaj na myśli spamu).

Twoja grupa docelowa musi być po prostu zainteresowana Twoim biznesem, aby od czasu do czasu dowiedzieć się, co nowego u Ciebie słychać i co masz im do zaoferowania.

**Oto, czego się nauczyłem:**

O wiele szybciej i łatwiej otrzymasz od swoich czytelników adres email niż np. zamówienie Twojego produktu/usługi.

Co jest oczywiście zrozumiałe.

Zastanów się przez chwilę... Dlaczego ktoś ma u Ciebie coś kupić, jeśli nawet nie chce zostawić Ci swojego adresu email?

Rozejrzyj się na naszym blogu www.topnetwork.pl. Wtedy zobaczysz, że wyciągnąłem wnioski i nie popełniam już więcej tego błędu. Przy każdej okazji proszę moich czytelników o ich adresy email - i oczywiście wynagradzam im to rozdając różne gratisy.

**Po drugie:** Email Marketing to bardzo aktywne i dynamiczne narzędzie, na które możesz sam wpływać i określać jego działanie. Nie musisz czekać aż Twoja strona zostanie zindeksowana i znaleziona w Google. Samodzielnie określasz czas i godzinę rozmowy ze swoim potencjalnym klientem lub współpracownikiem – sam również ustalasz treść swojej wiadomości.

**Kolejna i bardzo ważna zaleta:**

To możliwość personalizacji Twoich maili.

Dlatego Email Marketing idealnie nadaje się do tzw. wiadomości „follow up" – jest to seria wiadomości ustawionych w kolejce do wysyłki, czyli kampania, w której wysyłasz kilka wiadomości na jakiś konkretny temat (sprzedajesz w taki sposób również swoje produkty).

## Jeden z głównych powodów, dlaczego tak dużo osób ponosi porażkę w biznesie...

Podczas rozmowy z poczatkującymi osobami bardzo często zauważam, że albo ignorują to wspaniałe narzędzie, jakim jest Email Marketing albo zabierają się za to w niewłaściwy sposób.

A Email Marketing to tak naprawdę najważniejsze narzędzie w Twoim biznesie.

Dużo osób wie jak generować ruch na swoje strony, a nawet jak pisać skuteczne teksty reklamowe – oczywiście obie te rzeczy są bardzo ważne - ale niestety jeszcze większość z nich w niewłaściwy sposób korzysta z potęgi Email Marketingu (szczególnie w biznesie MLM).

Gdy pada pytanie o Email Marketing, to często słyszę odpowiedzi tego typu: *„Tak, mam już autoresponder"* lub *„I tak odpowiadam już na wszystkie maile".*

No to super... Ale to nie ma nic wspólnego ze skutecznym email marketingiem.

Zastanów się przez chwilę. Aby zamknąć sprzedaż lub pozyskać nowego współpracownika, trzeba kontaktować się od 5 do 12 razy (czasami nawet więcej) z poważnie zainteresowaną osobą.

Zdarza się jednak, że 12 regularnych kontaktów z potencjalnym klientem to za mało.

To w takim razie, co robisz w tej sprawie, aby kontaktować się przynajmniej te 12 razy z każdym potencjalnym klientem lub współpracownikiem?

W marketingu nigdy nie możesz zachowywać się pasywnie... I czekać aż jakaś osoba, która interesuje się Twoją ofertą wróci po kilku dniach na Twoją stronę po więcej informacji.

**Wierzyć w takie bajki graniczy niestety z finansowym samobójstwem.**

Twój cały marketing musi być AKTYWNY. Innymi słowy: *to Ty musisz wyjść z inicjatywą i zadbać o to, aby doszło do tych 12 kontaktów!* Nawet nie myśl o tym, aby pozostawić tak ważne zadanie swoim czytelnikom.

Internet oferuje nam wszystkim najpotężniejsze narzędzie wszechczasów... A mimo to, tylko nieliczne osoby potrafią wykorzystać je we właściwy sposób.

Chodzi mi oczywiście o Email! Odpowiedz sobie teraz na to pytanie:

Czy znasz technikę, metodę lub jakieś narzędzie, dzięki któremu możesz utrzymywać regularny kontakt z setkami, a nawet tysiącami osób jednocześnie – codziennie, co tydzień... Itd., bez wydawania większych kwot?

Jeśli chciałbyś działać tak w realu, (czyli np. według starej szkoły MLM), to niestety bardzo szybko wylądowałbyś na ulicy.

W Internecie możesz wysyłać setki, tysiące, a nawet miliony wiadomości jednocześnie. Tak często jak tylko zechcesz lub pozwolą Ci na to Twoje narzędzia. Dlatego nie ma dla Ciebie żadnej wymówki – musisz po prostu regularnie kontaktować się ze swoim potencjalnym klientem i współpracownikiem.

A jeśli jeszcze tego nie robisz, to koniecznie to zmień lub po prostu przyznaj się, że jesteś za leniwy, aby na serio zająć się budową swojego internetowego imperium.

Podejmij decyzję jeszcze dzisiaj i zacznij tworzyć własną kampanię email. Wtedy Ci w tym pomogę.

# ROZDZIAŁ DRUGI...
# Interruption Marketing vs Premission Marketing

**Interruption Marketing (przerwanie)** – tak nazywane są działania, które przeszkadzają komuś w jakieś czynności. Przykładem może tu posłużyć klasyczna forma reklamy np. w telewizji lub w radiu. Niestety taki rodzaj reklamy staje się coraz bardziej intensywny i dokuczliwy – na pewno znasz to już z własnego doświadczenia...

Dlatego zwiększające się koszty reklamy zmuszają firmy do coraz cięższej pracy, aby z pośród tysięcy irytujących rzeczy, które oddziałują na konsumentów, wyróżniać się pozytywnie z szarego tłumu.

**Premission Marketing (pozwolenie)** – jak sama nazwa wskazuje, jest to dokładnie przeciwieństwo Interruption Marketing. W tym wypadku to właśnie konsument decyduje, czy chce otrzymać ofertę czy nie. Jeśli dana osoba udzieli Ci pozwolenia na taki rodzaj marketingu, będzie o wiele bardziej otwarta na Twoje sugestie.

Mam teraz dla Ciebie 3 proste kroki, dzięki którym Twoi potencjalni klienci lub współpracownicy zaczną Ci bardziej ufać:

- Najpierw zaoferuj swoim czytelnikom tzw. przynętę (bonus), aby z radością zostawili Ci swoje adresy email.

  To może być np. darmowy ebook, szkolenie video, nagranie audio, jakiś prezent, program itp.

- Pójdź za ciosem i średnio 4 razy w tygodniu (min. to raz w tygodniu) wysyłaj przynajmniej jednego maila do swojej listy adresowej.

  WAŻNE! Nie mogą być to ani maile typowo sprzedażowe ani maile typowo szkoleniowe. Każdy mail powinien zawierać jakąś historię, morał i powinien w jakimś stopniu zabawiać Twojego czytelnika (w kolejnych częściach powiem Ci jak to dokładnie zrobić).

- W każdym mailu umieść link do swojego produktu, a jeśli chcesz promować swój Biznes MLM, to wklej link najlepiej do swojego Systemu MLM.

  Jeśli nie wysyłasz typowo sprzedażowych maili (mocno odradzam), to te 3 kroki będą bardzo dobrze działać (w kolejnych częściach dowiesz się jak dokładnie pisać swoje maile).

*„Nigdy nie zbudujesz pozytywnych relacji z potencjalnym klientem lub współpracownikiem, jeśli nie otrzymasz od niego wyraźnego pozwolenia!”*

Jest to bardzo ważne i zawsze musisz respektować takie pozwolenie.

Co to znaczy?

NIGDY nie wpisuj ludzi bez ich pozwolenia na swoją listę kontaktów. Twój subskrybent może zapisać się tylko i wyłącznie sam!

# ROZDZIAŁ TRZECI...
# Zbieraj Adresy Email!

To pierwszy i zarazem najważniejszy krok w całym procesie marketingowym – powinien być to priorytet dla każdej strony internetowej!

Wejdź dla przykładu na jednego z moich blogów. Zauważysz, że praktycznie na każdej stronie oferuję darmowe kursy lub ebooki, jako podziękowanie za zapisanie się na moją listę kontaktów.

Nauczyłem się, że PRAWDZIWY marketing zaczyna się dopiero w momencie, gdy ktoś zostawi Ci swój adres email.

### Na początek koniecznie naucz się dobrze używać swojego programu do Email Marketingu...

Mogę się założyć, że gdy jeszcze nie przyciągasz aż tak dużej uwagi i Twoja lista adresowa nie rośnie z minuty na minutę, zadowolisz się darmowym rozwiązaniem (chodzi mi oczywiście o wielokrotny autoresponder).

Ale gdy liczba Twoich subskrybentów zacznie systematycznie rosnąć, to wtedy może pojawić się kłopot. Istnieje bardzo dużo profesjonalnych i tanich narzędzi na rynku, jednak muszę przyznać, że większość osób nie ma zielonego pojęcia, z czego powinna skorzystać.

Ja również należałem do tych osób i popełniłem dwa poważne błędy. Na początku wybrałem kiepskie narzędzie, a później darmowe... I w ostateczności straciłem około 4500 wartościowych adresów email.

*(Nie chce żeby przytrafiło Ci się coś podobnego, dlatego TUTAJ znajdziesz specjalny poradnik, dzięki któremu jak to wszystko powinno dokładnie działać.)*

## Skuteczna kampania email...

Istnieje bardzo dużo możliwości, aby regularnie kontaktować się z osobami, które są zainteresowane Twoją ofertą – a kampanie email, to zdecydowanie jeden z najłatwiejszych sposobów. I dodatkowo możesz tutaj wszystko bez problemu zautomatyzować.

**WAŻNE!**

Nie bój się promować swoich produktów w Internecie i koniecznie proś o zamówienie!

Rozejrzyj się dookoła – prawie na każdej stronie i na każdym rogu: w telewizji i w radiu... cały świat chce Ci coś sprzedać – a więc dlaczego Ty nie miałbyś zrobić dokładnie tego samego?

W Internecie istnieje bardzo dużo technik, aby przetransformować Twoich czytelników w klientów i nie są to wynalazki jakiegoś Guru od marketingu internetowego.

To są techniki zaczerpnięte z „normalnego" i tradycyjnego życia biznesowego, które funkcjonują już od ponad 100 lat i zostały dopasowane do wymogów Internetu.

A teraz pokażę Ci prostą technikę, która znacznie poprawi Twoje wyniki.

Wrzuć swoją ofertę albo dokładniej mówiąc maila z linkiem do oferty do wielokrotnego autorespondera. Zbierz jak najwięcej adresów email (więcej na ten temat przeczytasz trochę później) a następnie uruchom swoją kampanię email.

**WAŻNE!**

- Zanim ktoś zdecyduje się coś od Ciebie kupić, to musi Ci najpierw zaufać. Dlatego dawaj dużo od siebie.
- Nie wysyłaj samej reklamy, ponieważ popsujesz tym samym relacje z listą.

**Oto 2 przykłady, jak zarabiać wysyłając maile:**

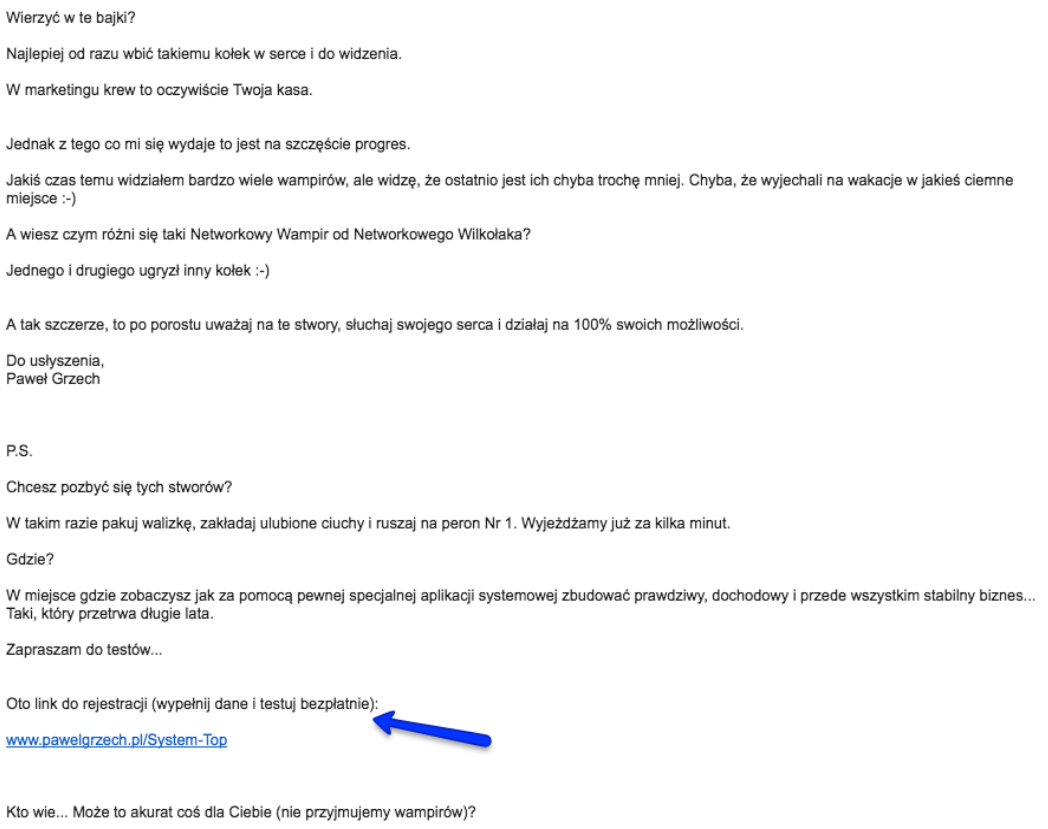
1. Większość list adresowych wygląda w ten sposób, że po zapisaniu się dostajesz przeważnie niskiej jakości informacje i dużo reklam, czyli krótko mówiąc - wieje nudą... A jak jesteś nudny to nikt nie będzie Cię czytać.

   Dlatego jeśli chcesz mieć dobre relacje ze swoją listą, to musisz się trochę bardziej postarać i wcale nie jest to aż takie trudne.

   Zamiast dawać same reklamy i nudne informacje opowiadaj historie, dodaj coś osobistego do swoich maili i spróbuj trochę rozweselić swojego czytelnika.

   Możesz pisać praktycznie o wszystkim - o ulubionym filmie, o ulubionym super bohaterze, o jakiejś sytuacji z życia itd., itp. Na końcu po prostu łączysz swojego maila ze swoim produktem, usługą lub systemem marketingowym.

   W tym mailu (nie jest to cała wiadomość) porównywałem akurat wampiry (lubię czarny humor) do niektórych networkerów. Na końcu maila po prostu połączyłem tą historię z promocją mojego systemu marketingowego:



Wierzyć w te bajki?

Najlepiej od razu wbić takiemu kołek w serce i do widzenia.

W marketingu krew to oczywiście Twoja kasa.

Jednak z tego co mi się wydaje to jest na szczęście progres.

Jakiś czas temu widziałem bardzo wiele wampirów, ale widzę, że ostatnio jest ich chyba trochę mniej. Chyba, że wyjechali na wakacje w jakieś ciemne miejsce :-)

A wiesz czym różni się taki Networkowy Wampir od Networkowego Wilkołaka?

Jednego i drugiego ugryzł inny kołek :-)

A tak szczerze, to po porostu uważaj na te stwory, słuchaj swojego serca i działaj na 100% swoich możliwości.

Do usłyszenia,
Paweł Grzech

P.S.

Chcesz pozbyć się tych stworów?

W takim razie pakuj walizkę, zakładaj ulubione ciuchy i ruszaj na peron Nr 1. Wyjeżdżamy już za kilka minut.

Gdzie?

W miejsce gdzie zobaczysz jak za pomocą pewnej specjalnej aplikacji systemowej zbudować prawdziwy, dochodowy i przede wszystkim stabilny biznes... Taki, który przetrwa długie lata.

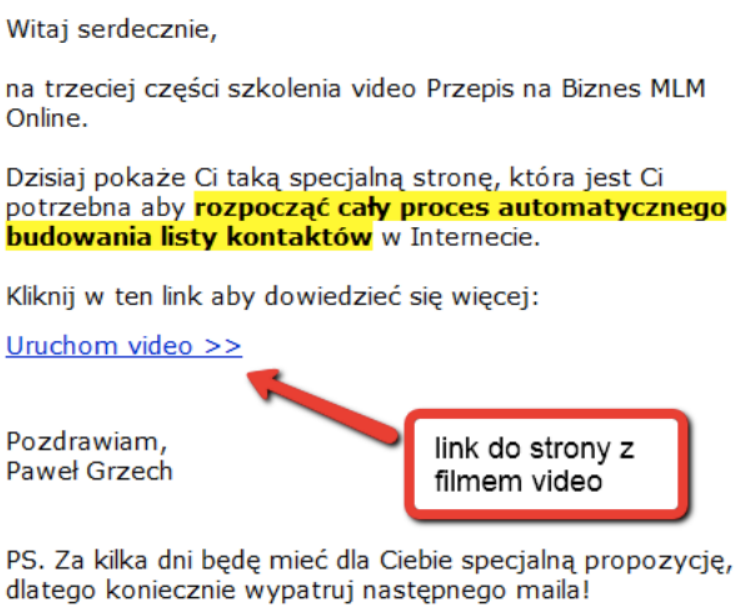
Zapraszam do testów...

Oto link do rejestracji (wypełnij dane i testuj bezpłatnie):

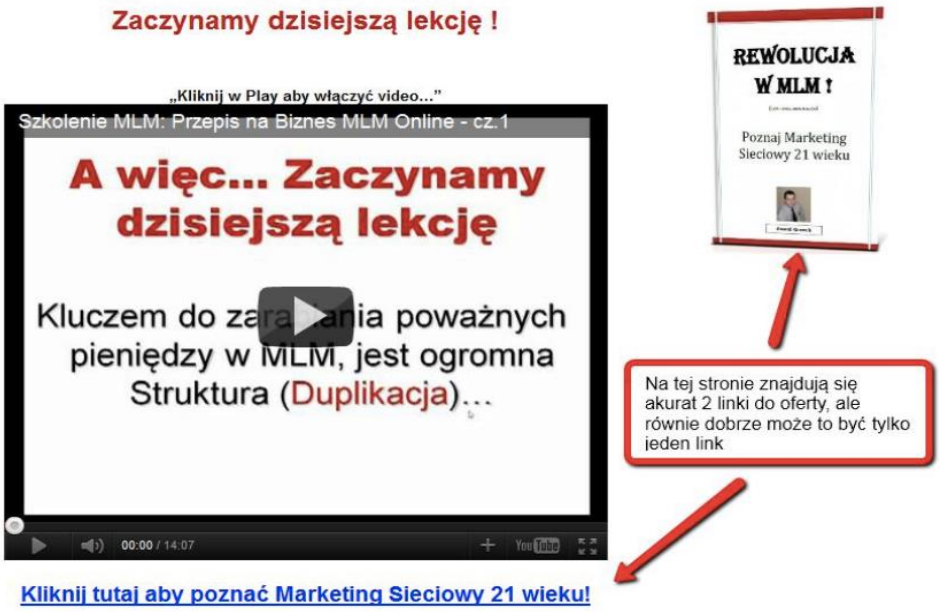
www.pawelgrzech.pl/System-Top

Kto wie... Może to akurat coś dla Ciebie (nie przyjmujemy wampirów)?

2. Od poniższej metody zaczynałem moją działalność w Internecie - wysyłasz cały materiał w jednym mailu lub tylko krótki tekst z linkiem do filmu video (nie do oferty, ale do darmowego materiału). Dla przykładu:




3. Po kliknięciu w link subskrybent ląduje na takiej stronie (moja pierwsza strona):



Dopiero pod filmem i akurat w tym wypadku na pasku bocznym znajduje się link, który prowadzi do strony sprzedażowej.

Zamiast filmu może to być np. raport PDF (link do oferty wklejasz wtedy w swoim raporcie) lub nagranie mp3.

Nie musisz koniecznie promować swoich produktów, równie dobrze możesz zacząć od programów partnerskich. Staraj się wybierać jak najlepszy produkt, a najlepiej sam go kup i dokładnie przeanalizuj – będziesz wtedy bardziej wiarygodny.

Możesz ustawić dowolną ilość wiadomości w swoim autoresponderze (sam ustalasz czas, godzinę i dzień wysyłki).

# ROZDZIAŁ CZWARTY...

# Właściwa Komunikacja, Czyli Jak Pisać, Aby Ludzie Cię Czytali, Klikali w Twoje Linki Oraz Od Ciebie Kupowali

Ten rozdział jest podzielony na kilka części.

W części pierwszej dowiesz się jak i o czym pisać swoje maile.

## CZĘŚĆ PIERWSZA

Zaczniemy od tego, czego nie powinieneś robić, czyli od obalenia pewnej znanej strategii... Jest to metoda, którą uczy zdecydowana większość ekspertów:

*Dawaj, dawaj i jeszcze raz dawaj... I dopiero sprzedawaj.*

Po kilku latach testów jest to moim zdaniem błąd.

### O Czym Pisać - Strategia Nr #1: *„nie rozdawaj wszystkiego”*

Jednym z większych błędów popełnianych przez tzw. ekspertów jest maksymalne skupienie wszystkich swoich sił na nauczaniu innych, a dokładniej - na rozdaniu wszystkiego, co masz całkowicie za darmo.

Jedna bardzo ważna kwestia - nie dla każdego wszystko działa taka samo. Najlepiej, jeśli sam to przetestujesz. Moim zdaniem po prostu rozdawanie wszystkiego jak leci jest po prostu błędem. Bardziej powinieneś skupić się na tym, aby powiedzieć swoim subskrybentom, co należy robić, a nie jak to robić.

Sam przez bardzo długi okres czasu starałem się rozdawać praktycznie wszystko. Pisałem artykuły, nagrywałem filmy i pisałem poradniki, które później po prostu rozsyłałem po Internecie.

Oczywiście informacje zwrotne były bardzo fajne - „co za super poradnik!” Tak jakby by Cię kumpel poklepał po plecach i podziękował... Niestety sprzedaży z takich akcji będziesz mieć bardzo mało.

To nie konkurs popularności. Musisz zadbać o przepływ gotówki w swoim biznesie i musisz utrzymać swoją rodzinę.

W obu przypadkach uczysz ludzi. Mówiąc komuś, co powinien robić, to też nauka. Różnica polega na tym, że po porostu w tym wypadku nie rozdajesz za darmo kluczowych materiałów.

Ludzie cały czas muszą kupić Twój produkt, aby dowiedzieć się jak daną rzecz wykonać i o to właśnie chodzi. „Co należy wykonać”, to również wartościowe informacje. Szczególnie, jeśli będziesz je miksować i pisać w taki sposób, o którym Ci niedługo opowiem. Twoje maile będą interesujące, wartościowe i zabawne, a to już całkowicie inny (lepszy) poziom email marketingu.

Jest jeszcze coś...

I jest to moim zdaniem kolejny wielki problem, w którego na pewno się wpakujesz... Chyba, że przestaniesz rozdawać wszystko za darmo.

O co chodzi?

Jeśli będziesz rozdawać bezpłatnie wszystkie swoje najlepsze materiały, to przyciągniesz do siebie i do swojego biznesu nieodpowiedni typ ludzi. Większość osób na Twojej liście, to będą tzw. poszukiwacze okazji.

Ma to szczególnie bardzo duże znaczenie w momencie, gdy chcesz budować swój biznes MLM z wykorzystaniem Internetu, czyli za pomocą lejków sprzedażowych i oczywiście email marketingu.

Na tym etapie powinieneś już wiedzieć, że budowa MLMu to pewnego rodzaju proces.

Według naszej strategii zaczynasz od promocji jakiegoś niedrogiego produktu. Następnie budujesz listę klientów i dopiero tej liście polecasz swój produkt nr 2 lub system marketingowy, a ten system promuje Twój MLM.

Jednak rozdając kluczowe materiały za darmo już na samym początku całego powyższego procesu przyciągasz do siebie niewłaściwy typ ludzi. Są to osoby, które chcą dostać wszystko za darmo i w 99% przypadków zamiast aktywnie działać i budować z Tobą biznes, będą mieć pretensje, że nie budujesz im struktury.

Zresztą większość osób i tak odbije się już na ofercie Twojego produktu i będzie oburzona, że chcesz im coś sprzedać.

Uwierz mi, że jest to nie potrzebny stres i zawracanie sobie głowy.

Ja chce przyciągać do siebie ludzi, którzy doskonale zdają sobie sprawę z tego, że za dobrą wiedzę trzeba zapłacić. Ludzi, którzy są w działaniu i nie płaczą jak dorosłe dziecko, gdy im coś nie wyjdzie. Na pewno chcesz tego samego, chyba, że lubisz płaczków?

Jest jeszcze jedna rzecz, jeśli chodzi o takie twarde nauczanie. Warto się nad tym zastanowić.

W momencie, gdy piszę ten rozdział jesteś praktycznie z każdej strony bombardowany całą masą przeróżnych informacji. Obojętnie czy na blogu, YouTube, czy w mailach... Prawie każdy chce rozdać swoje najlepsze materiały.

Dlaczego?

Ludzie myślą często w taki sposób: „Jeśli na samym początku oddam mu za darmo moje najlepsze materiały, to gościu będzie zachwycony i na pewno sobie pomyśli - skoro to jest za darmo, to ciekawe jak MOCNE będą jego płatne produkty...”

Da się również tak sprzedawać. Bez dwóch zdań, ale w normalnym świecie, w świecie gdzie nie masz setek tysięcy osób na liście i globalnej marki, możesz bardzo szybko iść z torbami.

Musisz sprzedawać. Jednak nie sprzedajesz jak większość... Nie bombardujesz ludzi kolejną mega wielką dawką informacji (czasami aż głowa boli). Twarde nauczanie często powoduje przeładowanie informacji. Tylko, dlatego, że jest to darmowy materiał wcale nie znaczy, że wzbudza jakieś wielkie zainteresowanie.

Takie informacje są często odkładanie na potem, czyli prędzej czy później i tak lądują w koszu. Ludzie mogą przyjąć tylko ograniczoną dawkę wiedzy, dlatego nie bądź jak większość i nie zasypuj ludzi suchą wiedzą... Musisz wyróżniać się z tłumu, a zrobisz to korzystając z metod, o których tutaj się dowiesz.

Podam Ci fajny przykład:

Czasami w marketach, czy galeriach możesz natrafić na różnego rodzaju degustacje.

Nie raz natrafiłem na panią, która z uśmiechem na twarzy i tacą w ręku proponowała mi próbkę np. żółtego sera lub kiełbasy.

Taka kiełbasa jest po prostu pokrojona na małe kawałki, nabita na jakiś patyk i proponowana klientowi, jako degustacja.

Daj spokój... Na pewno wiesz, o co chodzi?

Jak masz ochotę, to się po prostu częstujesz.

Zauważyłeś?

Nie dostałeś na próbę całej kichy albo całego sera. Tylko kawałek.

Dlaczego?

Bo jeśli od razu dostaniesz całość, to raczej nie kupisz następnego. Będziesz już najedzony i zaspokojony. Zresztą skoro dają wszystko za darmo to, po co wydawać pieniądze? Przecież jesteś już najedzony.

A jeśli dostaniesz tylko próbkę, to może zrobisz się głodny, nabierzesz ochoty i pójdziesz po całość, jeśli oczywiście będzie Ci smakować.

Moim zdaniem w biznesie wygląda to bardzo podobnie. To jest właśnie minus twardego nauczania, czyli rozdawania największych i najlepszych materiałów od razu w całości za free.

Niech Twoi subskrybenci trochę zgłodnieją. Niech nabiorą ochoty na więcej. Niech zobaczą gdzie mogą kupić pełną wersję Twoich produktów.

Dzięki temu robisz przysługę samemu sobie, bo Twoja sprzedaż wzrasta i przyciągasz do siebie lepsze osoby, a z drugiej strony robisz przysługę również swoim klientom. Na pewno wiesz o tym, że w momencie, gdy wydajesz pieniądze na jakiś produkt, to ma on dla Ciebie o wiele wyższą wartość niż ten darmowy. Ludzie po prostu nie cenią darmowych rzeczy i takie są fakty.

Powiedz im, co mają zrobić, ale nie mów od razu jak to zrobić. Informacja, która mówi Ci, co masz robić też jest bardzo wartościowa. Szczególnie w momencie, gdy będziesz opowiadać ciekawe historie (każdy potrafi opowiadać).

Są to historie nie tylko związane z biznesem, ale takie z codziennego życia, z ulubionego filmu, serialu, ze szkoleń itd. Opowiadać możesz praktycznie o wszystkim. W taki sposób Twoje maile będę mocno wyróżniać się na tle Twojej konkurencji.

Są oczywiście takie przypadki, gdy twarde nauczanie, czyli opisywanie wszystkiego w bardzo dokładny sposób ma sens.

Jeśli sprzedajesz produkt fizyczny np. suplementy diety, to jak najbardziej możesz zasypać swoich subskrybentów szczegółami.

Jeśli Twoje suplementy są naturalne i faktycznie są wysokiej jakości, to bez problemu możesz opisywać składy, zastosowania, robić różnego rodzaju porównania itp. Dzięki temu budujesz autorytet i świadomość marki w oczach swojego subskrybenta. Gdy on wtedy zobaczy produkt konkurencji, to istnieje duże prawdopodobieństwo, że wybierze Ciebie.

Podobnie jest w momencie, gdy sprzedajesz np. wysokiej jakości kosmetyki albo usługi typu odszkodowania, porady prawne itp.

Natomiast, jeśli sprzedajesz informacje, a od tego warto zacząć budowę swojego biznesu, to bądź bardzo ostrożny z nadmiernym rozdawaniem.

Co robić oprócz nauczania?

Odpowiedź to **rozrywka!**

Twój mail powinien być w 70 - 80% rozrywkowy, a reszta to powinno być nauczanie, czyli 20 - 30%. To jest właśnie ten sekret, który sprawia, że zaczynasz się wyróżniać.

Czego pragną ludzie?

Chcą mieć doła, czy miło spędzać czas?

Odpowiedź jest chyba oczywista?

Ludzie pragną rozrywki. To właśnie tego szukają w filmach, grach wideo, na swoim tablecie, komórce, w książkach i komiksach. Każdy lubi spędzać czas w miły sposób.

Ludzie nie chcą kolejnych 20 sposobów na optymalizacje swojej strony. Ludzie wolą poznać 20 mitycznych technik Gandalfa albo jak Yoda na 20 sposobów zoptymalizowałby swoją stronę (swoją drogę to też mnie to ciekawi).

Ok. Przejdźmy do kolejnego etapu.

P.S. Wiesz, dlaczego ten poradnik rozdajemy za darmo (miał kosztować 97 zł)? Jest częścią o wiele WIĘKSZEGO planu – sprawdź tutaj..

## Jak Pisać - Strategia Nr #2:
## *„zapomnij o lekcjach j. polskiego”*

Wiesz, czego najbardziej nienawidziłem w szkole?

Zgadnij...

Oczywiście pisania różnego rodzaju wypracować, prac klasowych itp.

Byłem w tym tragiczny. O ile dobrze pamiętam to moja najlepsza ocena z wypracowania, to dostateczny a z pracy klasowej dopuszczający. I pomyśleć, że teraz praktycznie piszę codziennie i zarabiam w ten sposób na życie... Niezła ironia losu :-)

Ale takie są fakty. Zdecydowana większość osób nie lubi pisać, a nawet tego nienawidzi. Więc jeśli masz podobnie, to się tym nie przejmuj.

Cały trik polega na tym, aby pisać dokładnie w taki sposób jak mówisz. Możesz nawijać do jakiegoś rejestratora dźwięku (większość smartfonów to ma), do lustra, rozmawiać z żoną, mężem a nawet z chomikiem (kiedyś z jednym rozmawiałem). To nie ma znaczenia. Po prostu mów i zapisuj swoje słowa (są nawet programy, które z automatu zapisują to, co mówisz).

Później możesz sobie to zredagować, zacznij po prostu pisać tak jak mówisz. Prostym językiem. Na 99% pewnie nawet nie będziesz używać poprawnej gramatyki, ale to nie ma znaczenia. Możesz nawet wymyślać własne słowa, własny styl mówienia jak np. Gooru zamiast Guru itp.

Bądź po prostu sobą. Jeśli lubisz czarny humor, to dodaj go do swoich maili. Niech Twój mail odzwierciedla Twoją osobowość, a nie ulubionego lidera czy eksperta. Twój mail to TY. Jesteś unikalny i jedyny w swoim rodzaju. Nie ma drugiej takiej osoby na świecie, dlatego nie używaj żadnych szablonów czy wzorów. Zapomnij o Copywritingu i pisz tak jakbyś pisał do swojego przyjaciela.

Dzięki temu będziesz o wiele bardziej wiarygodny i będziesz mieć swój własny, unikalny styl. Dużo szybciej zbudujesz pozytywne relacje ze swoim czytelnikiem.

Jakie maile najczęściej trafiają na Twoją skrzynkę?

Dużo jest tam wiadomości pisanych w stylu korporacyjnym, prawda? Sztywne maile, które w 90% kręcą się albo wokół biznesu albo wokół jakiś nowych super technik dominacji od czegoś tam i na coś tam...

Albo:..."Ta promocja kończy się za..."

A tu nagle pojawiasz się TY. Piszesz w zabawny sposób, tak jak do najlepszego przyjaciela. Czyli jesteś zabawny, czasami kontrowersyjny, dajesz fajne wskazówki w stylu, „co robić", opisujesz różne ciekawe sytuacje z życia, z ulubionych filmów, seriali, książek itp.

Nie wszystko zawsze musi kręcić się wokół biznesu.

Działając w taki sposób stajesz się bardziej autentyczny. Ludzie będą mogli się z Tobą utożsamić i przy okazji będziesz o wiele więcej sprzedawać.

Ludzie lubią mieć do czynienia z ludźmi, którzy nie są z kosmosu, czyli z ludźmi, którzy nie są perfekcyjni. Teraz jest to w modzie.

Nikt od Ciebie nie oczekuje bycia perfekcjonistą. Zresztą osobie, która wszystko chce robić perfekt (szczególnie online), nikt tak do końca nie zaufa. Bądź w swoich mailach sobą i tyle. Pisz tak jak mówisz a zobaczysz, że z odrobiną praktyki pisanie zacznie sprawiać Ci o wiele więcej przyjemności.

Jak daleko można posunąć się w byciu samym sobą?

To tak naprawdę zależy od Ciebie, bo prawda jest taka, że to Ty bierzesz odpowiedzialność za swoje czyny.

A jeśli chodzi o mnie, to ja akurat staram się za bardzo nikogo nie obrażać i atakować personalnie. Czasami dodaję do moich maili jakąś negatywną wiadomość, którą otrzymałem od jakiegoś hejtera, ale raczej bez nazwisk.

Bądź sobą a teraz przechodzimy już do kolejnego elementu.

## Jak Pisać - Strategia Nr #3:
## *„opowiadaj historie"*

Na pewno wiesz jak to robić.

Jeśli załatwiłeś już zasadę Nr 2, czyli zostawiasz w swoich mailach cząstkę siebie, to możesz zadawać sobie pytanie typu: „Ale, o czym mam pisać?"

Pisz historie. Z tym praktycznie nigdy nie możesz się pomylić. Zresztą historie opowiadamy sobie już od tysięcy lat. Mogą być długie, krótkie, jak chcesz. Nie myśl o tym. Zacznij po prostu opowiadać historie. Z tego, co wiem, to jest to najłatwiejszy sposób na pisanie maili i jeden z najskuteczniejszych.

Ludzie uwielbiają słuchać różnych opowiadań. A Ty możesz opowiedzieć, co chcesz. Jedną z technik zapamiętywania różnych faktów, jest np. ułożenie ich w historię. Załóżmy, że musisz zapamiętać 120 różnych faktów...

Co robisz? Możesz opowiedzieć historię, która zawiera każdy z tych faktów. W taki sposób będziesz o nich pamiętać. Uczą czegoś takiego nawet w szkołach, czyli jak widzisz historie towarzyszą nam praktycznie na każdym kroku.

Istnieją również marketerzy, którzy opowiadają historie 24h na dobę - w swoich mailach, na stronach, w produktach, w filmach wideo itd. Nie obchodzą ich inne metody działania. Koncentrują się tylko na opowiadaniu historii, a prawda jest taka, że historia sprzedaje najlepiej.

Możesz opowiadać również historie z życia. Opowiedz, co Ci się przytrafiło albo Twojemu znajomemu albo, co usłyszałeś w radiu, czy telewizji. Mogą być to złe oraz dobre rzeczy. Sukcesy i porażki. Opowiadaj o wszystkim, nawet o kłótni z żoną czy mężem.

Ja w moich mailach staram się opowiadać jak najwięcej historii z mojego życia. Nie tylko daje się wtedy lepiej poznać, ale są to jedne z najłatwiejszych historii do opowiedzenia. Opowiadasz o swoich przeżyciach i na końcu starasz się to połączyć z tym, co sprzedajesz (obojętnie czy promujesz biznes, czy sprzedajesz jakieś produkty).

Na początku możesz mieć z tym mały problem i ja dokładnie to rozumiem. Jednak nie masz się czym przejmować. Praktyka czyni mistrza, a im więcej będziesz pisać, tym będziesz mieć więcej pomysłów i będzie Ci się pisać coraz łatwiej. Nawet będziesz pisać o wiele szybciej niż poprzednio. Zobaczysz.

Opowiadanie historii możesz przenieś praktycznie na każdą dziedzinę. Nie tylko na email marketing, ale również do swoich filmów video, podcastów, do bloga i wszędzie gdzie tylko chcesz.

Jest jeszcze jedna ważna sprawa. Ludzie lubią znać zakończenie historii. Nie wiem, czym jest to dokładnie spowodowane, ale nawet, jeśli dana historia jest słaba, to i tak chcesz poznać zakończenie.

Dzięki opowieścią zdobędziesz zaufanie swoich czytelników. Dasz się poznać, polubić i staniesz się godny zaufania. Może nawet nigdy nie spotkasz żadnego ze swoich czytelników, ale mimo wszystko oni będą mieć wrażenie, że jesteś ich bardzo dobrym przyjacielem.

Na koniec mam dla Ciebie historię, która sprawdza się bardzo dobrze, jako pierwszy mail do autorespondera.

Warto mieć ustawioną min. jedną wiadomość follow up w autoresponderze (są to wiadomości, które wychodzą automatycznie, niezależnie od Twojej ingerencji). Jest to wiadomość powitalna, czyli Twój czytelnik dostanie ją z automatu od razu po zapisaniu się do Twojego autorespondera.

Moja wiadomość ma taki tytuł: „To nie kolejny głupi mail z podziękowaniem..."

Co opisuje w tej wiadomości?

Jest to opowieść typu „spotkałem mistrza".

Daj się po prostu poznać swoim czytelnikom. Opowiadasz o tym np. gdzie się nauczyłeś tego, co już wiesz. Jak doszedłeś tam gdzie jesteś teraz. Jakie masz plany, jakie miałeś sukcesy i porażki. Na końcu opowiadasz o punkcie przełomowym.

Może być to moment, gdy po raz pierwszy spotkałeś swojego nauczyciela, czyli osobę, która otworzyła Ci oczy na zupełnie inny i nowy świat (nie musisz nawet poznawać takiego lidera osobiście, bo równie dobrze mogłeś przeczytać jego książkę).

W taki sposób część mocy Twojego mistrza spływa na Ciebie i dzięki temu od razu budujesz swój autorytet i dajesz się poznać.

## Jak Pisać - Strategia Nr #4:
## *„inspiruj ludzi”*

Przyznam się, że akurat w inspiracji nie jestem mistrzem świata, ale staram się pisać coraz więcej takich maili. Dlaczego? Bo działają bardzo dobrze.

Taki mail pod żadnym względem nie przypomina typowo sprzedażowego maila, zatem możesz zadawać sobie pytanie typu: *„to jak tutaj sprzedawać lub promować swój system marketingowy?”*

Oto cały sekret. Gdy inspirujesz innych, to dzięki temu motywujesz ich do podjęcia jakiegoś działania. Inspirujesz ich do stania się lepszą wersją siebie, do udowodnienia sobie oraz całemu światu, że jednak na coś mnie stać.

I teraz, jeśli połączysz to ze sprzedażą swoich produktów lub promocją swojego biznesu, to dasz im dokładnie to, czego oni w tym momencie akurat potrzebują. Dużo osób szuka a nawet potrzebuje inspiracji, dlatego warto o to zadbać w swoich mailach.

Nie chodzi tutaj oczywiście o żadną manipulację, zresztą i tak praktycznie na każdym kroku ktoś lub coś chce Cię zmanipulować. Tutaj jednak nie o to chodzi. Znajdź po prostu coś, co inspiruje Ciebie i napisz o tym do swojej listy.

Każdemu od czasu do czasu przyda się odrobina inspiracji. Ludzie będą Ci za to dziękować i przy okazji będziesz mieć o wiele lepszą sprzedaż.

Twój link będzie nieinwazyjny, ponieważ on jest po prostu częścią tej historii. Istnieje duża szansa, że w momencie, gdy Twój czytelnik kliknie w link i przejdzie do Twojej prezentacji lub strony sprzedażowej, to zapozna się dokładnie z jej zawartością.

Zainspirowałeś go, poprawiłeś humor a czasami nawet dałeś nadzieję, dlatego o wiele chętniej zapozna się z tym, co masz mu do zaproponowania.

## Jak Pisać - Strategia Nr #5:
## *„pytania i odpowiedzi”*

Jest to jedna z moich ulubionych reguł pisania maili, również bardzo skuteczna. Tego typu maile zupełnie nie przypominają ofert sprzedażowych. Ta metoda jest bardzo często stosowana nawet przez magazyn *Mens Health* i inne podobne czasopisma.

Przypomina to trochę eksperta, który daje wskazówki swoim czytelnikom, ale w rzeczywistości jest to oferta sprzedażowa... Tylko z taką różnicą, że jest ona bardzo skuteczna. Wszystko, co musisz zrobić, to po prostu zebrać pytania od swoich czytelników i w mailu napisać odpowiedź.

Jeśli nie masz jeszcze żadnych pytań, to musisz po prostu zacząć pisać a pytania pojawią się z czasem. Możesz takich pytań szukać również na różnych forach internetowych oraz grupach np. na Facebooku.

Nie rozdawaj całej wiedzy za darmo (patrz zasada nr 1), czyli nie pisz długich i przeładowanych informacjami odpowiedzi. Staraj się dać precyzyjną, ale krótką odpowiedź i najlepiej w zabawny sposób (z humorem).

Moją ulubioną metodą ustawiania autorespondera jest ustawianie bardzo długich sekwencji, czyli dodaję do autorespondera np. 100, 200 maili, które są później wysyłane automatycznie każdego dnia (ustawiam taką wiadomość raz i każdy, kto się zapisze dostaje te maile z automatu).

Wiadomości typu *„pytania i odpowiedzi”* działają bardzo dobrze w obu przypadkach a sprawdzają się szczególnie w momencie, gdy np. brak Ci weny twórczej.

Słyszałem nawet, że niektórzy dodają nawet po 10, 20 maili tego typu do swoich kolejek w autoresponderach i super się to sprawdza.

Wygląda to tak jakbyś dawał swoim czytelnikom konkretne wskazówki i właściwie to tak się dzieje naprawdę. Mówisz swoim czytelnikom, co mają robić, a to ma dużą wartość. Przy okazji sprawiasz, że oni chcą wiedzie „jak to zrobić”, a to prowadzi już do kupna Twoich produktów lub do rejestracji w Twoim systemie.

Na końcu maila możesz napisać coś w tym stylu: *„jeśli chcesz dowiedzieć się czegoś więcej na ten temat, to kliknij w poniższy link. Tam znajdziesz wszystkie odpowiedzi: www...”*

Po prostu odpowiadasz na pytania lub komentujesz to, co mówią inni i łączysz to z tym, co akurat sprzedajesz lub promujesz.

Baw się dobrze, pisz z humorem i mów swoim czytelnikom, co muszą zrobić, a jak to dokładnie zrobić dowiedzą się z Twoich produktów, usług lub po dołączeniu do Twojego zespołu.

## Jak Pisać - Strategia Nr #6:
## *„lista kontrolna”*

Ta metoda pisania maili sprawdza się również bardzo dobrze w momencie, gdy brak Ci weny twórczej. Jesteś zamulony, nie wiesz o czym napisać i nic nie przychodzi Ci do głowy? Stwórz listę kontrolną.

Temat maila: *„7 Rzeczy na...”, „5 Wskazówek do...”, 6 Technik pisania skutecznych nagłówków...”, „5 Krytycznych błędów rapera...”* itd.

Następnie tworzysz listę kontrolną i piszesz w punktach, czego nie robić lub co robić.

Punktujesz np. po kolei, co Twój czytelnik robi źle, a rezultat tego może być taki, że on będzie chciał wiedzieć jak robić to dobrze. A tego dowie się już z Twojego produktu, usługi lub po dołączeniu do Twojego zespołu.

Przykładowe wezwanie do akcji:...”*Jeśli chcesz poznać właściwą drogę i chcesz uniknąć kłopotów, to sprawdź moją stronę: www.123.pl”*

Pokazałem Ci tutaj dwie ciekawe metody na tworzenie list kontrolnych.

Po pierwsze: punktujesz, co Twój czytelnik robi źle,

Po drugie: punktujesz, co powinien robić, a czego nie robi. Istnieje wiele rzeczy, który nie robimy a powinniśmy. Możesz omawiać np. kilkanaście metod na sponsorowanie nowych osób do Twojego biznesu MLM, z których Twój czytelnik może nie korzystać.

Co on wtedy pomyśli? „Kurczę, nigdy nie korzystam z tych metod... Czas to przetestować.” Co jest kolejnym krokiem? Oczywiście Twój produkt, usługa lub np. system marketingowy.

Pamiętaj o tym, że ciekawość posiada ogromną moc, a dobra lista kontrolna powoduje, że Twój czytelnik robi się ciekawy. Z jednej strony mówisz ludziom, czego nie powinni robić, a z drugiej, co powinni robić. To powoduje, że oni chcą wiedzieć - „Co powinienem zrobić? Jak robić to dobrze? Gdzie znaleźć więcej informacji na ten temat?” Pokazujesz przydatne informacje, które powodują, że ludzie chcą wiedzieć jeszcze więcej.

## Jak Pisać - Strategia Nr #7:
## *„wydarzenia ze świata”*

Ta strategia jest bardzo przydatna, gdy wysyłasz jednorazowe maile, czyli piszesz maila i wysyłasz go do listy. Dzięki temu możesz inspirować się i opisywać bieżące wydarzenia ze świata.

Tego typu wiadomości mogą być bardzo ciekawe i skuteczne, szczególnie, gdy akurat wydarzyło się coś ważnego, coś, o czym każdy dyskutuje. Możesz bez problemu taką sytuację opisać i na końcu połączyć to z tym, co akurat promujesz.

Przykładem może być kampania prezydencka Donalda Trumpa. Było o tym dosyć głośno, wypływały na światło dzienne różne brudy i historie, dlatego moim zdaniem warto o czymś takim napisać.

Tytuł takiego maila może brzmieć np. „Ciemna strona Donalda Trumpa”. Albo „Sekrety z czarnej skrzynki Donalda Trumpa”. „Trump zwycięski!” „Trump łaskawy!” „Donald Trump niczym Imperator Palpatine”.

Jak dłużej pomyślisz to bez problemu wpadniesz na wiele ciekawych tytułów (warto inspirować się filmami, książkami, komiksami itd.).

W mailu możesz opisać np. jak Trump w mistrzowski sposób opanował całe media społecznościowe, jego zalety, wady, możesz go porównać do postaci z filmów itp.

Ja akurat już praktycznie nie oglądam wiadomości (jakoś dzięki temu mniej się stresuje), ale o politykach zawsze można coś napisać.

Szukaj inspiracji na takich stronach jak np. www.wp.pl lub www.onet.pl. Znajdziesz tam bardzo dużo pomysłów zarówno na tytuły do maili oraz wiele historii, które możesz opisać.

Możesz pisać również o tym, co dzieje się w świecie marketingu internetowego. Akurat przypomniała mi się historia, gdy Google wprowadzało jakieś swoje aktualizacje i wyrzuciło z pierwszych stron wyszukiwana praktycznie wszystkie portale z artykułami do przedruku.

Osoby, które generowały za pomocą tych portali ruch na swoje strony, praktycznie z dnia na dzień potraciło biznesy. Podobnie było w przypadku Google AdWords, gdy banowali konta reklamowe marketerów z całego świata. Te osoby bez żadnego ostrzeżenia budziły się z ręką w nocniku. Świetny materiał na historię i wyciągnięcie wniosków.Rozejrzyj się dokoła. Sprawdź, co się dzieje na świecie i postaraj się to połączyć z tym, co akurat promujesz.

## Jak Pisać - Strategia Nr #8:
## *„ankieta”*

Nie jestem ekspertem w robieniu ankiet, bo akurat nie wysyłam ich za często, jednak od czasu do czasu warto to robić. Zadając odpowiednie pytania swoim czytelnikom możesz dowiedzieć się bardzo dużo o swojej branży, dzięki temu Twoja reklama czy nagłówki mogą tworzyć się praktycznie same.

Uważaj jednak na pytania, które zadajesz. Lepiej pytać: „Jaki ostatnio produkt kupiłeś?” niż „Czego potrzebujesz?” Jeśli dowiesz się, co Twoi czytelnicy kupują to i tak odkryjesz, czego chcą.

Oczywiście nie wszystko musi zawsze sprowadzać się do produktów, czy do biznesu. Ludzie uwielbiają wyrażać opinie na różne tematy, dlatego na pewno chętnie się z Tobą tym podzielą.

Jaki programy do ankiet?

Możesz używać np. ankiet Google, ale tak naprawdę to nawet żadnego programu nie potrzebujesz. Wystarczy zadać kilka pytań bezpośrednio w mailu. Ja często w jednym z pierwszych maili, który dodaję do autorespondera (co kilka maili zadaję pytania) zadaje 2 lub 3 krótkie pytania i każdego dnia otrzymuje odpowiedzi.

Korzystaj po prostu z takiego narzędzia i takiej metody, która najlepiej Ci odpowiada.

## Jak Pisać - Strategia Nr #9:
## *„kontrowersyjny”*

Od czasu do czasu możesz być kontrowersyjny. Taki mail też może bardzo dobrze działać i cieszyć się dużą popularnością. Jednak, musisz być ostrożny. Przyda Ci się do tego mocny charakter i oczywiście musisz być w 100% przekonany o tym, że znasz same fakty.

Nie chodzi tutaj o jakieś bezpodstawne obrażanie innych i wyrywanie zdań z kontekstu, bo coś takiego daleko Cię nie doprowadzi.

Jednak, gdy widzisz, że ktoś już naprawdę przegina i wiesz dokładnie, o co chodzi i że masz rację, to możesz taką sytuację opisać.

Dużo osób boi się tego i nie chcesz pisać na takie tematy. Ludzie nie chcą być kontrowersyjni, nie chcą palić mostów i zazwyczaj nie chcą doprowadzić do sytuacji, aby ktoś przestał ich lubić. To jest zupełnie normalne.

Za to Ty, jeśli będziesz odrobinę kontrowersyjny, to zaczniesz się w jakimś stopniu wyróżniać na tle innych marketerów. Nie polecam koncentrować się tylko i wyłącznie na byciu kontrowersyjnym, ale od czasu do czasu warto.

Nie musisz oczywiście opisywać tylko jakiejś konkretnej osoby. Może to być jakieś wydarzenie ze świata, z branży itp.

Pamiętaj, aby ostrożnie korzystać z tej strategii.

## Jak Pisać - Strategia Nr #10:
## *„nie to i nie tamto”*

Ta strategia może mocno wzbudzać ciekawość u Twoich czytelników, a jak wiadomo ciekawość ma wielką moc.

Wymieniasz w swoim mailu kilka lub kilkanaście zagadnień, krótko je opisujesz i na końcu dodajesz, że to akurat nie jest to...

Mam nadzieję, że za mocno nie namieszałem :-)

Łatwiej będzie wytłumaczyć to na krótkim przykładnie.

Temat maila: *Tajny przez poufne sekret Biznesu Online!*

(nie zawsze wszystko musi być napisania poprawnie, a nawet nie musi).

W mailu możesz wymienić kilka różnych strategii (tworzysz coś podobnego do listy kontrolnej), krótko je opisujesz i przy każdej dodajesz, że to jednak nie jest najważniejsze.

Każdy ma inne zdanie. Dla przykładu: jeden uważa, że najważniejsza będzie budowa listy kontaktów - Ty piszesz, że jednak nie.

Drugi uważa, że najważniejsza będzie umiejętność sponsorowania - Ty piszesz, że jednak to nie to.

Trzeci uważa, że najważniejsza jest sprzedaż - Ty piszesz, że się myli, bo to nie jest to.

Czwarty uważa, że najważniejszy jest produkt - Ty piszesz, że to na pewno nie to.

Itd., itp. (można jeszcze długo wymieniać).

Dochodzisz do ostatniego punktu i na końcu dodajesz wezwanie do akcji: Jeśli chcesz poznać prawdziwy sekret Biznesu Online, to sprawdź koniecznie mój produkt...

-Lub-

Jeśli chcesz poznać prawdziwy sekret Biznesu, to sprawdź koniecznie ten system...

Dopasuj wezwanie do akcji do tego, co chcesz sprzedać.

Taki mail nie zawsze musi być związany z jakimś produktem, programem, biznesem i nie zawsze musi chodzić o sprzedaż. Możesz pisać praktycznie na dowolny temat, a na końcu maila wystarczy w umiejętny sposób po prostu połączyć to, co opisujesz z miejscem, do którego chcesz skierować swojego czytelnika.

# CZĘŚĆ DRUGA

## Promocja za pomocą Sygnatury?

*O co tutaj chodzi?*

Sygnatura (inaczej podpis) jest często używana do tego, aby wywołać zainteresowanie czytelnika swoją osobą. Sygnaturę taką dodaje się do wysyłanych maili. Może to być np. krótka informacja o Tobie lub o Twoim biznesie. Może to być również jakieś krótkie wprowadzenie z linkiem do Twojej strony.

Czy nie uważasz, że taki krótki opis Twojego biznesu znacznie zwiększy szansę na to, że ktoś kliknie w link, aby dokładniej obejrzeć Twoją stronę – a Ty dzięki temu zarobisz trochę więcej pieniędzy?

Cały trik polega na tym, aby stworzyć taką sygnaturę, która wzbudza zainteresowanie i przykuwa uwagę.

Ona musi mieć to coś, co będzie wyróżniać ją od całej reszty – dzięki temu zbudujesz większą listę i oczywiście więcej zarobisz.

Zamiast wysyłać maile z taką sygnaturą:

Jan Kowalski
www.mojastrona.pl

Postaraj się być bardziej kreatywny:

Jan Kowalski, Księgarnia z
**wyjątkową obsługą klienta:**
www.mojastrona.pl

lub

**Dostawa w 24h** prosto ze strony WWW!
Jan Kowalski, Księgarnia z wyjątkową
obsługą klienta: www.mojastrona.pl

lub

**Profesjonalny Coaching**
Napisz do mnie na:
jan@kowalski.pl

albo zadzwoń pod xxxxxx

lub

Paweł Grzech
System MLM Pro - słowo daję, to działa mocniej:
www.ebiznesakademia.pl

Z taką krótką i dodatkową informacją w podpisie swojego maila, będziesz wywierać zupełnie inne wrażenie na swoim potencjalnym kliencie. A to może stanowić bardzo dużą różnicę między małą, a ogromną ilością wysyłanych maili. Krótko mówiąc: między zarabianiem dużych a małych pieniędzy!

Daj ludziom jakiś powód, aby klikali w Twój link. Ponieważ z ciekawą i interesującą sygnaturą, zaczniesz wyróżniać się na tle swojej konkurencji.

Na zewnątrz jest naprawdę dużo pieniędzy do zarobienia... Ale tylko i wyłącznie dla osób, które wiedzą jak to robić skutecznie.

**Na co mam zwracać uwagę pisząc sygnaturę?**

- Jeśli chcesz sprawić frajdę swoim subskrybentom, to dodaj możliwie jak najdłuższą sygnaturę!
- Umiejętnie stworzona sygnatura powinna zawierać takie informacje jak: adres i nazwa Twojej firmy. Dodatkowo może posiadać - adres email, stronę WWW, Twój życiorys, a nawet Twoje zdjęcie. Taki zabieg sprawi, że będziesz bardziej rozpoznawalny i przystępny dla czytelnika.
- Jeśli nie chcesz, aby Twoja sygnatura została przeoczona, to postaraj się ją jakoś wyróżnić np. napisz pogrubioną czcionką najważniejsze informacje.
- I nie przejmuj się jakimś mądralą, który uważa, że sygnatura może mieć maksymalnie cztery linie. Bo co on może o tym wiedzieć?

###

***Wskazówka:*** *promuj za pomocą swojej sygnatury dokładnie ten sam link, który promujesz w treści swojego maila.*

###

# CZĘŚĆ TRZECIA

## Jak radzić sobie z agresywnym subskrybentem, czyli jak zachować się, gdy ktoś mnie obraził?

Jeśli masz podobny charakter do mnie, czyli nie lubisz jak ktoś wchodzi Ci na głowę, obraża Cię i opowiada głupoty, to bardzo będzie Cię kusić, aby odpowiedzieć tym samym ogniem.

Zdarzyło mi się to kilkanaście razy jednak Ty zrób coś innego: poczekaj chwilę – pomyśl – i dopiero działaj!

Możesz rozwiązać powyższy problem na dwa sposoby.

### #Po pierwsze

**Stop!**

Weź głęboki oddech. Uspokój się i idź np. na spacer.

**Zastanów się!**

Bardzo łatwo możesz zniżyć się do poziomu takiej osoby i odpowiedzieć jej tym samym, ale...

Jeśli uda Ci się zamienić krytyka w stałego klienta, to z czasem tysiące osób może się dowiedzieć, jakim to wspaniałym i pomocnym jesteś człowiekiem.

### #Po drugie

Jeśli masz do czynienia z osobą naprawdę kłopotliwą, to najlepszym rozwiązaniem będzie po prostu usunięcie jej z listy, bez wdawania się w dyskusję.

Prędzej czy później natrafisz na agresywnego subskrybenta. Moja rada: po prostu nie bierz tego do siebie, skasuj go z listy i pracuj dalej.

# CZĘŚĆ CZWARTA

## Czy warto używać postscriptum?

Oczywiście!

W wielu badaniach udowodniono, że prawie każda osoba z dużą uwagą czyta postscriptum. Czy nadal tak jest? Zdania są podzielone, jednak moim zdaniem nie zaszkodzi od czasu do czasu napisać coś ciekawego w PS.

Może to być np. kolejny link do Twojego produktu, specjalna oferta, możliwość zapisania się na inną listę lub na cokolwiek masz tylko ochotę.

W postscriptum możesz opowiedzieć nawet całkowicie nową historię. Pamiętaj jednak o tym, aby w swoich mailach skupić się głównie na promocji tylko jednej rzeczy.

## Przykład #1

***PS.***

*Internetowy Biznes może być najszybszą drogą, aby osiągnąć to, o czym zawsze marzyłeś – Bezpieczeństwo i Wolność.*

*Zapewne wiesz, że dałbyś radę, gdyby tylko ktoś na starcie udzielił Ci odpowiedniego wsparcia... A może dotychczas coś ograniczało Twoje możliwości?*

*Gdy tylko zapoznasz się z możliwościami aplikacji systemowej NOW, to zobaczysz, że to „coś", co hamowało Twój sukces, to prawdopodobnie przestarzałe metody działania…*

*Nadszedł najwyższy czas, aby uwolnić się od tego wszystkiego i zacząć budowę własnego biznesu, aby osiągnąć nowe i jeszcze niezdobyte szczyty...*

*Kliknij teraz Tutaj i przetestuj potężny system marketingu Internetowego >>*

## Przykład #2

***PS.***

*Mam nadzieję, że te informacje pomogą Ci w budowie Twojego E-Biznesu i że wykorzystasz je w praktyce.*

*Jednak istnieje jeszcze coś, co może mieć bardzo duży wpływ na rozwój Twojego Biznesu – to są jedyne w swoim rodzaju narzędzia NOW oraz Akademia Nowoczesnego Marketingu, w której nauczymy Cię jak skutecznie korzystać z nowoczesnych narzędzi do pracy w Internecie:*

*Poznaj szczegóły >>*

*Jeśli jeszcze nie miałeś okazji, aby wysłuchać naszej wiadomości, to nie trać już więcej czasu i rzuć na to okiem.*

*Prawdopodobnie będziesz w szoku, gdy znajdziesz tam informacje warte tysiące dolarów... Wystarczy tylko wypełnić formularz na tej stronie: Zobacz video >>*

**Przykład #3**

***PS.***

*Posłuchaj mnie dokładnie.*

*Naszym głównym celem jest współpraca z Tobą ramię w ramię + chcemy pomóc Ci zbudować dochodowy biznes online. Mam nadzieję, że to rozumiesz…?*

*Stworzyliśmy specjalną aplikację, która Ci w tym pomoże - sprawdź tutaj >>*

*Jeśli masz pytania lub chcesz o czymś porozmawiać, to po prostu odpisz na tego maila. Jestem prawdziwym człowiekiem i czekam na Ciebie po drugiej stronie...*

# CZĘŚĆ PIĄTA

## Grupa docelowa?

Jak skuteczne są kampanie email?

O tym decyduje w pierwszej linii jakość Twojej listy adresowej. I teraz mam do Ciebie bardzo ważne pytanie:

*Czy Twoja lista faktycznie składa się z osób, które pochodzą z jasno określonej i zdefiniowanej grupy docelowej?*

*Czy te osoby znają Ciebie i Twoją ofertę i czy Ci ufają?*

Jeśli tak, to Twój współczynnik konwersji będzie sięgać nawet powyżej 20%. Chodzi tutaj o ilość osób, które będą reagować na Twoje maile, klikać w linki i co najważniejsze - kupować Twoje produkty.

W przeciwnym wypadku osiągniesz niestety dużo gorsze wyniki, które mogą się wahać między 0,5% a 2%.

Zatem...

**Jak określić grupę docelową?**

Pod nazwą grupa docelowa rozumiemy taką grupę osób, która najbardziej skorzysta na Twojej ofercie i dlatego prawdopodobnie od Ciebie kupi lub dołączy do Twojego zespołu.

Jeśli będziesz regularnie rozmawiać ze swoją grupą, to dzięki temu stworzysz sobie bardzo wartościowy kanał sprzedażowy, w którym będziesz mógł sukcesywnie sprzedawać coraz to nowe produkty.

Od samego początku (nawet, jeśli masz tylko kilka osób na liście) wysyłaj do swojej listy wiadomości email. Dzięki temu dowiesz się, kto wykazuje specjalne zainteresowanie na Twoje maile. W taki sposób zbierzesz informacje o tym, jaki jest potencjał tego rynku i jak mniej więcej będzie wyglądać Twoja grupa docelowa.

Jeśli będziesz chciał zdobyć jeszcze więcej informacji o tych osobach, to przeprowadź krótką ankietę lub zadaj kilka pytań bezpośrednio w mailu (ja zadaje takie pytania w kilku mailach) np. o tym, jaki zawód wykonują te osoby, czy mają już własną stronę internetową lub bloga, czy budują już listę, jakie produkty kupują itp.

Następnie stwórz z zebranych informacji swój idealny profil konsumenta (te informacje możesz również wykorzystać do stworzenia własnego produktu, czyli szkolenia video lub poradnika itd.).

Przeglądaj też różne fora internetowe i grupy. Znajdziesz tam dużo osób, które mogą pasować do Twojej grupy docelowej, a co najważniejsze - poznasz ich problemy. A gdy będziesz już znać problemy tych osób, to w prosty sposób możesz stworzyć rozwiązanie na te problemy np. w postaci poradnika PDF.

**Krótki przykład grupy docelowej na podstawie MLM.**

Kiedy kilka lat temu, gdy zaczynałem moją przygodę w MLM mój upline powiedział mi, żeby nie przejmować się opinią innych i brać się ostro do pracy.

Właściwie to, dlaczego nie?

Jednak po kilku miesiącach biegania i dzwonienia po znajomych, miałem chyba zero pozytywnych odpowiedzi. Nie wiedziałem, co poszło nie tak, ponieważ dokładnie stosowałem się do wskazówek mojego upline (stara szkoła MLM).

Odpowiedź jest bardzo prosta: **Żaden wegetarianin nie kupi od Ciebie kawałka mięsa!**

Dlatego nie sprzedawaj produktu tam gdzie nie ma na niego zapotrzebowania. A to oczywiście oznacza, żeby nie sprzedawać pomysłu na biznes np. cioci kloci, której robienie jakiegokolwiek biznesu nie interesuje.

I to naprawdę nie ma najmniejszego znaczenia, jaki wspaniały jest ten biznes i ile można na tym zarobić.

**Pierwsza reguła marketingu brzmi:**

*Sprzedawaj produkty tylko i wyłącznie osobom, które chcą i potrzebują tych produktów!*

Przestrzegaj tej reguły, a zobaczysz jak prosta i przyjemna stanie się Twoja praca.

Istnieją dwie grupy docelowe w MLM:

- **Pierwsza grupa to Twoi potencjalni współpracownicy.**

  Ta grupa składa się ze specjalnej frakcji: są to inni Networkerzy, ludzie korzystający już z produktów lub usług, czyli znający temat MLM oraz osoby szukające nowych możliwości. Polecam Ci głównie szukać współpracowników wśród tej grupy. Są to ludzie kupujący pomysł na biznes, a Ci, którzy szukają nowych możliwości i rozwiązań, chcą również zarabiać pieniądze.

- **Druga grupa składa się ze sprzedawców.**

  Aby wyjaśnić Ci, o co chodzi, weźmy za przykład branżę wellness. Większość sprzedawców uważa, że ich główną grupą docelową są osoby mające problemy zdrowotne. Nie zawsze tak musi być.

  Co jeśli ta grupa składa się z osób, które wcale nie mają problemów ze zdrowiem, ale myślą o tym i są gotowe wydać miesięcznie jakaś kwotę XYZ? To jest Twoja grupa docelowa, ponieważ jedni tylko się informują, a drudzy korzystają z produktów.

**Jak znaleźć odpowiednią grupę docelową?**

Dzięki Internetowi stało się to w dzisiejszych czasach bardzo proste.

Do dyspozycji masz takie narzędzia jak: blogi, pisanie artykułów, wielokrotny autoresponder, Google Adwords, capture page (strony przechwytujące), produkty

informacyjne (e-book lub kurs szkoleniowy), media społecznościowe oraz publikacja ogłoszeń w odpowiednich miejscach (nie typu, jeśli chcesz zarabiać xxx to napisz mi maila).

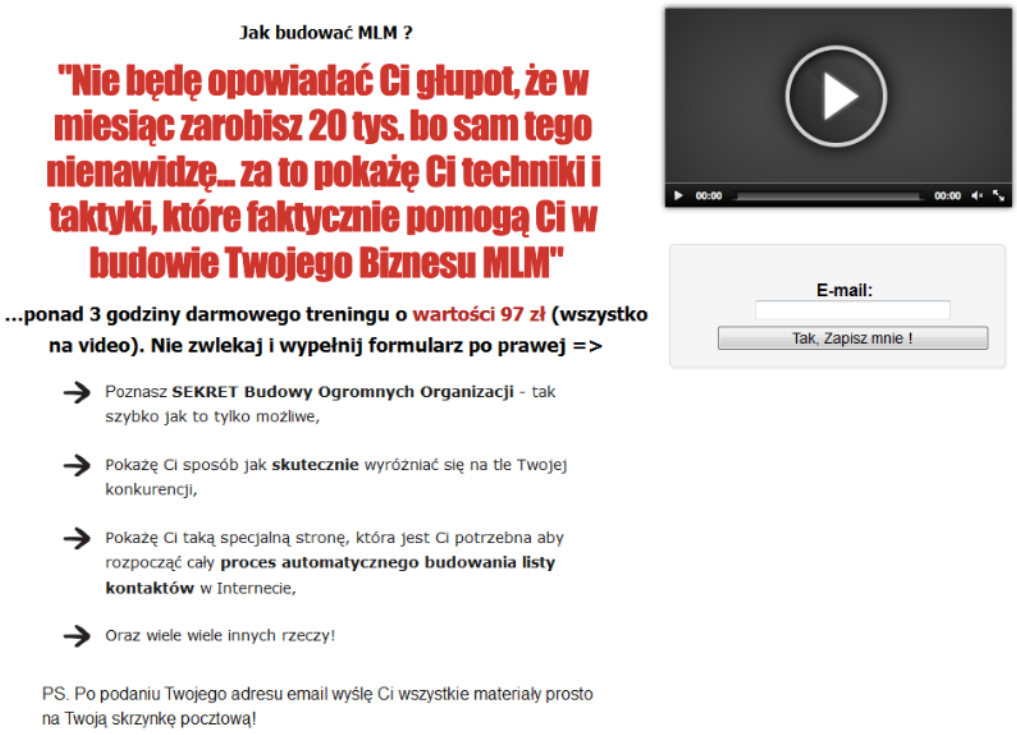
Zdecydowanie najlepszy sposób na wyróżnienie się z tłumu, to budowanie marki eksperta (wykorzystując powyższe narzędzia). Dlatego nie ustawiaj się do kolejki tysięcy Networkerów, którzy zadowalają się tą samą i coraz to na nowo kopiowaną stroną WWW swojej firmy.

**Zaoferuj coś więcej, niż tylko puste obietnice - wtedy ludzi sami Cię odnajdą.**

# CZĘŚĆ SZÓSTA

## Co to jest strona lądowania...?

Oto jedna z moich pierwszych stron lądowania, czyli po naszemu jest to po prostu strona przechwytująca (była bardzo skuteczna):




Jak widzisz ta strona nawet nie była do końca poprawnie zbudowana, a i tak nie przeszkadzało mi to w budowaniu listy kontaktów. Obecnie zmieniłbym obrazek wideo (nad formularzem) i poprawił wygląd samego formularza.

Strona przechwytująca, to krótko mówiąc strona, na którą będziesz kierować ponad 90% swojego całego ruchu. Jest to miejsce, gdzie Twój czytelnik ma tylko jedno zadanie - musi wypełnić formularz z autorespondra i w taki sposób zapisać się na Twoją listę.

Gdy ludzie klikają w Twoje linki, to robią to z pewnego rodzaju postawą oczekiwania... Dlatego musisz zrobić wszystko, aby te potrzeby zaspokoić. Zadbaj również o to, aby wszystkie kolejne kroki były proste i zrozumiałe.

**Podczas tworzenia swojej strony zwróć szczególnie uwagę na to, aby:**

- Zachować swój styl pisania, czyli bądź po prostu sobą i pisz tak jak mówisz,
- Ograniczyć do minimum możliwości działania.

  Przycisk „Zamów Teraz” lub formularz do rejestracji na autoresponder całkowicie Ci wystarczy. Ewentualnie możesz dodać link do strony głównej Twojego bloga, ale w żadnym wypadku nie wklejaj większej ilości linków. Przecież chcesz, aby Twój czytelnik wykonał jedną określoną czynność, dlatego nie odwracaj jego uwagi np. dużą ilością linków.

- Typowa strona przechwytująca (jak na zdjęciu powyżej) powinna być możliwie jak najkrótsza (istnieją oczywiście wyjątki) i przede wszystkim prosta (nie komplikuj!).

  Wystarczy ciekawy nagłówek napisany np. czerwoną czcionką i w formie pytania. Następnie w kilku podpunktach wymień korzyści, jakie czekają na Twoich subskrybentów i oczywiście dodaj formularz do rejestracji na autoresponder.

  Krótko mówiąc - zaproponuj na swojej stronie rozwiązanie na jakiś konkretny problem, może być to np. poradnik PDF. Jest to tzw. przynęta, która powoduje, że Twój czytelnik zapisze się na Twoją listę (jak taka przynęta powinna wyglądać dowiesz się w osobnym module).

## Przykładowe strony

Bardzo często korzystałem z tej wersji:

Właścicielem tej strony jest Frank Kern:

Wersja nr 3:

Jak widzisz każda z powyższych stron jest bardzo prosta, ale za to skuteczna, dlatego zacznij od najprostszych rzeczy.

# ROZDZIAŁ PIĄTY...
# System SKUTECZNEGO Email Marketingu!

Przejdźmy teraz do najważniejszego modułu tego szkolenia, jednak zaczniemy od czegoś prostego, ale nie przejmuj się, później też nie będzie trudno.

Zaczynamy:

## CZĘŚĆ PIERWSZA
### *W jakim formacie publikować maile?*

Dobre pytanie.

Odkąd tylko pamiętam byłem zwolennikiem maili w formacie HTML. Takie maile mają o wiele większe możliwości edytowania tekstu oraz dodawania różnych szablonów maila (inne tło, obrazki, ramki itp.).

Krótko mówiąc - mail w formacie HTML wygląda ładniej.

Jednak jest jedno, ale...

Nie pamiętam, kto to dokładnie powiedział (nie jest to też dokładnie tłumaczenie), ale *brzydota w dzisiejszych czasach zaczyna się wyróżniać!*

O co dokładnie chodzi?

Ładna wiadomość w formacie HTML z kolorowym szablonem i obrazkami, bardzo mocno zaczyna przypominać reklamę. Jeśli jest to ładne i kolorowe, to znaczy, że na 99% jest to reklama.

Natomiast prosty tekst (bez kolorowych szablonów), czyli czarna czcionka na białym tle wygląda jak mail do przyjaciela.

Która wiadomość budzi większe zaufanie?

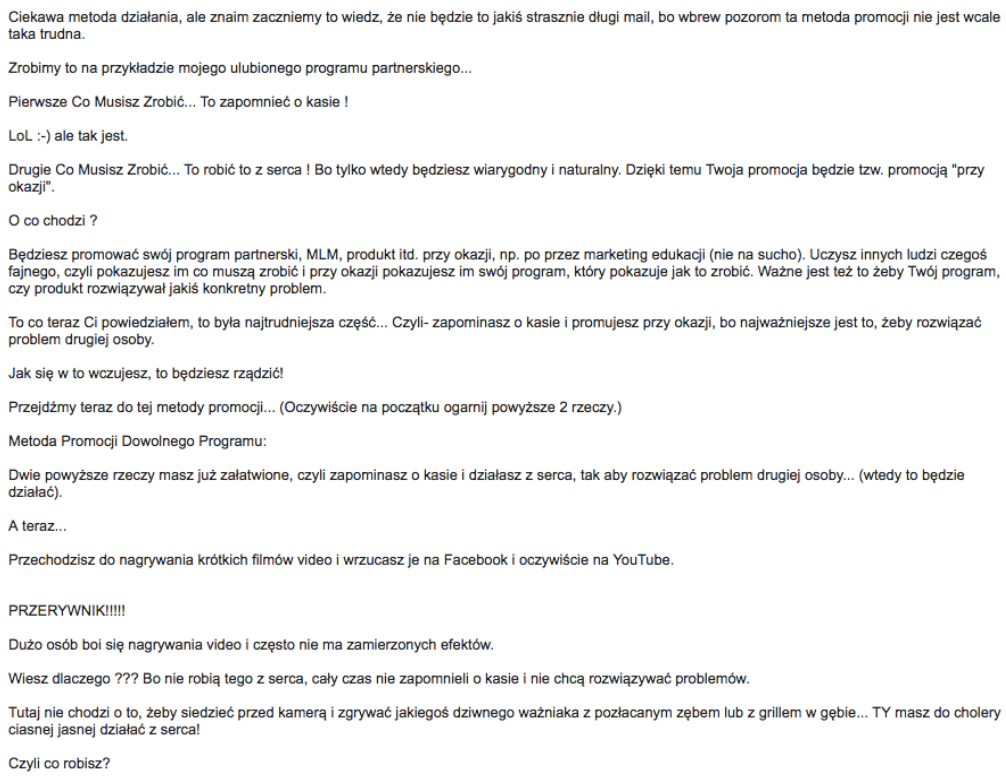
W większości przypadków ta brzydsza. Prosty i czarny tekst na białym tle może być o wiele skuteczniejszy niż ładny i kolorowy szablon.

Szablony kojarzą się z korporacją, a podejrzewam, że nie chcesz być kojarzony z korporacją.

Dlatego ja od pewnego czasu stosuję tylko i wyłącznie proste maile. Bez jakichkolwiek szablonów.

Wiem, że to kusi :-) Ładny mail z obrazkami i różnymi super dodatkami.

Tutaj jest przykład jednego z moich maili (nie w całości):



Ciekawa metoda działania, ale znaim zaczniemy to wiedz, że nie będzie to jakiś strasznie długi mail, bo wbrew pozorom ta metoda promocji nie jest wcale taka trudna.

Zrobimy to na przykładzie mojego ulubionego programu partnerskiego...

Pierwsze Co Musisz Zrobić... To zapomnieć o kasie !

LoL :-) ale tak jest.

Drugie Co Musisz Zrobić... To robić to z serca ! Bo tylko wtedy będziesz wiarygodny i naturalny. Dzięki temu Twoja promocja będzie tzw. promocją "przy okazji".

O co chodzi ?

Będziesz promować swój program partnerski, MLM, produkt itd. przy okazji, np. po przez marketing edukacji (nie na sucho). Uczysz innych ludzi czegoś fajnego, czyli pokazujesz im co muszą zrobić i przy okazji pokazujesz im swój program, który pokazuje jak to zrobić. Ważne jest też to żeby Twój program, czy produkt rozwiązywał jakiś konkretny problem.

To co teraz Ci powiedziałem, to była najtrudniejsza część... Czyli- zapominasz o kasie i promujesz przy okazji, bo najważniejsze jest to, żeby rozwiązać problem drugiej osoby.

Jak się w to wczujesz, to będziesz rządzić!

Przejdźmy teraz do tej metody promocji... (Oczywiście na początku ogarnij powyższe 2 rzeczy.)

Metoda Promocji Dowolnego Programu:

Dwie powyższe rzeczy masz już załatwione, czyli zapominasz o kasie i działasz z serca, tak aby rozwiązać problem drugiej osoby... (wtedy to będzie działać).

A teraz...

Przechodzisz do nagrywania krótkich filmów video i wrzucasz je na Facebook i oczywiście na YouTube.

PRZERYWNIK!!!!!

Dużo osób boi się nagrywania video i często nie ma zamierzonych efektów.

Wiesz dlaczego ??? Bo nie robią tego z serca, cały czas nie zapomnieli o kasie i nie chcą rozwiązywać problemów.

Tutaj nie chodzi o to, żeby siedzieć przed kamerą i zgrywać jakiegoś dziwnego ważniaka z pozłacanym zębem lub z grillem w gębie... TY masz do cholery ciasnej jasnej działać z serca!

Czyli co robisz?

Jak widzisz ten mail to żadne arcydzieło. Jest napisany w prostym języku i nie ma tutaj żadnych dodatków. Wygląda to jak zwykły mail do przyjaciela.

Dlatego ja polecam Ci skupić się przede wszystkim na prostocie. Zapomnij o Copywritingu, super szablonach i o tabelkach. Skup się po prostu na pisaniu. Prostym językiem, jak do przyjaciela.

# CZĘŚĆ DRUGA

## *single opt-in vs double opt-in*

Co lepiej stosować?

Pojedynczy zapis na listę (*single opt-in*) czy podwójny zapis na listę (*double opt-in*)?

**Single Opt-in:**

Po naszemu jest to pojedynczy zapis na listę, czyli gdy Twój czytelnik zapisze się na Twojej stronie przechwytującej, to od razu trafia do kolejki maili. Bez jakiegokolwiek potwierdzenia.

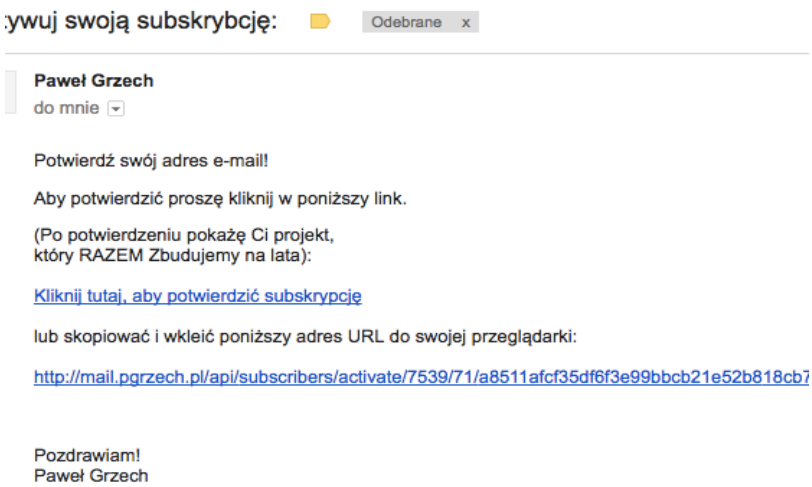
**Double Opt-in:**

Co to dokładnie jest?

Odpowiem na to pytanie przykładem:

Jasiu (zbieżność imion oczywiście przypadkowa) trafia na Twoją stronę i postanawia zapisać się na listę. Po wypełnieniu formularza do rejestracji na autoresponder dostaje na maila dodatkową wiadomość, w której musi potwierdzić chęć otrzymywania od Ciebie maili. Dopiero po potwierdzeniu swojego adresu email trafia on do Twojego autorespondera.

Poniżej znajdziesz przykład takiego maila z linkiem do potwierdzenia:



**Zatem jaki sens ma stosowanie Double Opt-in?**

Uważam, że duży, ponieważ poprawisz w ten sposób jakość swojej listy i zabezpieczysz się przed oskarżeniem o spam. Prędzej czy później może dojść do takiej sytuacji, że ktoś postanowi np. zrobić kawał znajomemu i wpisze się na Twoją listę z jego adresu email.

Ty nie wiedząc o tym oczywiście wyślesz w tamto miejsce swojego maila i nagle... Nie wiadomo skąd dostajesz skargi i oskarżenia o spam.

Dlatego zawsze stosuj Double Opt-in.

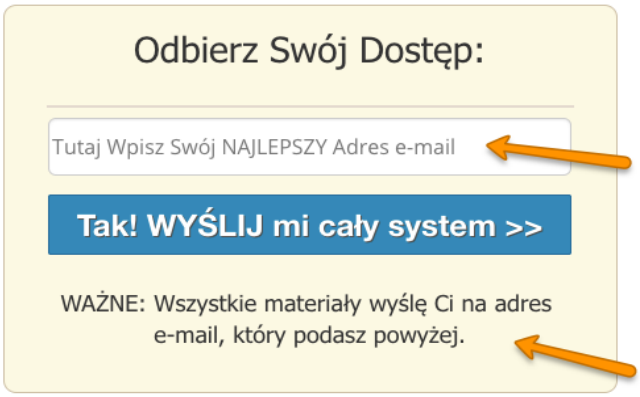
**Jak zbierać prawidłowe adresy email?**

To stanowi pewnego rodzaju problem, ponieważ ludzie często nie podają poprawnego adresu email. Dlatego najlepszym sposobem, aby zmotywować ludzi do podawania właściwych adresów, jest oferowanie gratisowych bonusów, jest to tzw. „przynęta” (niedługo do tego wrócimy).

Jest tylko jeden warunek – wszystkie bonusy wysyłaj tylko i wyłącznie po potwierdzeniu przez subskrybenta jego adresu. Tylko poprawnie podany adres email umożliwi otrzymanie dostępu do bonusów. Jak widzisz, jest to kolejna zaleta listy Double Opt-in.

Dodatkowo przed rejestracją możesz uprzedzić swoich czytelników, aby wpisywali poprawne adresy.

Dla przykładu:



# CZĘŚĆ TRZECIA

## *nuda - za dużo twardego nauczania!*

Ta część jest bardzo ważna.

Już o tym wcześniej wspominałem, ale nie szkodzi. Krótko mówiąc, nie zanudzaj swoich czytelników, czyli nie wysyłaj tylko i wyłącznie maili przeładowanych super wiedzą typu: jak to ronić (ta wiedza jest ta klientów i/lub dla współpracowników).

Od czasu do czasu oczywiście można wysłać taką wiadomość. Dzięki temu zademonstrujesz poziom swojej wiedzy i udowodnisz, że faktycznie jesteś ekspertem i znasz się na tym, o czym mówisz. Jednak nie rób tego za często, ponieważ Twoja skuteczność będzie stopniowo spadać.

Możesz sam to przetestować. Ja swojego czasu bardzo często popełniałem ten błąd. Wysyłałem nawet 150 stronicowe poradniki całkowicie za darmo (równie dobrze mogłem je sprzedawać – tego wysyłam, jako wyjątek i tylko dlatego, ponieważ jest częścią całego systemu). Jeśli będziesz tak robić, to przyzwyczaisz do tego swoich czytelników. Będą oczekiwać od Ciebie tylko darmowej wiedzy.

Spróbuj im wtedy coś sprzedać :-) Większość z nich może mieć do Ciebie pretensje. Wtedy pojawiają się głupie gadki typu: „muuuu, czy za wszystko trzeba płacić...???”

Idź do pracy na etacie i powiedz, że od dzisiaj pracujesz za darmo :-)

O wiele skuteczniejsze jest dawanie lekkich informacji typu, co *trzeba zrobić* niż oferować ciężkie, przeładowane wiedzą materiały typu *jak to dokładnie robić*.

Przykład: *jak za pomocą Internetu budować właściwą listę MLM* - co zrobi większość osób?

Siada i dokładnie omawia np. *jak ustawić płatną reklamę na Facebooku*.

Zamiast tego lepiej opowiedzieć o zaletach płatnej reklamy na Facebooku, jakie ma możliwości, podać przykładowe efekty z kampanii, dlaczego warto korzystać z takiej reklamy itp. Dodałbym jeszcze, że trzeba być ostrożnym. Istnieje dobry sposób i zły sposób ustawiania reklam. Jeśli wybierzesz ten drugi, to Twoje konto na Facebooku może zostać zablokowane i cała praca pójdzie na marne.

Wezwanie do akcji: *Jeśli chcesz zobaczyć jak ja to robię, to sprawdź ten produkt...*

Działając w taki sposób mówisz swoim czytelnikom, co *mają robić* lub czasami, czego *nie robić*. Taka informacja nie jest może w 100% wyczerpująca, ale mimo

wszystko jest również bardzo wartościowa.

Słyszałem to już od niejednej osoby i sam również się z tym zgadzam.

W dzisiejszych czasach nauczyciel wcale tak dużo nie zarabia. Nauczanie nie jest aż tak opłacalne jak to może się wydawać, a dokładnie większość osób próbuje właśnie zaczynać od twardego nauczania (sam popełniłem ten błąd).

Kolejna lekcja o... Później znowu i znowu... To robi się bardzo nudne. Na pierwszy rzut oka może się wydawać, że ta strategia jest bardzo opłacalna, ale prawda jest taka, że działa tylko w nielicznych przypadkach. Większość wiadomości tego typu trafia z czasem do folderu „sprawdzę to później".

Twoje maile muszą z jednej strony zawierać przydatne informacje typu, co *należy robić*, a z drugiej powinny w jakimś stopniu zabawiać Twoich czytelników. To jest idealne połączenie, które powoduje, że mail staje się ciekawy, a czytelnik ma ochotę na więcej.

Nie wiem czy zauważyłeś, ale większość marketerów jest politycznie poprawna. Mam czasami wrażenie, że po prostu niektórzy boją się wyjść poza pewien schemat.

Nie chcą wyrażać swojej opinii, opowiadać zabawnych historii być również od czasu do czasu kontrowersyjnym i brutalnie szczerym, bo ktoś może się obrazić. Bo ktoś wypisze się z listy i pojedzie im w mailu...

Nie mówię, że to złe osoby :-) Nic z tych rzeczy.

Uważam po prostu, że otrzymywanie na okrągło „grzecznych maili", przeładowanych super wiedzą, jest po prostu nudne.

Chcesz być kolejnym marketerem?

Czy chcesz się wyróżniać? Oferować coś innego? Nową jakość? Inny świat?

Możesz to wykorzystać nie tylko w swoich mailach, ale również w wideo, na blogu i w swoich produktach.

Jest to jedna z lepszych technik, która może przyciągać do Ciebie całą rzeszę klientów. Patrz w taki sposób na swoje maile. Bądź taki jak w prawdziwym świecie. Czasami wkurzony, czasami zabawny, czasami oburzony, czasami kontrowersyjny...

Tylko nie zrozum mnie źle! Twoje informacje ZAWSZE muszą być wartościowe. Zawsze musi być powód, aby warto było je czytać.

Różnica polega tutaj tylko na tym, że nie przeładowujesz ich wiedzą i nie zanudzasz.

Jesteś po prostu sobą: mówisz, co trzeba zrobić i na końcu łączysz to z tym, co akurat sprzedajesz (więcej o tym później).

Na pewno już nie raz widziałeś zwiastun jakiegoś filmu? No przestać... Na pewno widziałeś?

Z reguły takie zwiastuny trwają od 1 do 3 minut. Niektóre są naprawdę bardzo interesujące. Pokazują urywki z kilkunastu najlepszych scen. Często są dynamiczne i bardzo fajnie się je ogląda. Na jednym nigdy się kończy. Co jakiś czas wychodzą nowe zwiastuny aż do premiery filmu. Pokazują dużo fajnych scen, ale nie zdradzają Ci najważniejszego. To powoduje, że nabierasz ochoty na cały film. Stajesz się coraz bardziej głodny i nie możesz się doczekać premiery. Popcorn i do kina :-)

Podobnie jest z pisaniem maili. Pokazujesz fajne i wartościowe sceny, ale nie zdradzasz zakończenia. Dzięki temu Twój czytelnik staje się coraz bardziej głodny. Nie musi kupić od razu i nie musi od razu dołączyć do Twojego biznesu. Jednak im więcej dostaje takich maili, tym głodniejszy się staje.

To cały czas jest wartościowe i mówisz tutaj, co należy robić, ale jest to tylko część wiedzy, którą dajesz w swoim produkcie - ten poradnik to też tylko część wiedzy ☺. Więcej tutaj..

# CZĘŚĆ CZWARTA

## *jak często wysyłać maile?*

Zastosowanie tej strategii, o której zaraz Ci powiem miało bardzo duży wpływ na mój biznes.

O co chodzi?

Jeśli wysyłasz jednorazowy mailing to Wysyłaj maile każdego dnia. Tak, dobrze słyszałeś. Każdego dnia lub przynajmniej 3, 4 razy w tygodniu (ja często robię sobie przerwy w piątki i soboty).

Dużo osób po przeczytaniu „wysyłaj każdego dnia” zaczyna panikować :-) „Przecież ludzie zaczną wypisywać się z mojej listy...”, „Będę oskarżony o spam...”, „Nie, to nie możliwe, tak się nie da...”.

Spokojnie. Zwróć uwagę na to, że większość marketerów nie wysyła maili w taki sposób, jak omawiamy to w tym szkoleniu. Przeważnie dostajesz albo maile

przeładowane wiedzą (nuda) albo maile sprzedażowe albo jakieś inne bzdury.

Jeśli codziennie będzie wysyłać maile typu „no weź panie kup to, a jutro tamto, a później jeszcze to...”, to Twoja skuteczność bardzo mocno zbliży się do zera.

Wysyłając maile w taki sposób jak tutaj, nie musisz się tym wszystkim obawiać. Oczywiście na początku może być to trochę trudno i zarówno Ty jak i Twoi subskrybenci musicie się do tego przyzwyczaić. W pewnym momencie możesz mieć również więcej wypisów z listy, ale to wcale nie jest takie złe. Dzięki temu pozbędziesz się ludzi, którzy i tak nie są zainteresowani tym, co robisz.

Na początku możesz mieć kilka oskarżeń o spam, ale z biegiem czasu będzie ich coraz mniej. Już na swojej stronie przechwytującej możesz zaznaczyć, że Twoje maile są wysyłane każdego dnia. Tak samo w pierwszym mailu, który Twój czytelnik dostaje od razu po zapisaniu się na listę, napisz, że każdego dnia wysyłasz fajne maile. Wtedy Twój czytelnik będzie dokładnie wiedzieć, czego może się spodziewać.

Wiesz, jaki jest problem w branży MLM i marketingu internetowym? Zresztą jeden z wielu, ale ten jest bardzo istotny…

Problem polega na tym, że mamy tutaj ogromną liczbę ekspertów. Każdy jest jakimś ekspertem. Jeden jest najlepszy w Copywritingu, drugi w email marketingu, trzeci jest mistrzem MLM, a czwarty zna się na wszystkim.

Niestety większość to tzw. niedzielni eksperci. Kupił sobie taki gościu ebooka za $9 od gościa, który kupił podobnego ebooka za $7 od innej osoby i go po prostu przerobił i sprzedaje trochę drożej. Teraz ten go znowu przerabia i sprzedaje np. za 27 zł. Ma poradnik, czyli jest ekspertem :-)

Na 99% niestety nie rozumie nawet większości z tego, co napisał i pewnie nigdy nie stosował tej wiedzy. Ale to nawet dobrze, że nie stosuje :-)

Na szczęście taki niedzielny ekspert szybko znika z rynku.

To jest idealny moment dla Ciebie.

Ty jesteś już tym gościem, który wysyła fajne i pouczające maile. Maile, które fajnie się czyta. To oznacza, że jesteś ekspertem, który każdego dnia ma coś do powiedzenia.

Właściwie to będziesz spostrzegany, jako lider, który bardzo zaczyna wyróżniać się na tle konkurencji. Pamiętaj, że zawsze lepiej być liderem. Ekspertów ludzie słuchają, ale podążają tylko za PRAWDZIWYM liderem.

Jeśli będziesz działać w taki sposób, jak omawiamy to w tym szkoleniu, to zobaczysz, że po pewnym czasie ludzie będą czekać na ten moment, gdy pojawisz się w ich skrzynce mailowej.

Ale to jeszcze nie wszystko. Ludzie nie będą mieć takiego dziwnego uczucia, że na siłę próbujesz im coś wcisnąć, dlatego Twoja sprzedaż również wzrośnie. Zbudujesz lepsze relacje ze swoją listą i przy okazji poprawisz swoją skuteczność.

Rozumiem, że sama myśli pisania i wysyłania jednego maila każdego dnia, może Cię przerażać... Szczególnie, gdy na samą myśl o pisaniu robi Ci się niedobrze, ale to jest głównie spowodowane błędnym przekonaniem, który mogłeś wynieść jeszcze ze szkoły.

Nie musisz być żadnym wielkim pisarzem czy Copywriterem. My nie mówimy tutaj o pisaniu powieści, wypracowań, czy wierszy.

Tutaj chodzi o pisanie prostych maili. Bez żadnych sztucznych dopalaczy.

Możesz pisać praktycznie o wszystkim. Z odrobiną humoru. Piszesz dokładnie tak jak mówisz i na końcu maila łączysz swoją historię z tym, co akurat promujesz.

Musisz po prostu zacząć, a im więcej będziesz pisać tym więcej będziesz mieć pomysłów. Jeśli będziesz pisać o zabawnych wydarzeniach, to pisanie również stanie się przyjemniejsze.

Oczywiście nie każdy dzień będzie idealny. Gdy ja zaczynałem pisać i wysyłać maile, to przez pierwszy miesiąc byłem podekscytowany jak małe dziecko. Cały czas zapisywałem nowe pomysły w zeszycie i nie mogłem doczekać się pisania.

Jednak w drugim miesiącu przyszedł już mały kryzys i trwał przez kilka dni. Miałem pustkę w głowie i musiałem dłużej pomyśleć. Wtedy z pomocą przyszedł mi mój zeszyt z pomysłami (polecam Ci prowadzić taki zeszyt - ja zapisuje w nim tematy, na które chce pisać) oraz maile, które napisałem np. rok temu. Możesz wziąć starego maila, ewentualnie trochę przerobić i wysłać.

**Presja.**

Jesteś osobą, która nie lubi presji?

Jak większość, ale wcale nie musisz czuć presji.

Ja akurat lubię pisać maila w ten sam dzień, w który go wysyłam.

Ty nie musisz pisać maila w ten sam dzień i go wysyłać. Działaj tak jak Ci wygodnie.

Dzisiaj możesz pisać maila, którego zaplanujesz do wysyłki na jutro. Możesz w jeden dzień napisać nawet 5, 7 maili i zaplanować wysyłkę na cały tydzień. To zależy od Ciebie.

A co się stanie, jeśli dzisiaj nie wyślesz żadnego maila?

Koniec świata?

Nie! Nic się nie stanie. Nie dołuj się, jeśli z jakiegoś powodu nie uda Ci się dzisiaj wysłać wiadomości. Wyślesz jutro albo po jutrze.

Oczywiście Twoim celem powinno być wysyłanie maila średnio 4 razy w tygodniu, ale nic się nie stanie, jeśli pominiesz dzień, czy dwa. Zdejmij tą presję z siebie. To nie koniec świata.

Każdy ma gorsze dni, nawet zapalony w boju weteran.

Jeśli akurat masz pustkę w głowie, to zrelaksuj się i zajmij się czymś innym. Rozejrzyj się się dokoła. Może akurat zaraz pojawi się jakiś ciekawy temat. Możesz nawet napisać o tym, że brakuje Ci pomysłu na maila i połączyć to z brakiem pomysłu na biznes. Taki mail też może być ciekawy.

Wyjrzyj przez okno. Co widzisz? Śmieci na trawniku? Już masz pomysł na maila. Porównaj śmieci z trawnika ze śmietnikiem, który panuje w Internecie. Chodzi mi tutaj o śmieciowe oferty, czyli np. biznesy, które padają jeden po drugim lub o niedzielnych ekspertów.

Pamiętaj możesz pisać praktycznie o wszystkim, a jeśli dzisiaj akurat nie wyślesz maila, to nic się nie stanie. Jutro możesz napisać o tym dlaczego dzisiaj nie wysłałem maila :-)

# CZĘŚĆ PIĄTA
## *profesjonalista?*

Jaki profesjonalista... Zapomnij o tym!

To naprawdę bardzo poważny problem... *Wszystko musi być PERFECT.* Tylko, po co?

Właśnie, dlatego ludzie mają obawy przed pisaniem i wysyłaniem maili.

Szczególnie, jeśli chodzi o pisanie i wysyłanie każdego dnia lub nawet 3, 4 razy w tygodniu. Każde słowo, każde zdanie, każdy przecinek musi być na właściwym miejscu...

Jeśli nie sprzedajesz kursów z poprawnej pisowni to 2, 3 błędy nie mają znaczenia. Większości i tak to nie interesuje, a jeśli ktoś nie kupi od Ciebie tylko i wyłącznie z powodu jakiegoś błędu, to i tak nie jest dobrym materiałem na klienta. Dlatego moim zdaniem nie musisz się tym przejmować.

Są osoby, które specjalnie przekręcają jakieś wyrazy np. ja :-)

Z natury robię bardzo dużo błędów wszelkiego rodzaju, ale dodatkowo postanowiłem jeszcze od czasu do czasu przekręcić parę słówek.

Mam trochę czarny charakter (z czego dużo osób nie zdaje sobie sprawy :-)) i bardzo lubię nabijać się z niedzielnych liderów. Zamiast guru często nazywam ich Gooro (był taki cwaniak w Mortal Kombat, ale szybko został sprowadzony na ziemię) albo Gooru. Coś takiego może dodać to Twoich maili trochę świeżości.

Jest jeszcze jedno. Jeśli specjalnie bawisz się słówkami i przekręcasz niektóry literki, to możesz o wiele szybciej zostać zapamiętany.

Tak jak pisałem wcześniej, większość marketerów próbuje być politycznie poprawna i mocno zajeżdża od nich profesjonalizmem. Ja akurat jestem anty profesjonalistą i lubię bawić się email marketingiem.

Nie chodzi tutaj o obrażanie innych, ale o bycie sobą. Jeśli lubisz czarny humor jak ja i masz trochę czarnego charakteru w sobie, to pokaż to w swoich mailach.

Kolejnym powodem bycia anty profesjonalistą, jest szybkość pisania maili.

Nie masz spędzać połowy dnia na pisaniu jednej wiadomości. 30 Minut to powinien być maks, a najlepiej wyrobić się w 15 min. Założę się, że nad wiadomością do przyjaciela nie spędzasz połowy dnia? A tak powinieneś pisać. Jak do przyjaciela, bez zdjęć, kolorów i różnych wodotrysków. Prosty mail, oto jest cel.

Wiadomo, że czasami piszesz dłużej, a czasami krócej, ale staraj się wyrobić tak szybko jak to tylko możliwe.

Wysyłasz maile, bo chcesz sprzedawać produkty lub np. sponsorować nowe osoby do swojego biznesu MLM. To zapewni Ci przepływ gotówki, a to znowu pozwoli Ci zostać w grze i zapewnić dobrobyt sobie oraz swojej rodzinie. Jeśli będziesz nagle siedzieć po 3, 4 godziny w ciągu dnia nad jednym mailem, to raczej wiele nie zarobisz.

Moim zdaniem zarobisz nawet mniej, bo przez tak długie pisanie zaniedbujesz inne czynności np. te związane z promocją Twojego biznesu.

Zresztą Twoje maile wcale nie muszą być długie (więcej o tym już niedługo). Pieniądze lubią szybkość, a więc wyślij w końcu tego maila i przestań się stresować :-)

Twoje maile mogą przypominać rozmowę między przyjaciółmi. Gdy spotykasz się ze znajomymi to na pewno nie szkicujesz wcześniej scenariusza i nie zastanawiasz się godzinami, co będziesz mówić. Spotykasz się, rozmawiasz, żartujesz i dobrze się bawisz, a czasami nawet się wkurzysz.

Tak mają wyglądać Twoje maile. Anty profesjonalizm, jak zwykła rozmowa.

Słuchałeś kiedyś radia? Nie chodzi mi o muzykę, ale o jakąś rozmowę. Bryndal jest całkiem niezły. Słyszałeś którejś z jego rozmów? Jak one brzmią? Profesjonalnie?

Nie. Są na luzie, pełne fajnego humoru. I o to właśnie chodzi.

Pamiętaj również o tym, aby swój tekst edytować dopiero na końcu, czyli pisz szybko i edytuj na samym końcu.

Pieniądze lubią szybkość, a nie ślimaki.

# CZĘŚĆ SZÓSTA
## *różnorodność!?*

Lubisz się nudzić? Wiesz jak to jest... Chodzisz wtedy z kąta do kąta, wkurzasz się i nie wiesz, co masz ze sobą zrobić.

A chcesz, aby Twoi czytelnik po przeczytaniu Twojej wiadomości miał to samo? Chyba wiesz, co to oznacza? Tak, mniejsza skuteczność.

Niestety w dzisiejszych czasach ludzie bardzo szybko się nudzą i szybko tracą zainteresowanie. Istnieje wiele rzeczy, które odwracają ich uwagę, dlatego musisz zadbać o to, aby Twoje maile były różnorodne. Nie możesz pisać tylko i wyłącznie w ten sam sposób i o tym samym.

Powiem tutaj to samo, co w poprzednich częściach... Pisz o wszystkim, raz o tym a raz o tamtym.

Podam Ci przykład na podstawie pewnej popularnej serii TV.

Oglądałeś kiedyś serial Star Trek?

W świecie Star Treka istnieje pewna potężna cywilizacja o nazwie Borg.

Jeśli spotkasz Borga to możesz mieć poważny problem. Asymilują praktycznie każdego, kogo napotkają (obojętnie czy to kosmita, czy człowiek).

W dzieciństwie oglądałem bardzo dużo Star Trek i pamiętam jak dzisiaj, gdy w pewnym odcinku pojawił się Borg. Oto jeden z nich:

Wygląda groźnie, nie? Uwierz mi na słowo lepiej z nimi nie zadzierać.

Na pewnym etapie w serialu pojawiło się coś nowego i tajemniczego. Zrobiło się bardzo ciekawie, ponieważ nagle przedstawiono nową rasę. Potężne maszyny, które miażdżą praktycznie każdego (o ile dobrze pamiętam to chyba tylko jedna rasa była potężniejsza).

Teraz mam krótkie pytanie:

Jak myślisz, czy odcinki z potężną rasą Borg byłyby tak ciekawe, gdyby pojawiali się oni w każdej części? Na 99,99% nie. Rasa Borg nie robiłaby już takiego wrażenia.

Tak samo jest z mailem. Jeśli cały czas będziesz wysyłać to samo, jeśli każdy Twój mail to pytania i odpowiedzi, jeśli każdy Twój mail to lista kontrolna, jeśli w każdym mailu opowiadasz o tym, czego nie należy robić lub co trzeba robić, to zgadnij, co się stanie... Na śmierć zanudzisz swojego czytelnika.

Oczywiście istnieją też wyjątki:

Pierwszy to taki, gdy wprowadzasz na rynek jakiś nowy produkt np. kurs wideo na temat budowania listy kontaktów.

Drugi to taki, gdy np. wysyłasz maila, który zanotował dużą sprzedaż. Mogłeś się tego nawet nie spodziewać. Masz dzień jak każdy inny i po prostu napisałeś sobie maila pt. „Yoda i jego przepis na sukces”. Wysyłasz tego maila do swojej listy i nagle BUUM. Wielka sprzedaż.

W takim wypadku równie dobrze możesz wysłać jutro maila na ten sam temat, po jutrze też. Aż do momentu, gdy straci swoją skuteczność.

Nie ma w tym nic złego i uwierz mi, że nie jeden lider już tak robił. Jednak pamiętaj, aby skupić się na tym, aby Twoje maile były różnorodne.

# CZĘŚĆ SIÓDMA

***wklej coś...***

Tylko, co?

A teraz tak szczerze, to jest naprawdę ważne:

W każdym swoim mailu wklej jakiś link.

Obojętnie gdzie on prowadzi. Nie ma to znaczenia, czy sprzedajesz swój produkt, produkt jakiegoś innego marketera, obojętnie czy promujesz swój biznes MLM, czy system MLM... To wszystko nie ma znaczenia. Nawet nie musisz niczego sprzedawać, bo równie dobrze możesz odsyłać do Bloga lub kanału na YouTube.

Nie musisz też w każdym mailu promować tego samego. Nie ma nigdzie takiej reguły, ale moim zdaniem jednak nie warto z tym przesadzać. Jeśli codziennie będziesz promować nowy super produkt lub nowy super biznes, to możesz stracić zaufanie swoich czytelników.

Warto mieć jeden główny produkt i/lub jeden główny program. Wtedy będziesz mieć większą kontrolę nad swoim biznesem. Swój najważniejszy produkt lub biznes promujesz przez większość czasu, ale np. w momencie, gdy na rynku pojawi się coś ciekawego to poświęcasz np. tydzień na promocję tej nowej rzeczy. Wrócimy do tego trochę później (w sekcji bonusowej pokażę Ci prosty plan wykorzystania maili do budowy Twojego biznesu).

Twój link nie musi być umieszczony w centralnej części maila. Może być to link wklejony *przy okazji...*

Ja przeważnie piszę krótkie wezwania do akcji np. „Jeśli chcesz dowiedzieć się więcej na temat XYZ, to kliknij tutaj: Link.” „Jeśli chcesz zobaczyć jak robić to

dobrze, to kliknij tutaj: Link.”

Proste wezwania do akcji. Wtedy taki link jest w centralnej części maila, ale od czasu do czasu wklejam tzw. link przy okazji.

Jak to wygląda?

Dla przykładu:

Czasami podczas pisania po prostu wspominam o jakimś produkcie. Wtedy obok, przeważnie w nawiasie, wklejam link do tego produktu i piszę dalej. Nawet nie wspominam nic o tym, aby czytelnik w coś klikał, tylko dodaje czysty link.

Może to wyglądać tak:

*W mojej książce „Potęga jednego maile” (http://www.linkdoksiazki.pl)...*

Na pewno wiesz, co mam na myśli.

Taki link *„przy okazji”* może mieć całkiem dużą klikalność. Nie wygląda to jak nachalna sprzedaż. Wygląda to raczej tak jakbyś nikomu nie chciał niczego sprzedawać. Jak ktoś chce to po prostu klika a jeśli robisz to dobrze to zobaczysz, że dużo osób kliknie i przejdzie do Twojej strony.

Dodając linki do każdego swojego maila, możesz również zwiększyć zaufanie do swojej osoby.

Załóżmy, że napisałeś maila i dodałeś link. Nie musisz nawet niczego promować. Ważne, że jest link, który prowadzi do jakiegoś konkretnego miejsce. I teraz, jeśli Twój czytelnik klika w ten link i po przejściu na promowaną przez Ciebie stronę on nie czuje, że stracił czas, to jesteś w domu.

On nie traci swojego cennego czasu klikają w Twoje linki, bo po drugiej stronie zawsze znajdzie coś ciekawego. Dzięki temu zdobędziesz jego zaufanie i o wiele chętniej będzie klikać w Twoje linki.

Twoje wezwanie do akcji może być zabawne. Nie warto zawsze być sztywniakiem. Pokaż, że posiadasz coś takiego jak poczucie humoru.

Zobacz przykładowe wezwanie do akcji:

**Jeśli chcesz poznać sekret budowy ogromnych organizacji, którego nigdy nie usłyszysz w wiadomościach TVP to wskakuj w ciepłe skarpetki, spodnie i kurtkę i ruszaj na pociąg, który odjeżdża o 20:30 z tego peronu: link www**

Lub

**P.S. Chcesz rządzić w biznesie niczym King Kong na swojej wyspie? Uwierz mi, każdy chce być jak King Kong, ale tylko nielicznym się to udaje. Wykorzystaj ten specjalny system marketingowy i zdobądź odpowiednią moc: link www**

Na pewno jesteś zapisany na listach różnych ekspertów lub liderów?

Zastanów się ilu z nich pisze od czasu do czasu w taki sposób jak powyżej?

Pewnie nikt? Prawda jest taka, że większość osób po prostu tego nie robi. Pisząc z humorem, w zabawny i ciekawy sposób, możesz mieć o wiele większą skuteczność niż jakiś sztywny profesjonalista.

# CZĘŚĆ ÓSMA
## *wygląd linków...?*

Jak powinien wyglądać link w mailu?

Ma to być podlinkowany tekst typu: Kliknij tutaj...

A może czysty link www typu: www.MojaStrona.pl lub z nawiasem np. [www.xyz.pl]?

Ja używałem różnych wariantów i raz mam podlinkowany tekst, a raz czysty link www (nawet, jeśli używam maila w HTML).

Link www może bardziej wyróżnia się na tle całego tekstu. Tym bardziej, jeśli piszesz do starszej publiczności, ale nie o to tutaj chodzi.

Gdy czytasz jakiś tekst to link www stanowi pewnego rodzaju przerywnik. Zatrzymujesz się, bo Twoją uwagę przykuwa nagle link www. Wygląda to tak jak różowa piłka na tle białych. Taki link może i nie wygląda ładnie, ale przykuwa uwagę.

*(Nigdy nie wklejam linków partnerskich, jako link www. Wtedy tylko podlinkowany tekst)*

# CZĘŚĆ DZIEWIĄTA
## *długość maila?*

Czy istnieje coś takiego jak idealna długość maila?

Jak długie maile powinieneś pisać? Oto jest pytanie.

Ma to być 500 słów? 1000 Słów, a może 700 słów? A może mają to być potężne maile, czyli tak długie jak np. list sprzedażowy, który publikujesz na swojej stronie?

Moim zdaniem (pamiętaj żeby zawsze testować to u siebie) Twoje maile nie powinny być ani za krótkie ani za długie.

Ja zawsze staram się zmieścić w długości 300-500 słów. Dlaczego? Przez ludzi :-)

A dokładniej, ponieważ ludzie szybko tracą zainteresowanie. Bardzo łatwo można ich rozproszyć. Albo ktoś zadzwoni, albo w tle jest włączony telewizor, jakieś wideo na YouTube, albo płacze dziecko, albo listonosz przywiezie od dawna wyczekiwaną paczkę...

Powodów jest wiele, dlatego staram się nie przekraczać 500 słów. Przyznam od razu, że często mam z tym problem, ale bardzo intensywnie nad tym pracuję. Staram się stopniowo skracać maile, aby zmieścić się w przedziale nawet poniżej 300, 500 słów.

Najlepiej od razu przejść do rzeczy, bez zbędnego owijania w bawełnę. Jest to umiejętność, która akurat nie jest łatwa, ale zdobędziesz ją w trakcie pisania. Im częściej będziesz pisać, tym lepszy się staniesz.

Prawda jest taka, że trudniej pisze się maile, które są krótsze. Kto by pomyślał, ale tak jest. Mi zawsze łatwiej pisało się długie maile i przeważnie takie cały czas wysyłam.

Oczywiście długie maile też działają i czasami długi mail jest po prostu niezbędny. Jednak ze względu na krótką koncentrację uwagi staraj się pisać średniej długości maile. Maksymalnie 500 słów (czasami są wyjątki).

Jeszcze jedna uwaga, jeśli chodzi o pisanie maili.

Istnieją dwa formaty maila - czysty tekst i tekst pisany w HTML. Nawet, jeśli wysyłasz maile w HTML, to też mogą one wyglądać jak czysty tekst (ja często tak robię). Nie dodajesz żadnych zdjęć, żadnych kolorowych czy podkreślonych zdań. Ja preferuje dokładnie taką metodę - Twój mail powinien wyglądać jak wiadomość,

którą wysyłasz do przyjaciela.

Oczywiście pamiętaj, że nie wszystko działa tak samo u każdego. Są osoby (szczególnie firmy), które umieszczają swój tekst w różnych kolorowych szablonach i u niech to działa, dlatego warto to testować.

Jednak pamiętaj, aby na samym początku testować sprzedaż. Nie ilość otwartych maili czy kliknięć w link, tylko sprzedaż. Kliknięcia i otwarcia też mają znaczenia, ale na samym końcu liczy się Twoja sprzedaż.

Kliknięciami nie nakarmisz dzieci i nie opłacisz swoich rachunków, dlatego zawsze na pierwszym miejscu testuj sprzedaż.

Kolejną ważną rzeczą jest mail do przyjaciela (już o tym wspominałem). Staraj się, aby Twoje maile były osobiste.

## CZĘŚĆ DZIESIĄTA
### *co jeszcze zrobić z mailem?*

Poznasz teraz jedną z lepszych technik i ogromny PLUS częstego pisania maili.

Co zrobić z mailem po tym, gdy już go napiszesz i wyślesz do swojej listy? Dobre pytanie, prawda?

Zrób coś takiego: po napisaniu i wysłaniu maila opublikuj go na swoim blogu, w mediach społecznościowych, przerób na wideo i dodaj do YouTube i na Facebooka (też, jako wideo), następnie przerób go na audio i opublikuj, jako podcast, linki do bloga, audio i wideo również wklej w mediach społecznościowych.

Proste i skutecznie. Nie tylko możesz zwiększyć swoją sprzedaż i zaangażowanie na liście, ale również możesz zwiększyć ruch na swojej stronie.

Możesz również robić to w taki sposób:

Piszę maila i wysyłam. Spędziłeś na pisanie może jakieś 45, 60 minut i załatwione. Może będziesz mieć jakąś sprzedaż a może nie, zobaczymy. Jutro jest kolejny dzień, aby napisać nowego maila. Wysyłasz i może będziesz mieć sprzedaż a może nie... Prawie jak robota :-)

Oczywiście nie działaj w taki sposób.

Pierwsze, co powinieneś zrobić po napisaniu maila to opublikować go na swoim blogu. Pamiętaj, że piszesz często (prawie codziennie), a to oznacza, że

praktycznie, co 2, 3 dni masz nowy materiał na bloga. Google to uwielbia.

Google chce jak najwięcej treści, a Ty możesz mu to dać. Takie artykuły też są wartościowe i też mogą korzystnie wpłynąć na Twoje SEO.

Następnie przerabiasz swojego maila na wideo i publikujesz na YouTube. Z filmu linkujesz albo do swojej strony przechwytującej albo do swojego artykułu z bloga (pamiętaj, aby w każdym artykule mieć link do zapisania się na listę).

Na tym oczywiście nie koniec. Dalej robisz to samo, co powyżej, czyli audio i publikacja w mediach społecznościowych. Następnie wszystko linkujesz do swojego artykułu lub do strony przechwytującej.

Prawie zapomniałem :-)

Możesz zrobić jeszcze jedną rzecz ze swoim mailem. Możesz go zapisać, jako plik PDF lub PowerPoint i opublikować (oczywiście z linkiem) w serwisach typu slideshare.net.

Przerabiając maila na artykuł zawsze używaj tego samego tematu.

Ostatnio bardzo na popularności zyskują również nagrania audio, czyli podcast. Bierzesz po prostu swojego maila, siadasz wygodnie w fotelu, odpalasz dyktafon (powinien być w Twojej komórce), czytasz i nagrywasz.

Działając w taki sposób rozwiążesz przy okazji jeden z największych problemów początkujących osób: zadbasz o odpowiedni ruch na swojej stronie.

## CZĘŚĆ JEDENASTA

### *nieśmiertelny email*

W poprzedniej części pokazałem Ci kilka fajnych metod na to, co możesz jeszcze zrobić ze swoim mailem.

Nie ma sensu raz napisać maila, raz wysłać go do swojej listy i o nim zapomnieć. Twoje maile mogą pracować cały czas, nawet w nieskończoność i jeszcze dłużej.

W tej części mam dla Ciebie jeszcze jedną metodą. Jeśli to zrobisz, a nie jest to trudne to Twój mail będzie wieczny :-)

O co chodzi?

Od teraz Twoje maile mogą być wykorzystywane 24h na dobę i 365 dni w roku.

Przez cały czas i to na autopilocie.

Pokażę Ci to na przykładzie.

Załóżmy, że posiadasz jakiś dodatkowy produkt np. o Email Marketingu i na swojej stronie sprzedażowej dodajesz wyskakujące okienko z możliwością zapisu na autoresponder (takie okienko nazywa się pop-up). To okienko wyskakuje po 5 sekundach od załadowania strony oraz w momencie, gdy ktoś chce opuścić Twoją stronę.

Dodatkowo na samym dole swojej strony wklejasz stały formularz do rejestracji na autoresponder (jeśli masz dłuższą stronę to możesz ten formularz dodać również w 3 miejscach na stronie - początek, środek i koniec).

Bardzo mało marketerów działa w taki sposób, co szczerzę trochę mnie dziwi. Prawdopodobnie myślą, że zbierając adresy email ich sprzedaż będzie mniejsza, jednak to tak nie do końca działa.

Jeśli ktoś po raz pierwszy trafi na Twoją stronę sprzedażową to na 90% i tak niczego nie kupi. Takie są fakty i nie ma tutaj znaczenia jak dobrym Copywriterem jesteś i jak świetne oferty potrafisz pisać.

Czyli na swojej stronie sprzedażowej również możesz zbierać adresy email i to może również bardzo dobrze działać. Cały sekret polega na tym, aby za pomocą okienka pop-up zatrzymać i przykuć uwagę czytelnika. W zamian na zapis na listę może zaoferować jakiś fajny bonus. Może to być np. poradnik PDF (nie za długi, ale wartościowy - więcej o tym w kolejnym module).

To czy Twój czytelnik przeczyta teraz Twoją stronę sprzedażową nie ma tak naprawdę znaczenia. Oto, co się dzieje: w momencie, gdy Twój czytelnik wypełni formularz, to trafia do kolejki email w autoresponderze.

Zbierasz po prostu wszystkie wiadomości e-mail, które pasują tematycznie i które już wcześniej wysłałeś do swojej głównej listy i dodajesz w autoresponderze, jako maile follow up. W tym wypadku nie wysyłasz już tych maili ręcznie każdego dnia. Na tej dodatkowej liście te maile wychodzą automatycznie. Bez Twojej ingerencji, czyli ustawiasz je raz a autoresponder w danym dniu wysyła je z automatu.

Stworzyłeś w autoresponderze po prostu dodatkową kampanię i połączyłeś ją ze stroną sprzedażową. Wykorzystujesz w tym przypadku maile, które już wcześniej napisałeś i wysłałeś do swojej głównej listy.

Polecam Ci ustawić tą dodatkową kampanię min. na rok czasu, czyli osoba, która

zapisze się na stronie sprzedażowej powinna min. przez rok czasu otrzymywać maile z automatu.

Taką kampanię też najlepiej ustawić tak, aby maile wychodziły, co 2, 3 dni, ale tutaj wszystko zależy od tego ile tych maili posiadasz. Jeśli nie masz ich wystarczająco dużo, to polecam pierwsze 4 wiadomości ustawić tak, aby wychodziło codziennie a pozostałe, co 3, 4 dzień.

Gdy napiszesz nowego maila to dodajesz go na koniec kolejki.

W taki sposób możesz budować sobie dodatkową listę kontaktów, która jest przy okazji zawężona tematycznie. Ta kolejka maili może wychodzić praktycznie w nieskończoność.

Wskazówka:

Zbuduje dwa rodzaje strony sprzedażowej.

Jedna z okienkiem pop-up i z formularzem z autorespondera, a druga bez okienka pop-up i bez formularza.

Pierwszą wersję strony promujesz wśród nowych osób, a drugą wersję promujesz już wewnątrz swojego autorespondera, czyli wersję bez formularza widzą tylko osoby, które już się zapisały na listę.

Jest to bardzo mocna strategia działania, która może mieć duży wpływ na wzrost Twojej sprzedaży. Zauważ, że nawet, jeśli z jakiegoś powodu przez np. 5 dni nie będziesz wstanie wysłać maila do swojej głównej listy to osoby z tej dodatkowej przez cały czas będą otrzymywać maile.

Takich dodatkowych i tematycznych list możesz mieć tyle na ile pozwoli Ci Twój autoresponder.

Nic nie stoi również na przeszkodzie, aby maile, które np. wysłałeś rok temu delikatnie przerobić (jeśli jest taka potrzeba) i wysłać ponownie dzisiaj.

# ROZDZIAŁ SZÓSTY...

# Przynęta (dam Ci coś...)!

Nie na ryby :-)

Ta przynęta służy do czegoś zupełnie innego i stanowi tak jakby wrota wejściowe do Twojego biznesu. Jest to tzw. Lead Magnet, ale łatwiej wymówić *Przynęta* :-)

To właśnie w dużej mierze od przynęty zależy, czy Twoja strona przechwytująca będzie skuteczna i czy zrealizujesz swoje marketingowe cele (dobrze przygotowana przynęta, może mieć również duży wpływ na Twoją sprzedaż).

Dużo osób już na tym etapie popełnia poważny błąd.

Skoro taka przynęta nic nie kosztuje to jej zawartość nie musi być koniecznie najwyższej jakości... Przecież nikt Ci za to nie płaci, prawda?

Jesteś pewien, że za przynętę nikt nie płaci?

Otóż płaci. Swoim adresem email, a to też ma znaczenie.

Twoja przynęta musi być jak najwyższej jakości i musi się wyróżniać.

W dzisiejszych czasach ludzie są bombardowani darmową wiedzą i na podstawie Twojej przynęty oceniają Twój cały biznes oraz wyrabiają sobie zdanie na Twój temat.

**WSKAZÓWKA:**
Twoja przynęta musi być tak dobra, że mógłbyś bez najmniejszego problemu ją sprzedawać.

Zawartość:
Umieść w swojej przynęcie 1, 2 lub 3 swoje najlepsze wskazówki. Jakieś wewnętrzne informacje, które na zewnątrz są trudno dostępne i które normalnie można sprzedawać.

**Rodzaje przynęty.**
Masz tutaj dużo możliwości.

Twoją przynętą może być:

a. Raport/Poradnik

b. E-Book

c. Nagranie wideo

d. Nagranie audio

e. Nagranie jakiegoś szkolenia. Może to być szkolenie stacjonarne lub np. nagranie webinaru

f. Gratisowa analiza

g. 10-15 Minutowa konsultacja na ZOOM lub konsultacja przez email

h. itd.

## Podstawy dobrej przynęty

1. Przynęta jest wartościowym produktem, który rozwiązuje jakiś specyficzny problem Twojego czytelnika.

2. Przynęta nie jest tak naprawdę darmowym produktem. Twój czytelnik otrzymuje swoją przynętę dopiero w momencie, gdy pod Ci swój adres email.

3. Przynęta musi wywoływać natychmiastowy efekt Aha.

*Znajdź to coś, co wyróżnia Cię na tle konkurencji*
*i wykorzystaj to w swojej przynęcie.*

Dwie proste strategie:

**Strategia nr 1: Tajny Raport** - Są to informacje przeznaczone tylko dla wtajemniczonych osób, czyli tylko dla osób, które zapiszą się na Twoją listę kontaktów. Takich materiałów nie można dostać u Twojej konkurencji i dodatkowo rozwiązują one jakiś poważny problem Twojego czytelnika.

**Strategia nr 2: Odpowiedź na PALĄCE pytanie** - Jest to jedna z najlepszych przynęt. Ma dużą wartość i nie jest trudna do stworzenia.

## STRATEGIA NR 1

### *bądź inny, bądź sobą i odróżniaj się od całej reszty*

To, co najlepiej będzie działać, to przede wszystkim nie jakiś obszerny i zaawansowany E-Book.

Dlaczego?

Po pierwsze, napisanie takiego E-Booka zajmie Ci dużo czasu, a po drugie, Twój czytelnik też będzie mieć problem z przerobieniem tego materiału. Przejście od momentu czytania do kolejnego kroku, będzie mocno odroczone w czasie (chyba, że będzie to naprawdę duża wartość).

Lepiej będzie działać prosty raport.

Kilka wskazówek:

- Potrzebujesz jakiejś konkretnej wiedzy, ekspertyzy albo doświadczenia. Musi być to coś, czego nikt inny nie ma.
- WYSTARCZY, że to coś będzie tylko trochę inne od tego, co oferują inni marketerzy.
- Ważne: Twój raport musi wyróżniać się na tle konkurencji.
- Ludzie sami z siebie muszą być tym zainteresowani. Oni muszą po prostu chcieć to dostać.

Przykładowy raport:

***„Jak w 7 dni zdobyć 12.000 nowych czytelników?”***

-LUB-

***„12.000 Nowych Czytelników w 7 Dni!”***

Warto też zadbać o okładkę.

**Objętość:**

Dużo osób popełnia jeden poważny błąd. Często piszą po prostu za dużo. Ja też nie należę do wyjątków, ponieważ nawet obecnie rozdaję dwa poradniki, które zawierają około 100 stron każdy (właśnie czytasz jeden z nich – miał kosztować 47 – 97 zł).

To też może dobrze działać, jednak występuje tutaj pewne ryzyko. Czytanie może być odkładanie na później, a to jest podstawa. Przed podjęciem kolejnych kroków Twój czytelnik musi zapoznać się z Twoim materiałem.

Dlatego, akurat w tym wypadku, mniej znaczy więcej (szczególnie, jeśli dopiero zaczynasz działać):

- Raport o długości 20-40 stron w zupełności Ci wystarczy.
- Staraj się pisać krótkie rozdziały, 2-5 stron na rozdział.
- Na jeden rozdział powinien przypadać tylko jeden pomysł.
- Pisz prostym i zrozumiałym językiem. Czytelnik musi szybko przetrawić Twoje informacje i szybko wdrożyć je w praktyce.
- Twój czytelnik powinien doznać efektu Aha i otrzymać realną korzyść.

**Krótkie podsumowanie:**

a. **Nie wszystko naraz!**

   Nigdy nie zdradzaj wszystkich swoich tajemnic naraz. Zaoferuj jedno, ale konkretne rozwiązanie na jeden konkretny problem. Dajesz wartościowe informacje i rozwiązujesz poważny problem swojego czytelnika, ale niech on pozostanie cały czas głodny. Musi nabrać chęci na resztę.

b. **100 różnych rozwiązań?**

   Tylko nie to. Nie rób tego. Ludzie szukają jednego, konkretnego i prostego rozwiązania. Nie interesuje ich 1001 trików, 500 stron, czy 25 filmów wideo. Rozwiązuj jeden duży problem zamiast 1000 małych.

c. **Rezultaty!**

   Zastanów się... Czego tak naprawdę chce Twój czytelnik? Jeśli Twoja przynęta faktycznie rozwiązuje jakiś palący problem Twojego czytelnika, to

zobaczysz, że on bardzo chętnie zostawi Ci swój adres email. Dlatego nie koncentruj się na faktach, ale mów o zmianach, transformacji, efektach, które Twój czytelnik może mieć.

d. **Szybkie efekty!**

Co to znaczy szybkie efekty? Załóżmy, że Twoją przynętą jest 10 częściowy kurs wideo. Twój subskrybent przez 10 dni będzie otrzymywać nową część. Pytanie: czy w takiej sytuacji on ma jakąś szansę na szybki efekt?

Niestety, szanse są małe. Twój czytelnik potrzebuje wyników. Jak najszybciej, a najlepiej jeszcze dzisiaj. Wyjątek może być w momencie, gdy każde z tych 10 filmów wideo jest osobną i wartościową przynętą.

e. **Ekspert?**

Jeśli Twoja przynęta będzie wartościowa to przy okazji będzie pozycjonować Cię na eksperta. A czasami nawet na lidera, który jest jeszcze poziom nad ekspertem.

f. **Wartość!**

Nie rozdajesz swojej przynęty za darmo. Wymieniasz ją za adres email Twojego czytelnika, dlatego nie myśl w taki sposób, że jest to darmowy materiał. Często ludzie myślą, że skoro jest to za darmo to wartość może być umowna... Wielki błąd!

Twój subskrybent na podstawie Twojej przynęty może określić wartość Twoich pozostałych materiałów. Jeśli już na samym początku oferujesz kiepskie materiały to czy warto z Tobą współpracować?

Może ktoś zapisze się na Twoją listę kontaktów, ale po zapoznaniu z przynętą raczej szybko o Tobie zapomni. Dlatego zadbaj o wartościowe materiały.

g. **Speed!**

Pieniądze lubią szybkość. Wiedziałeś? Dlatego Twoja przynęta nie może być za długa. E-Book na 200 stron to czasochłonna przeszkoda do pokonania i słaby punkt w Twoim lejku sprzedażowym.

Twoja przynęta powinna być szybka. Twój czytelnik powinien przerobić te informacje w 15 minut i od razu wdrażać je w praktyce.

# STRATEGIA NR 2

## *e-book eksperta, czyli odpowiedź na PALĄCE pytanie!*

Ta przynęta, jeśli jest dobrze zbudowana, może umieścić Cię na równi z najlepszymi ekspertami i liderami w branży.

Zalety tej strategii:

- E-Book eksperta nie jest trudny, czyli łatwo go wyprodukować,
- Możesz wykorzystać markę najlepszych ekspertów w branży i na ich plecach wspiąć się na podobny lub nawet ten sam poziom,
- Ma dużą wartość w oczach innych osób i...
- Możesz korzystać z takiego E-Booka przez wiele lat (nie traci z czasem na wartości).

Jak zacząć?

Przygotuj jedno lub kilka najważniejszych pytań... Mają to być palące pytania, na które Twój czytelnik potrzebuje konkretnej odpowiedzi.

Następnie zadaj te pytania najlepszym ekspertom i liderom...

Co dalej?

Po otrzymaniu odpowiedzi (możesz też dodać coś od siebie) stwórz swój własny E-Book eksperta.

**Wyróżniaj się na tle swojej konkurencji.**
To może być nawet jedno palące pytanie, które zadajesz kilku różnym ekspertom. Zobaczysz, że w większości przypadków odpowiedzi będą się od siebie różnić.

Z każdym z tych ekspertów możesz przeprowadzić krótki wywiad. Większość pewnie zgodzi (jeśli mają czas). Później możesz taki wywiad delikatnie edytować i spakować w fajnego i wartościowego e-booka.

Przykład pytania: *„Jeśli dzisiaj zaczynasz od zera to co robisz? Jakie są Twoje najlepsze strategie i plan działania, aby od kompletnego zera zbudować dochodowy i stabilny biznes online?”*

WAŻNE!
Swoje pytania zadajesz doświadczonym ekspertom i liderom. Nie mogą być to osoby, które dopiero zaczynają działać i udają Kin Konga marketingu.

**E-Book eksperta w 6 prostych krokach:**

1. Wybierz jedno lub kilka palących pytań/ największych problemów. Muszą być to pytania, na które Twój czytelnik potrzebuje szybkiej i konkretnej odpowiedzi.

2. Stwórz listę najlepszych ekspertów z branży. Im większa tym lepiej, bo nie zawsze każdy się zgodzi.

3. Wyślij do nich wiadomość z zaproszeniem do wywiadu i informacją, że będą częścią Twojego e-booka. Musisz w jakiś sposób zachęcić danego eksperta, czyli on też misi mieć z tego jakąś korzyść np. aktywny link do jego strony.

4. Dla dodatkowej zachęty wykorzystaj również nazwiska ekspertów, którzy wyrazili zgodę.

5. Wyślij kolejnego maila do tych ekspertów, od których nie uzyskałeś jeszcze odpowiedzi.

6. Teraz przyszedł czas na wywiad. Najlepiej na Skype lub przez Google Hangouts, ZOOM itp. Następnie możesz komuś zlecić transkrypt lub samemu wszystko spisać, edytować i stworzyć fajnego e-booka.

# ROZDZIAŁ SIÓDMY...
# UPSELL?!

Budujesz listę kontaktów, płacisz za reklamę, ale co dalej?

Jak zarabiać praktycznie od razu? W jaki sposób budować listę tak, aby koszty reklamy zwracały się jeszcze w tym samym miesiącu?

Dobre pytanie, ale istnieje też dobra odpowiedź.

W momencie, gdy Twój czytelnik zostawi Ci swój adres email i potwierdzi chęć otrzymywania maili (kliknie w link potwierdzający z maila), to możesz go skierować do tzw. jednorazowej oferty. Inaczej Upsell lub OTO (jak zwał tak zwał).

Jest to dopiero początek budowania relacji z Twoim subskrybentem, dlatego nie warto od razu pokazywać mu produktów za np. 497 zł lub więcej. Ale jeśli pokażesz swojemu subskrybentowi bardzo dobry produkt z 60-90% obniżką ceny to zobaczysz, że bardzo mocno zastanowi się nad tym produktem.

Celem nr 1 oferty OTO (jednorazowa oferta - duża wartość, niska cena) jest maksymalna redukcja kosztów reklamy i marketingu. Jeśli zrobisz to dobrze to będziesz wstanie kupić praktycznie nieograniczoną ilość reklamy.

Istnieje również coś takiego jak oferta Tripwire.

Ofertę Tripwire możesz pokazać jeszcze przed OTO. Wygląda to wtedy w taki sposób:

Zapis Na Listę => Oferta Tripwire => OTO => Strona Dziękuję (dziękujesz po prostu za zakup, rejestrację i informujesz jak pobrać zakupione produkty).

Ofert OTO może być więcej lub mniej.

**Na czym polega Tripwire?**

Ta oferta ma być tak atrakcyjna, że Twój subskrybent nie będzie mógł przejść obok niej obojętnie. Jeśli z niej nie skorzysta to może oznaczać to nawet koniec świata, poważnie. Tripwire kosztuje przeważnie poniżej 20 albo i nawet poniżej 10 zł, a realna wartość produktu może wynosić nawet 100 i 200 zł. Warto się do tego przyłożyć.

**WAŻNE!**
Zadaniem oferty Tripwire, jest zamiana zwykłego czytelnika na klienta. Nie chodzi tutaj o zarobek. Pierwsza sprzedaż jest zawsze najtrudniejsza a dzięki Tripwire od razu budujesz NAJCENNIEJSZĄ listę na świecie, czyli listę klientów.

Jeśli Tripwire kosztuje np. 7 zł to pierwszy OTO może kosztować 47-97 zł a drugie OTO 197-297 zł (ważne, aby zachęcić czytelnika dużą obniżką ceny i dużą wartością produktu).

Oferta Tripwire to świetny sposób na to, aby już na samym początku pokazać Twojemu czytelnikowi wartość Twoich materiałów, a nawet całego biznesu. Dlatego Tripwire musi być powiązany z linią Twoich produktów lub biznesem, a dokładniej powinien stanowić tak jakby próbkę tego, co masz do zaoferowania.

**Jak stworzyć dobrą ofertę Tripwire?**

- Zastanów się nad tym, co jest **NAJWIĘKSZYM problemem** Twojego potencjalnego klienta/współpracownika?
- Sprawdź, co oferuje Twoja konkurencja...
- Jaka oferta powoduje u Twojego czytelnika uczucie typu: **„Muszę to mieć!”**!
- Daj swojemu czytelnikowi rozwiązanie na jego największy problem.
- Oferta Tripwire nie musi być długa. Wystarczy Ci raport na 40-60 stron. Warunek jest tylko taki, że muszą być to wartościowe i przydatne materiały.
- Ofertą Tripwire może być E-Book, nagranie wideo, usługi, konsultacje, fizyczna książka itp.
- Wskazówka: możesz dodać na swojej stronie zegar, który jest ustawiony np. na 10 minut. Po tym czasie cena produktu Tripwire wzrośnie do standardowej np. z 7 zł do 47 zł.

Przykładowa oferta Tripwire:

*Firma hostingowa w ramach kupna hostingu oferuje instalację i optymalizację bloga w cenie np. 20 zł.*

Tak jak mówiłem wcześniej, zadaniem oferty Tripwire nie jest zarobek. Ta oferta ma przede wszystkim zamienić Twoich czytelników w pierwszych klientów.

Tripwire wymaga od Twoich czytelników:

- Więcej zaangażowania,
- Poświęcenia więcej czasu i wydana pieniędzy,
- Większe zobowiązanie,
- Musi mieć większy problem z powiedzeniem „Nie” niż „Tak”,
- Cel to oczywiście Pierwszy Zakup, czyli transformacja z tzw. zimnego ruchu (osoby, z którymi nie masz jeszcze zbudowanej żadnej relacji, często są to też osoby, które Cię jeszcze nie znają) w ciepły ruch/rynek wewnętrzny (są to osoby, które już Cię znają, zaufały Tobie i coś od Ciebie kupiły lub podjęły współpracę).

Byłeś kiedyś w supermarkecie, tak?

Zapewne byłeś... Czyli na pewno pamiętasz jak pani lub pan przy kasie oferował Ci jakiś dodatkowy i tani produkt?

**Najlepsze oferty Tripwire** działają podobnie jak impulsywne zakupy przy kasie. Widzisz coś atrakcyjnego i taniego i odruchowo kupujesz ten towar. Pamiętaj, że Twoja oferta musi być dopasowana do Twojej grupy docelowej i powinna kosztować tak od 7 do 20 zł.

**Prosty język** - produkt Tripwire musi być prosty i zrozumiały. Na etapie oferty Tripwire Twój czytelnik jeszcze prawdopodobnie Cię nie zna, czyli nie masz z nim żadnych relacji. W większości przypadków może Ci nawet nie ufać, dlatego kupno produktu Tripwire musi być łatwą decyzją. Jest tani, wartościowy i rozwiązuje jeden poważny problem czytelnika.

**100% rozwiązanie na wszystko?** Tripwire musi być wartościowy, ale nie możesz od razu rozwiązywać wszystkich problemów. Najlepsze oferty Tripwire dokładnie rozwiązują jakiś pierwszy element problemu, ale nie całość. Aby otrzymać kompleksowe rozwiązanie Twój czytelnik musi kupić Twój główny produkt, który może być oferowany, jako kolejny krok, czyli oferta OTO.

**Wygląd** - Tripwire może i jest tani, ale nie może tak wyglądać. Zadbaj o dobry wygląd, aby Twój klient od razu widział, że ten produkt jest wartościowy.

**Praktyczne zastosowanie** - produkt Tripwire to pierwsza transakcja Twojego nowego klienta z Tobą. Jeśli już na tym etapie pójdzie coś nie tak to raczej nie dostaniesz drugiej szansy. Dlatego zadbaj o to, aby Twój klient był zadowolony z zakupu.

Normalna sprawa :-)

**WSKAZÓWKA!**
Produkt Tripwire nie musi być Twój.

Możesz wykorzystać produkty z programów partnerskich np. książki.

# ROZDZIAŁ ÓSMY...
# System FINANSOWANIA Listy

Ciekawe czy znasz odpowiedź na to pytanie:

*„Dlaczego większość osób nie odnosi sukcesu w Marketingu Internetowym i Marketingu sieciowym?”*

Jak myślisz?

Jeśli chcesz skutecznie rozwijać swój biznes w Internecie to podstawom wszystkich podstaw jest BUDOWA listy adresowej. Niestety jednocześnie jest to również wielki problem.

Ludzie generują po prostu za mały ruch na swoją stronę i dlatego mają problem z budową listy.

Za mały ruch na stronie = Brak Listy

Brak Listy = Brak Sukcesu

Twoim pierwszym i podstawowym celem powinno byś zbieranie adresów email. Niezależnie od tego, w jakiej branży działasz, lista to absolutna konieczność. Powiem nawet więcej, lista adresowa to jest tak naprawdę Twój PRAWDZIWY biznes!

Znasz to powiedzenie:
*„Pieniądze są w liście!”*

Jest to tylko część prawdy, ponieważ pieniądze są tak naprawdę w relacjach, które masz zbudowane z osobami z Twojej listy.

Przyjęło się również mówić coś takiego:
Jedna osoba na liście = 1 zł zarobku, czyli jeśli masz 1000 osób na liście, to powinieneś zarabiać 1000 zł.

Jeśli masz 2000 osób na liście to powinieneś zarabiać 2000 zł.

Jeśli masz 10000 osób to powinieneś zarabiać 10000 zł itd.

Mam dla Ciebie ważną wiadomość. Te statystyki są przestarzałe. Jeśli Twój jeden subskrybent jest wart 1 zł, czyli jeśli masz 1000 osób na liście i zarabiasz 1000 zł, to robisz coś źle.

Jeszcze kilka lat temu jeden subskrybent mógł faktycznie być wart 1 zł, ale w dzisiejszych można zarabiać o wiele więcej na swojej liście.

**Czego potrzebujesz do budowy listy adresowej?**

Potrzebujesz oczywiście strony przechwytującej. Jak już zapewne wiesz, zadaniem takiej strony jest pozyskanie adresu email Twojego czytelnika. Występuje tutaj wymiana adresu email za jakiś atrakcyjny bonus, który wysyłasz na podany adres email (chodzi o przynętę).

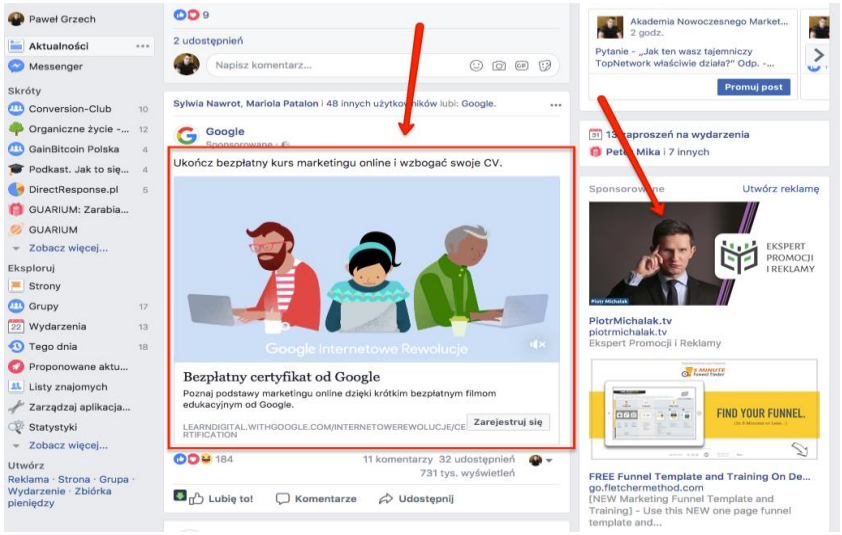
Przykład takiej strony:

**Wskazówka:**
Na powyższej stronie pobierany jest adres email oraz imię, jednak polecam Ci zbierać sam adres email. Powód jest bardzo prosty: Im więcej danych będziesz zbierać tym skuteczność Twojej strony będzie spadać, czyli mniej osób zapisze się na Twoją listę.

Większość osób buduje swoje listy w błędny sposób, przez co tracą niestety bardzo dużo pieniędzy.

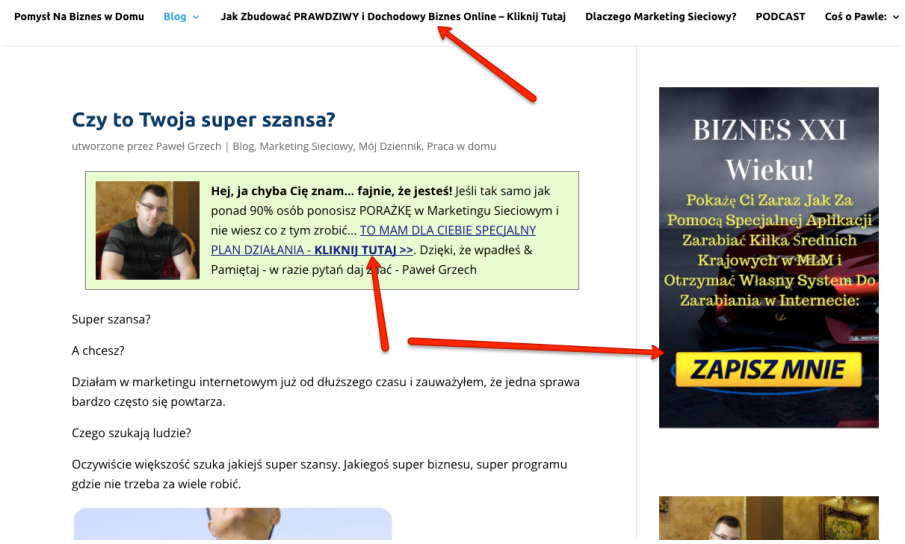
Pokażę Ci teraz w kilku krokach jak proces budowy listy kontaktów powinien dokładnie wyglądać.

**Krok #1:**
Na początku kupujesz reklamę. W tym przykładzie jest to akurat reklama kupiona na Facebooku, ale gdzie kupujesz reklamę nie ma teraz znaczenia.




**Krok #2:**
Czytelnik po kliknięciu w link z reklamy ląduje na Twojej stronie. Teraz za pomocą przynęty (bonus, który wysyłasz w mailu) zachęcasz swojego czytelnika do zapisu na Twoją listę kontaktów. Możesz reklamować bezpośrednio swoją stronę przechwytującą (nie zawsze jest to możliwe) lub np. artykuł z bloga.

Na blogu możesz zbierać listę w kilku miejscach np.:




Do kroku nr 2 wszystko przebiega jeszcze prawidłowo. Zobaczymy, co będzie dalej...

**Krok #3:**
Po wypełnieniu formularza z autorespondera Twój subskrybent musi otrzymać dalsze wskazówki:

Proces budowania listy na razie przebiega cały czas poprawnie. Pamiętaj, aby powyższa strona, czyli strona, którą Twój czytelnik zobaczy od razu po zapisaniu się na autoresponder była w języku polskim. Jak widzisz na tej stronie jest krótka informacja, co zrobić dalej.

**Krok #4:**
Oto mail z linkiem do potwierdzenia subskrypcji (informacja o tym mailu znajduje się na powyższej stronie). Jest to metoda zapisu Double-Optin, czyli po zapisaniu na listę Twój subskrybent musi dodatkowo potwierdzić chęć otrzymywania maila (polecam korzystać Ci z tej metody):

Witam serdecznie,
Paweł Grzech kłania się z tej strony!

Oto link do potwierdzenia Twojego adresu email:

http://mail.pgrzech.pl/api/subscribers/activate/9977/35/3b3cd26104f44bf1a217

Do zobaczenia po drugiej stronie,
Paweł Grzech

**Krok #5:**
Tutaj już zaczynają się schody.

Większość osób na tym etapie popełnia poważny błąd. Wiedziałem o tym od lat, a mimo wszystko też nie robiłem tego tak jak należy.

Twój czytelnik potwierdza w kroku nr 4 chęć otrzymywania Twoich maili i z automatu (po kliknięciu w link z maila - krok #4) jest przekierowany na stronę z krótką informacją, że wszystko się udało:

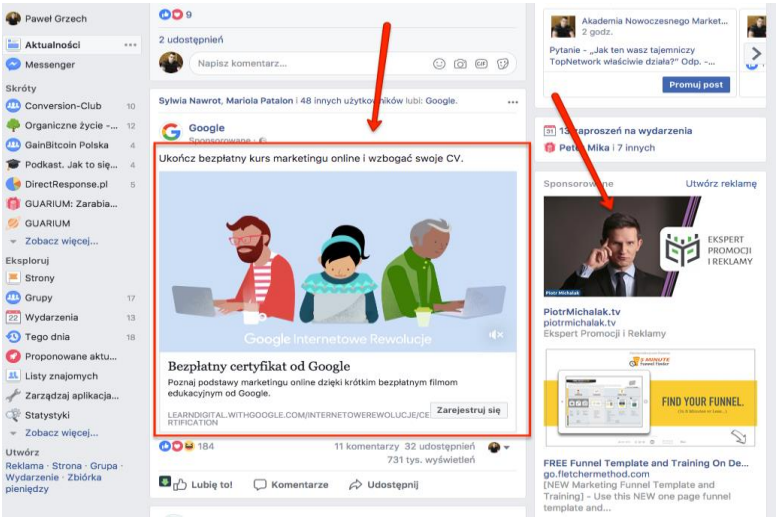
Ogromny błąd!

Od kroku nr 1 do kroku nr 4 wszystko przebiegało szybko i sprawnie, ale w kroku nr 5 mamy już poważny błąd. Przez coś takiego tracisz pieniądze i pomniejszasz swoje szanse na sukces. Musimy coś zmienić.

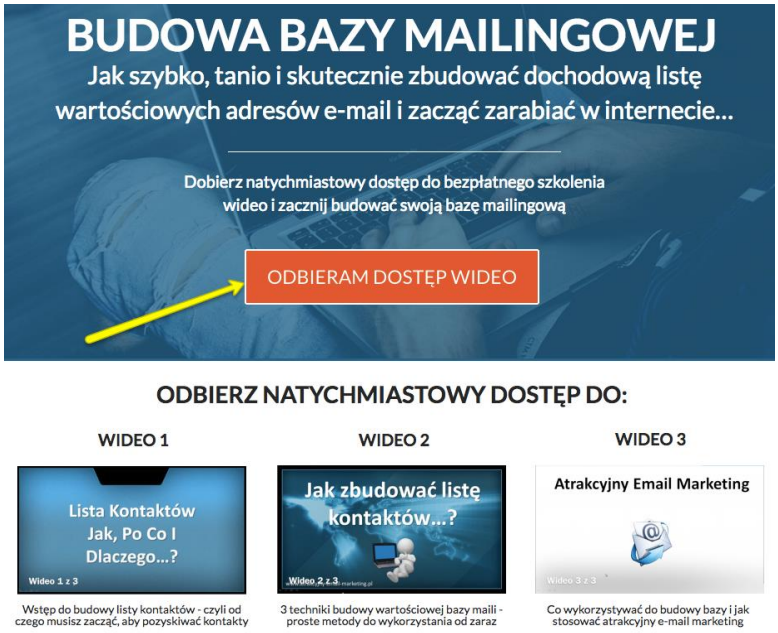
**Oto strategia finansowania Twojej listy kontaktów... Dzięki temu już od kroku nr 5 zarabiasz pieniądze.**

Pierwsze 4 kroki są praktycznie takie same. Wprowadziłem tylko małe poprawki.

**Krok #1:**
Kupujesz reklamę np. na Facebooku (równie dobrze może być to Google AdWords oraz inne media):

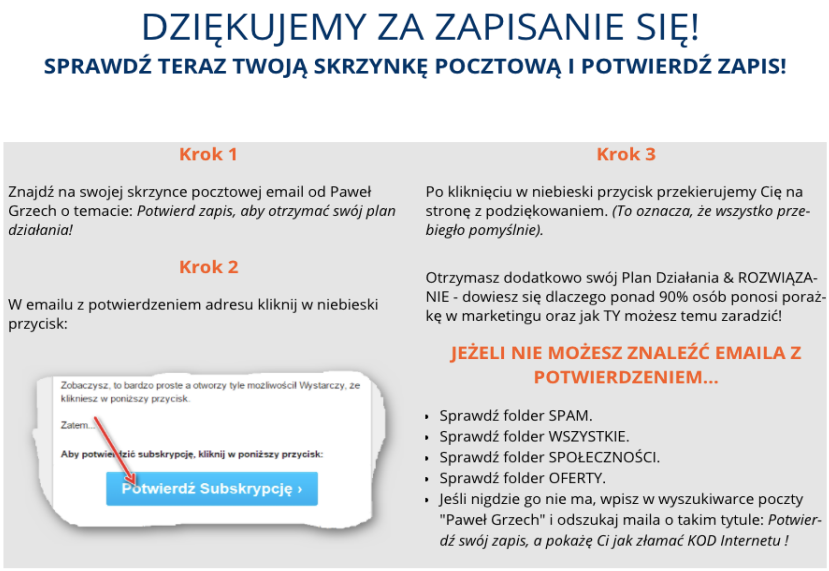


**Krok #2:**
Po kliknięciu w reklamę Twój czytelnik ląduje na stronie, którą reklamujesz:




*(W tym przykładzie kierujemy bezpośrednio do strony przechwytującej)*

**Krok #3:**
Twój czytelnik zapisał się na listę i od razu otrzymuje wskazówki jak odebrać swój bonus (przynęta):

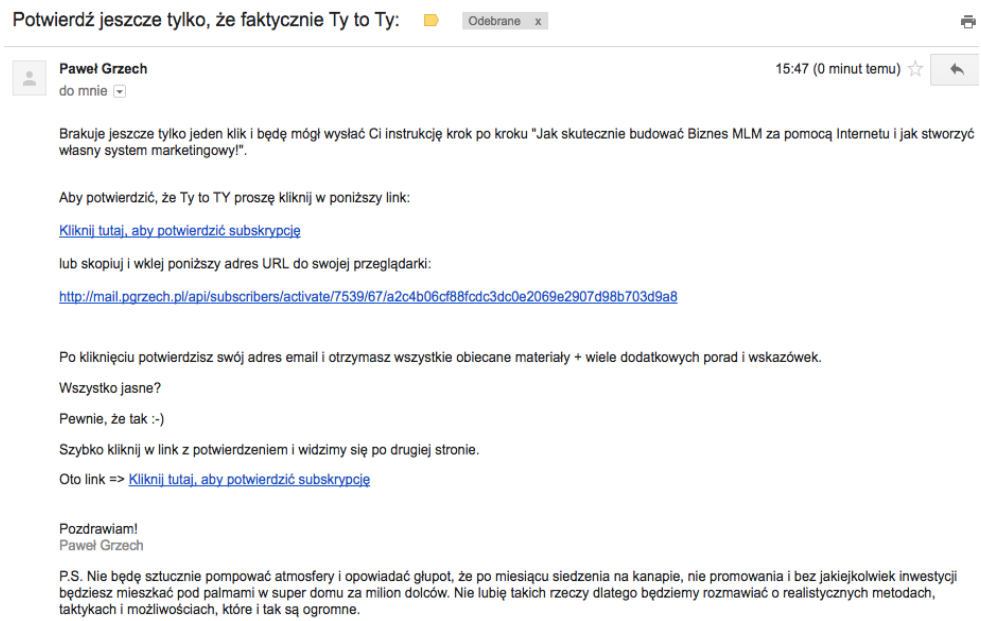



Zauważyłeś różnicę? Na pewno tak.

Jak widzisz zmieniłem stronę z potwierdzeniem. W poprzednim przykładzie pojawiała się strona systemowa, która jest generowana przez wielokrotny autoresponder. Powyższą stronę zrobiłem sam za pomocą prostych narzędzi i dałem trochę więcej informacji.

Poprzednia strona też nie była zła i teoretycznie mogła zostać, ale moim zdaniem warto trochę się wysilić i zrobić własną, unikalną stronę (narzędzie do budowania takich stron znajdziesz w tym pakiecie).

**Krok #4:**
Oto mail z linkiem do potwierdzenia subskrypcji:



Potwierdź jeszcze tylko, że faktycznie Ty to Ty: Odebrane x

**Paweł Grzech** 15:47 (0 minut temu)
do mnie

Brakuje jeszcze tylko jeden klik i będę mógł wysłać Ci instrukcję krok po kroku "Jak skutecznie budować Biznes MLM za pomocą Internetu i jak stworzyć własny system marketingowy!".

Aby potwierdzić, że Ty to TY proszę kliknij w poniższy link:

Kliknij tutaj, aby potwierdzić subskrypcję

lub skopiuj i wklej poniższy adres URL do swojej przeglądarki:

http://mail.pgrzech.pl/api/subscribers/activate/7539/67/a2c4b06cf88fcdc3dc0e2069e2907d98b703d9a8

Po kliknięciu potwierdzisz swój adres email i otrzymasz wszystkie obiecane materiały + wiele dodatkowych porad i wskazówek.

Wszystko jasne?

Pewnie, że tak :-)

Szybko kliknij w link z potwierdzeniem i widzimy się po drugiej stronie.

Oto link => Kliknij tutaj, aby potwierdzić subskrypcję

Pozdrawiam!
Paweł Grzech

P.S. Nie będę sztucznie pompować atmosfery i opowiadać głupot, że po miesiącu siedzenia na kanapie, nie promowania i bez jakiejkolwiek inwestycji będziesz mieszkać pod palmami w super domu za milion dolców. Nie lubię takich rzeczy dlatego będziemy rozmawiać o realistycznych metodach, taktykach i możliwościach, które i tak są ogromne.

Mamy tutaj też małą zmianę. Jak widzisz ten mail zawiera trochę więcej informacji niż poprzedni. Oczywiście cały czas korzystamy z metody zapisu Double-Optin.

Twój subskrybent, aby otrzymać swoje bonusy oraz dalsze maile musi po prostu potwierdzić chęć otrzymywania maili. Jest to ważne, ponieważ dzięki temu unikniesz oskarżeń o spam.

**Krok #5:**
Pamiętasz co było w kroku nr 5?

Od tego miejsca zaczynały się schody, czyli wielki błąd, który popełnia większość osób.

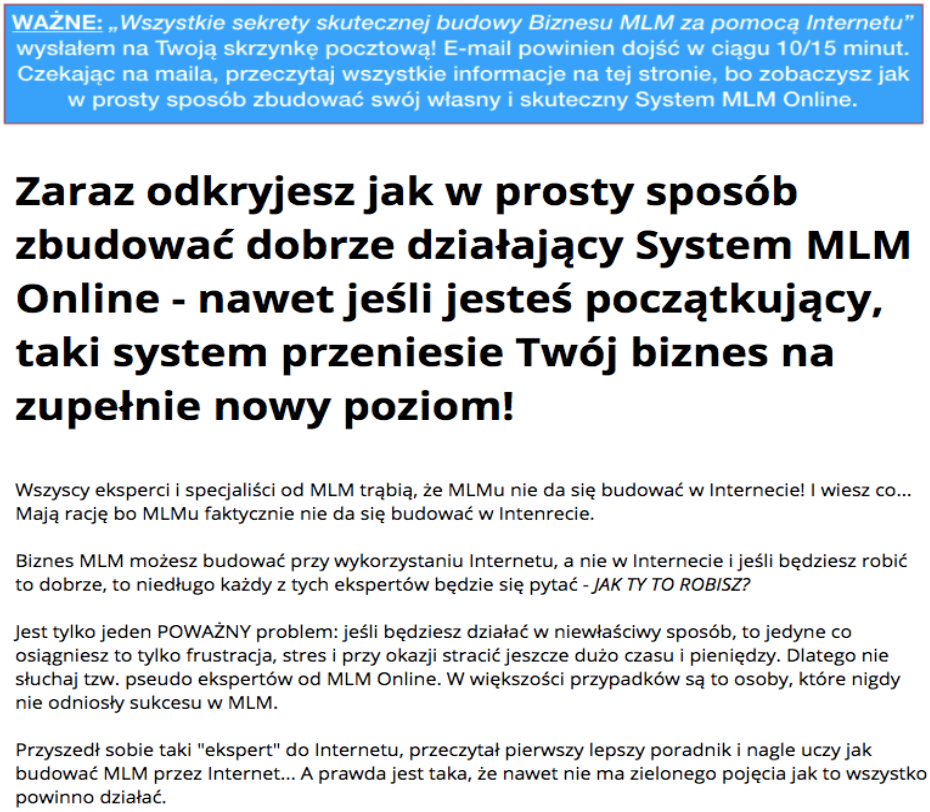
Zazwyczaj po potwierdzeniu swojego adresu email lądujesz na zwykłej stronie z informacją, że wszystko jest super i zapis przebiegł poprawnie. Oczywiście istnieją wyjątki gdzie do takiej strony trzeba wysłać swojego subskrybenta, ale w 90% przypadków jest to po prostu błąd.

Dlaczego?

Bo tracisz przez to pieniądze.

Na tym etapie zamiast do prostej strony z informacją o potwierdzeniu adresu email, wyślij swoich subskrybentów od razu do oferty. Dokładnie mówiąc pokaż im ofertę typu Tripwire.

Przykład takiej strony (jest to oferta Tripwire):



Zamiast zwykłej strony z podziękowaniem wysyłasz swojego nowego subskrybenta na tanią, ale bardzo atrakcyjną ofertę Tripwire.

Oczywiście musisz w takiej ofercie uwzględnić kilka ważnych rzeczy, ale nie jest to aż takie trudne. Oferta Tripwire jest z reguły bardzo prosta i nie musi być długa.

Wróćmy na chwilę do początku: musisz w jakiś sposób zachęcić swojego czytelnika do tego, aby zostawił Ci swój adres email. Z reguły robisz to oferując mu w zamian za jego adres email jakiś ciekawy bonus (szkolenie, ebook itd.) Niezależnie od tego czy planujesz promować webinar, sprzedawać jakiś produkt, czy rekrutować do swojego biznesu MLM. Zawsze powinieneś oferować jakiś bonus za zapisanie się na Twoją listę.

W momencie, gdy Twój czytelnik zapisze się na Twoją listę staje się subskrybentem. Od razu po zapisie kierujesz swojego nowego subskrybenta na ofertę Tripwire.

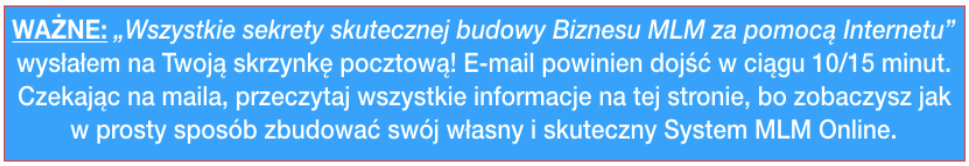
Od tej chwili zaczyna się prawdziwa zabawa.

**Oto kilka prostych elementów, które oferta Tripwire powinna zawierać:**

- Na samej górze strony musisz wyraźnie poinformować swojego subskrybenta, że zapis przebiegł poprawnie, a jego bonus jest już w drodze i już za kilka minut trafi na jego skrzynkę email.

  **Jest to bardzo ważne!** Inaczej Twój subskrybent może już na samym początku stracić do Ciebie zaufanie.

  Przykład:

- Oferta nie do odrzucenia! Co to znaczy? Twoja oferta Tripwire powinna być bardzo atrakcyjna i tania np. normalna centa to 37 zł, ale Ty sprzedajesz ten produkt za 7 zł. Musisz dać konkretny powód do zakupów.

- Twoja oferta powinna być ograniczona czasowo. Jeśli nie dasz żadnego ograniczenia to Twój subskrybent może pomyśleć coś takiego: „Jutro też mogę to kupić...!” W 99% przypadków już nigdy nie wróci do tej oferty.

Pokaż mu wyraźnie, że ma tylko kilka minut na podjęcie decyzji:

- Krótka historia. Opowiedz na tej stronie krótką historię o swoim rozwiązaniu i jak do tego doszedłeś. Może to być historia w stylu: Od Zera Do Bohatera.

  Pamiętaj tylko o tym, aby być szczerym. To podstawa.

**Więcej nie potrzebujesz!**

Nie ma znaczenia, jaki biznes robisz. Obojętnie czy promujesz jakieś produkty partnerskie, obojętnie czy sprzedajesz własne produkty, prowadzisz sklep internetowy, czy promujesz swój Biznes MLM. To wszystko nie ma znaczenia, bo mechanizm jest praktycznie wszędzie taki sam.

**Dwa przykłady:**

**Przykład #1:**

Załóżmy, że kupujesz reklamę na Facebooku i za jedno kliknięcie w Twój link płacisz 1 zł. Czy to dużo, czy mało? To nie ma teraz najmniejszego znaczenia.

Czyli za jedno kliknięcie płacisz 1 zł i nie masz ustawionych w swoim lejku sprzedażowym żadnych ofert OTO i Tripwire.

Sprawdź jak to może wyglądać:

- Jedno kliknięcie w link kosztuje Cię dokładnie 1 zł,
- Załóżmy, że Twoja konwersja jest na poziomie 15%, czyli...
- Z 1000 osób, które kliknęły w Twój link i przeszły na Twoją stronę, na listę zapisało się dokładnie 150 osób,
- Jeden pozyskany adres email, czyli subskrybent kosztuje Cię: 6,666 zł,
- **Wydałeś 1000 zł,**
- **Zarobiłeś dokładnie 0 zł!**

**Przykład #2:**

Tym razem zadbałeś o jednorazową ofertę, czyli OTO. Jak to może wyglądać:

- Jedno kliknięcie w link kosztuje Cię dokładnie 1 zł,
- Załóżmy, że Twoja konwersja jest na poziomie 15%, czyli...
- Z 1000 osób, które kliknęły w Twój link i przeszły na Twoją stronę, na listę zapisało się dokładnie 150 osób,
- Z tych 150 zapisanych osób 20% kupuje Twój produkt OTO,
- Załóżmy, że Twój produkt kosztuje 37 zł,
- Jeden pozyskany adres email, czyli subskrybent kosztuje Cię: 6,666 zł,
- **Zarobiłeś: 37 zł x 30 = 1110 zł, czyli Twój zysk wynosi 110 zł!**

Zwróć uwagę, że w powyższym przykładzie jest tylko jedna oferta.

Równie dobrze od razu po zapisie na Twoją listę możesz zaproponować swoim subskrybentom tani produkt Tripwire np. za 7 zł. Następnie, gdy ktoś kupi ten produkt, to od razu może pokazać mu się oferta OTO np. za 47/97 zł a w 3 kroku nawet na 97/197 zł i więcej.

Jeśli dobrze wszystko ustawisz to w przyszłości Twoja reklama może nie kosztować Cię nawet jednej złotówki. Jeśli wszystko działa jak należy i osiągasz zadawalającą konwersję, to możesz być wstanie kupować reklamę nawet za 20.000 zł, za 100.000 zł i więcej.

**Co dalej?**

Jeśli jesteś początkujący to prawdopodobnie zadajesz sobie pytanie w stylu: *„Ale ja przecież nie mam swojego produktu...!”*

Dokładnie Cię rozumiem, bo myślałem kiedyś w ten sam sposób. Prawda jest taka, że nie musisz od razu tworzyć własnego produktu. Warto mieć własne produkty nawet, jeśli promujesz biznes MLM, ale nie musisz od tego zaczynać.

Nie będę wciskać Ci kitu, że napisanie dobrego produktu to bułka z masłem, bo tak nie jest. Szczególnie, gdy jesteś początkujący.

Dlatego rozejrzyj się po Internecie. Jeśli dobrze poszukasz to znajdziesz dużo sieci afiliacyjnych i programów partnerskich. Ja dokładnie tak zaczynałem. Na początku promowałem firmę hostingową, później produkty Fitness, różne szkolenia i narzędzia marketingowe, które zresztą również Ci polecam (NOW - za pomocą tych narzędzie możesz zbudować cały lejek sprzedażowy, dostaniesz też gotowe rozwiązania).

Inny przykład: poszukaj innych ekspertów z Twojej branży i sprawdź czy sprzedają swoje szkolenia w jakimś programie partnerskim. Jest to również świetne rozwiązanie, które może dobrze działać.

# # # #

## Kilka słów na koniec i przechodzimy do sekcji z bonusami:

W taki oto sposób doszliśmy do końca. Poznałeś kilka ciekawych wskazówek: wiesz już, o czym pisać maile, jak często je wysyłać, w jakim formacie tworzyć swoje maile, wiesz jak finansować budowę własnej listy i jeśli tylko zastosujesz się do tych wskazówek to możesz obserwować jak Twoja sprzedasz stopniowo wzrasta.

Jeśli działasz w marketingu sieciowym to równie dobrze możesz wykorzystać wszystkie techniki, które tutaj poznałeś.

Będziesz dostarczaj ludziom z Twojej listy kontaktów takich informacji, jakich oni chcą i tak naprawdę potrzebują. Nie będzie to tylko i wyłącznie sama sprzedaż typu: *„tylko mój produkt i tylko mój produkt... Kupuj od razu tutaj i tylko tutaj..."* Takie coś wysyłają tylko słabi marketerzy, bez pomysłu i bez planu.

Ty będziesz się wyróżniać. Każda strona wygrywa. Ty, ponieważ systematycznie wysyłasz ciekawe maila i dzięki temu zarabiasz więcej. Twój subskrybent, ponieważ cały czas dostaje wartościowe wskazówki. Jeden kupi od Ciebie lub dołączy do Twojego biznesu a drugi nie. Może dołączy z czasem, ale to nie ma znaczenia.

Pamiętaj, że tutaj Ty nie tylko wysyłasz maile, ale również publikujesz je na swoim blogu, w mediach społecznościowym i przerabiasz na wideo oraz audio. W taki sposób będziesz widoczny i będziesz przyciągać do siebie wiele innych osób.

**Jeszcze kilka wskazówek na koniec:**

Wiem, że jest w tym szkoleniu zawartych trochę dużo informacji na kilka różnych tematów. Dlatego wiem, że możesz pomyśleć sobie coś takiego:

„Ok., pokazałeś mi dużo ciekawych technik i nauczyłeś kilku fajnych strategii pisania maili itp., itd., ale jest jeden poważny problem... Czuję się zagubiony i nie wiem od czego zacząć, a nie chce mieć kolejnego szkolenia, które będzie zbierać kurz na półce..."

Dokładnie Cię rozumiem. Sam tak wiele razy miałem i jest to normalne, gdy uczysz się czegoś nowego.

Zauważ, że za to szkolenie zapłaciłeś raz i ono jest już Twoje na zawsze. A co to oznacza? Możesz w każdej chwili do niego wrócić i przeczytać jeszcze raz. Nawet polecam Ci przerobić to szkolenie kilka a nawet kilkanaście razy.

Ja od pewnego czasu tak robię i uwierz mi, że za drugim razem pochłaniam o wiele więcej informacji niż za pierwszym. O wiele więcej zaczynam rozumieć i od razu wszystko staje się łatwiejsze. A za 3, 4 razem jest jeszcze łatwiej.

Przerób to szkolenie kilka razy. Wydrukuj sobie ten poradnik i czytaj po kilka stron dziennie a zobaczysz, że od razu wszystko stanie się łatwe i przyjemnie :-)

Ale NAJWAŻNIEJSZĄ rzeczą, którą możesz zrobić już na samym początku, to po prostu aktywne działanie. Nie popełniaj tego samego błędu, co większość... Nie odkładaj nic na jutro albo na kolejny tydzień. Zacznij pisać i wysyłać własne maile już dzisiaj. Zacznij już projektować swój własny lejek sprzedażowy... Im szybciej zaczniesz działać tym szybciej pojawią się pierwsze efekty.

Od dzisiaj zacznij pisać jednego maila dziennie. Nawet, jeśli nie masz jeszcze żadnej listy kontaktów, zacznij pisać. Po co? To chyba oczywiste...?

Załóżmy, że nie masz jeszcze nikogo na swojej liście kontaktów... To, po co pisać?

Posłuchaj:

1. Po Pierwsze: jeśli już od teraz zaczniesz pisać, to w bardzo krótkim czasie uzbierasz bardzo dużo materiałów.

2. Po Drugie: jeśli nie masz listy, to oczywiście nikomu tych maili nie wyślesz, normalna sprawa... Ale bez problemu możesz każdego dnia publikować jeden mail na swoim blogu. Możesz przerobić te maile na filmy wideo, na audio i następnie rozesłać je po całym Internecie.

   Co się wtedy stanie? Stopniowo zaczniesz gromadzić coraz to większy ruch, a dzięki temu Twoja lista kontaktów zacznie się krok po kroku budować.

Proste, prawda?

Tylko nie tłumacz mi się teraz tym, że nie masz bloga... Wiesz, co robić, gdy nie masz bloga, konta na YouTube i nie masz autorespondera?

ZAINSTALUJ bloga, YouTube i kup autoresponder! Sprawdź ten pakiet narzędzi (masz tam wszystko w jednym + Akademię E-Marketingu).

Zacznij po prostu pisać. Opowiadaj krótkie historie np. czego dzisiaj się nauczyłeś. Przeczytałeś jakąś książkę, przerobiłeś jakieś szkolenie, obejrzałeś ciekawy filmik na YouTube to opowiedz, czego się nauczyłeś. To jest naprawdę bardzo proste.

Nie musisz pisać długich maili i nie wpadaj w pułapkę perfekcjonizmu. Zacznę pisać dopiero jak... jak... jak... Nie rób tego, bo nigdy nie zaczniesz. Podstawa to działanie.

**Kilka scenariuszy, które mogą się wydarzyć:**

Korzystając z metody, którą poznałeś w tym poradniku, czyli każdego dnia wysyłasz jednego maila do swojej listy (lub 3, 4 razy w tygodniu), może wydarzyć się kilka poniższych scenariuszy.

## Spam:

Musisz zdawać sobie sprawę z tego, że prędzej czy później, ktoś obudzi się z jakiegoś dziwnego letargu i nazwie Cię spamerem.

Są osoby, które praktycznie każdego tak nazywają, a jeśli taki osobnik zobaczy jakąś ofertę szkolenia to dostaje czasami białej gorączki i z nerwicą ląduje w szpitalu. Dlaczego ktoś taki w ogóle zapisuje się na listy adresowe? Uwierz mi, że tego nawet on sam nie wie...

Nie chcesz mieć takich osób na liście, dlatego jeśli dostaniesz od niego jakąś dziwną wiadomość z pretensjami to od razu i bez dyskusji usuwaj go z listy.

Jeśli będziesz przestrzegać reguł z tego poradnika, czyli nie promujesz tylko i wyłącznie ofert swoich szkoleń czy biznesu, ale łączysz wartościowe wskazówki z krótką promocją, to nie powinieneś mieć zbyt wielu skarg.

Po 2, 3 miesiącach działania większość dziwnych ludzi sama się wykruszy.

## Rezygnacja z subskrypcji:

Ludzie będą rezygnować, ale to jest normalne i dobre.

Nie każdy codziennie będzie czytać wszystkie Twoje maile. Słuchałeś kiedyś jakiegoś programu w radio lub TV, który jest puszczany każdego dnia? Jak myślisz, każdy codziennie zawsze to ogląda, czy słucha? Oczywiście, że nie.

Tak samo jest z Twoimi mailami. Dzisiaj przeczytam Twojego maila, ale jutro np. nawet go nie otworzę, bo po prostu mogę nie mieć na to czasu. Niedawno dostałem maila od jednego z moich czytelników, że ma w skrzynce chyba z 800 moich maili.

Myślisz, że wszystkie przeczytał? Oczywiście, że nie... Ale zainteresował go jeden konkretny mail i postanowił do mnie napisać.

Wróćmy jeszcze na chwilę do rezygnacji z subskrypcji. To, że ktoś postanowił wypisać się z Twojej listy, jest zupełnie normalne i dobre. Ludzie muszą się wypisywać i nie można im tego utrudniać.

Ktoś taki i tak raczej nic od Ciebie nie kupi i nie podejmie z Tobą współpracy, dlatego niech się wypisuje. Dzięki temu przy okazji redukujesz swoje koszty, ponieważ większość autoresponderów każe sobie dodatkowo płacić za utrzymywanie większej ilości osób na liście.

Codzienny mailing również odstraszy takie osoby. Będą trzymać się z dala od Twojej listy (warto dodatkowo poinformować już na stronie przechwytującej o tym, że codziennie wysyłasz różne wskazówki i porady).

## Większa sprzedaż:

Jeśli przyłożysz się do pracy i będziesz działać według tych wskazówek, to tak. Możesz spodziewać się wzrostu sprzedaży i tak samo rekrutacji, jeśli działasz w MLM.

Oczywiście nie zostaniesz z dnia na dzień milionerem. Zapomnij o takich bzdurach. Wszystko zależy od tego jak dużą masz listę, jakie masz relacje z tą listą, w jaki sposób piszesz swoje maile i czy działasz systematycznie i krok po kroku.

Twoim prawdziwym biznesem jest tak naprawdę Twoja lista kontaktów, dlatego musisz o nią dbać, cały czas ją powiększać i budować relację z ludźmi, których masz na liście (pamiętaj tylko o tym, aby zawsze korzystać z metody zapisu double opt-in).

**Dobra zabawa:**
Jak najbardziej.

Nie ma w tym nic dziwnego :-) Jeśli dobrze wykonujesz swoją pracę to również możesz się dobrze przy tym bawić.

Pamiętaj! Jeśli każdego dnia będziesz wysyłać jednego maila do swojej listy, to na początku możesz mieć większą ilość rezygnacje z subskrypcji Twojej listy i trochę więcej narzekania o spam. Jednak to minie.

Jeśli dokładnie wykorzystasz wskazówki z tego szkolenia, to z czasem pozbędziesz się maruderów a Twoja sprzedaż i/lub rekrutacja do biznesu będzie stopniowo wzrastać. Tak samo ruch, który będziesz generować na swoją stronę, ponieważ swoje maile będziesz wykorzystywać na wielu osobnych platformach.

# POCZEKAJ!

**To nie koniec.**

Postanowiłem jeszcze coś dla Ciebie przygotować. Na tym etapie kończymy główną część tego szkolenia, ale w sekcji bonusowej mam dla Ciebie jeszcze kilka ciekawych materiałów.

Przechodzimy dalej.

# BONUSY

## Bonus #1:

**Sekrety Budowania Listy Kontaktów!**

### 1. Oferuj odpowiednie informacje

Publikowanie wartościowych informacji spowoduje, że Twoi subskrybenci będą zachwyceni. Zapewne wiesz, co to będzie dla Ciebie oznaczać – coraz większą liczbę zadowolonych osób, które polecą innym Twój Newsletter.

Niestety dużo osób popełnia podstawowy błąd. Piszą o rzeczach, które tak naprawdę nie interesują ich czytelników. Piszą bez namysłu. Bez przygotowania i zbadania rynku – Ty nigdy tak nie rób.

Jako Marketer zdecydowałeś się na konkretnie zdefiniowaną niszę – to akurat jest dobra decyzja, ale w Newsletterze oferujesz informacje, które nie do końca zgadzają się z tą tematyką – a to już jest błąd.

Jeśli piszesz na blogu i w Newsletterze o kolekcjonowaniu znaczków pocztowych, to nie ma sensu publikować nagle informacji np. o zdrowiu. Teksty na Twoim blogu i w Newsletterze powinny być kompatybilne, tzn. współgrać ze sobą.

**Jeśli nie wiesz, co interesuje Twoich subskrybentów to poproś ich o pomoc.**

Zadaj im pytania typu: *czego chcieliby się dowiedzieć od Ciebie* lub np. *jaki temat jako następny najbardziej ich interesuje...*

Albo zapisz się na kilka podobnych tematycznie Newsletterów i zobacz, jakie tematy i problemy są tam omawiane.

### 2. Więcej formularzy do zapisania się na autoresponder

Jest to proste, a tak mało osób to robi. Jeśli masz na blogu np. 1000 artykułów to powinieneś mieć minimum 1000 formularzy do zapisania się na Twój Newsletter.

Z pewnością na blogu masz sporo miejsca, aby zainstalować formularz do autorespondera.

Możesz go umieścić na pasku bocznym, na początku, na środku i na końcu swoich artykułów - jeśli te artykuły będą wartościowe to na pewno dużo osób się zapisze.

Najważniejszym zadaniem Twojego bloga nie jest sprzedaż ani popisywanie się super wiedzą.

**Zadanie nr 1 bloga to zapis na Twoją listę kontaktów!**

## 3. Proces transakcji

Na wielu blogach budowanie listy subskrybentów nie funkcjonuje tak jak należy.

Dlaczego?

Duża cześć blogerów myśli, że ludzie zapisują się na listy kontaktów tylko po to, aby otrzymać Newsletter. Jest to dla mnie zrozumiałe, jeśli dany Newsletter posiada jakieś naprawdę cenne dla czytelnika informacje…

Ja oprócz wartościowego Newslettera wykorzystuję formę bonusów, jako dodatkową motywację do pozyskania adresów email. W taki sposób rozwija się proces transakcji, który jest Ci potrzebny szczególnie, jeśli jesteś mało znany.

Jako bonusy (przynęta) mogą Ci posłużyć cudze produkty lub Twoje własne.

> Postaraj się jednak pomyśleć o własnych produktach, ponieważ będzie to świetna i dodatkowa reklama dla Twojego Newslettera.

Własny produkt możesz stworzyć nawet w 30 minut i rozdawać go za darmo w Newsletterze.

Jeśli piszesz już od jakiegoś czasu bloga to wystarczy wziąć kilka artykułów, trochę je przerobić i zapisać w pliku PDF (albo zrobić z tego video).

## 4. „Wirusowe” E-Booki do zdobywania nowych subskrybentów

Chcesz pozyskać dziesiątki nowych subskrybentów na swój Newsletter, bez wydawania złotówki na reklamę?

Wykorzystałeś już wszystkie powyższe metody, a Twoja lista nadal stoi w miejscu?

W takim razie przyszedł najwyższy czas na Marketing Wirusowy!

Uruchom „wirusa” za pomocą magnetycznych E-Booków. Nie jest to oczywiście jakaś rewolucja, ale ta metoda nadal świetnie działa i dodatkowo buduje Ci markę eksperta.

Istnieje kilka metod i trików, dzięki którym zaczniesz tworzyć wirusowe E-Booki.

Możesz je rozdawać, jako bonusowe produkty lub sprzedawać z prawami autorskimi – to oczywiście zachęci ludzi, aby również taki produkt sprzedać (i w ten sposób dalej promować), ponieważ będą mogli zachować całe wynagrodzenie dla siebie.

Dlatego ten drugi wariant jest o wiele bardziej atrakcyjny.

**WAŻNE!**

Gdy tylko potencjał pierwszego eBooka zostanie wyczerpany, to napisz kolejnego, później następnego i jeszcze jednego! Wszystkie w taki sam sposób, wszystkie z prawami do odsprzedaży i wszystkie z linkiem, który umożliwi zapisanie się na Twój Newsletter. Twoim celem nie jest zarabianie na sprzedaży tych eBooków, tylko budowanie listy kontaktów.

Oczywiście musisz znaleźć osoby, które będą chciały sprzedawać Twojego nowego E-Booka, dać im tekst sprzedażowy lub nawet stronę, którą będą mogli wykorzystać. Jest to pewna droga, aby z czasem zacząć zarabiać pieniądze i budować większe listy.

**Dobrą koncepcją na zdobycie nowych subskrybentów są również wywiady z ekspertami (np. video lub audio).**

Przeprowadź wywiady z ekspertami, gwiazdami z Twojej branży, liderami... Przez telefon lub na Skype i nagraj wszystko na mp3. Nagranie audio z technicznego punktu widzenia wcale nie jest takie trudne, a ekspertów znajdziesz bez problemu.

Możesz oczywiście pójść jeszcze o krok dalej i nagrać wywiad video – w tym celu polecam Ci skorzystać z pokoju do wideo konferencji.

**Jak szybko znaleźć eksperta?** To proste... Poszukaj w Google.

Znajdziesz tam dużo ekspertów, z których większość na pewno wie bardzo dużo o swojej branży i może dać Ci świetny materiał. Powiedz mu lub jej, że chcesz przeprowadzić wywiad, ponieważ czytałeś jego lub jej publikację i uważasz, że Twoi subskrybenci bardzo dużo na tym skorzystają.

Większość ekspertów bez najmniejszego problemu zgodzi się na taki wywiad. Z pewnością ucieszą się, że ktoś ich docenia, podziwia i chce z nimi przeprowadzić rozmowę np. o ich życiu czy biznesie.

A gdy już wszystko nagrasz i obrobisz, to odezwij się do innych osób z branży, które prowadzą własny Newsletter oraz bloga i powiedz, że właśnie nagrałeś świetny wywiad z ekspertem oraz że z chęcią udostępnisz ten materiał również ich czytelnikom.

Stwórz wtedy prostą stronę z Twoim nagraniem i dodaj formularz do rejestracji na autoresponder np. obok lub pod tym materiałem. Zdziwisz się ile osób zapisze się na Twój Newsletter (oczywiście pod warunkiem, że ten materiał będzie wartościowy - tylko nie zmuszaj ludzi, aby rejestrowali się przed wysłuchaniem Twojego wywiadu).

## 5. Stwórz Pop-up (spadające okienko)

Można je kochać lub nienawidzić, jednak nadal są one bardzo efektywne w pozyskiwaniu nowych subskrybentów i mogą znacznie przyspieszyć budowę oraz rozwój Twojej listy.

Możesz wykorzystać np. Exit Pop-up – pojawia się wtedy, gdy dany użytkownik postanowi opuścić Twoją stronę lub np. Pop-up, który pojawia się wtedy, gdy ktoś wchodzi na Twoją stronę.

## 6. Artykuły z formularzem do zapisania się na autoresponder

Ja robię tak z każdym artykułem, który publikuję na swoim blogu. Ale można to zrobić również w inny sposób.

Na przykład: Napisz kilka sekwencyjnych darmowych szkoleń (5-7 lekcji), które wysyłane będą w niewielkich odstępach czasu (najlepiej codziennie). Warunkiem otrzymania tych materiałów będzie zapisanie się na takie szkolenie, czyli zapisanie się na Twoja główną listę.

W artykułach, które piszę np. na temat budowania E-Biznesu, dodaje link do strony ze wskazówką, że jest tam szkolenie o budowaniu biznesu w Internecie oraz opis niezbędnych narzędzi *(przy okazji zapraszam na stronę NOW – znajdziesz tam dużo cennych informacji, które pomogą Ci w rozwoju Twojego E-Biznesu).*

Dzięki tej metodzie możesz dużo zyskać, ponieważ:

- Takie małe kursy online dają Ci możliwość regularnego (przeważnie 5-7 razy na przełomie 5-10 dni) kontaktowania się z Twoimi subskrybentami a poza tym budowania świadomości Twojej marki.
- Możesz za każdym razem i na nowo (w krótkich odstępach czasu) budować sobie markę eksperta.
- Zapisanie się na taki kurs daje Ci jednocześnie prawo do tego, aby wysyłać do tych subskrybentów dodatkowo Twój Newsletter lub po zakończeniu takiego mini kursu przenosisz automatycznie Twojego subskrybenta na główną listę kontaktów.

**WAŻNE!**

Jeśli chcesz wykorzystać tę metodę, to musisz używać autorespondera, który daje Ci możliwość budowania kilku list na jednym koncie.

Zamiast sekwencyjnych szkoleń możesz także stworzyć kilka E-Booków na pokrewne tematy. Załóżmy, że napisałeś 3 poradniki i każdy z tych poradników promujesz na osobnej stronie przechwytującej.

Jeśli teraz ktoś zapisze się na którejś z tych stron to trafi tak naprawdę na jedną i tą samą listę.

Wystarczy, że w pierwszej wiadomości z kolejki, dodasz linki do pobrania każdego z tych poradników – najważniejszy poradnik na pierwszym miejscu, a dwa pozostałe jako bonusy. A od następnej wiadomości wysyłasz już swój Newsletter.

**WAŻNE!**

Pamiętaj, że wszystkie poradniki oraz Twój Newsletter muszą być podobne tematycznie.

Z tego, co zauważyłem to niewiele osób korzysta z powyższych metod.

Może, dlatego że niezbędny w tym przypadku autoresponder wydaje się być zaawansowany technicznie i trudny w obsłudze... Ale to nie prawda.

Taki proces kontrolowanych sekwencji jest dla narzędzi, które zwą się NOW jak bułka z masłem.

## 7. Wykorzystaj stronę sprzedażową do zbierania nowych subskrybentów

Przetestuj to! Stwórz stronę sprzedażową za pomocą, której będziesz budować swoją listę kontaktów. Pisz tak, jakbyś sprzedawał jakiś produkt, z tymże na końcu, zamiast przycisku *„Zamów teraz”* będzie formularz do autorespondera.

Jeśli odpowiednio napiszesz swój tekst to do samego końca dany czytelnik nie dostrzeże, że tutaj wcale nie chodzi o płatny produkt, tylko o coś, za co wcale nie musi płacić.

Uwierz mi, Twoi czytelnicy będą pod wrażeniem, a Twój Newsletter dzięki temu zyska dużo na wartości. Gdy ludzie odkryją, że Twój produkt jest gratis to będą w szoku, że coś tak cennego rozdajesz za darmo.

Jest to prosty i atrakcyjny marketing... Wręcz ekscytujący. A marketing zawsze powinien ekscytować... Dokładnie tak jak życie.

## 8. Udzielaj się na forach internetowych

Metoda stara jak świat.

W taki sposób nie tylko pozyskasz za darmo i bez dużego wysiłku nowych subskrybentów, ale dodatkowo będziesz pozycjonować się, jako ekspert. Wartościowe sugestie i porady pomogą Ci w budowaniu świadomości Twojej marki.

Możesz bardzo szybko i łatwo zacząć:

1. Wyszukaj w Google odpowiednie forum, które pasuje do Twojej tematyki.
2. Przejrzyj dokładnie poprzednie wpisy, aby zobaczyć, który z uczestników się

wyróżnia, kto publikuje wartościowe informacje i jakie reguły tam obowiązują.

3. Przyłącz się do poszczególnych dyskusji i dodawaj komentarze (pomagaj innym).

4. Na końcu każdego wpisu, a dokładnie w stopce, podaj stronę do swojego Newslettera.

## 9. Reklama na innej liście

Jest to prosta, a zarazem bardzo skuteczna metoda zdobywania nowych subskrybentów. Wymieniasz się po prostu reklamą Newslettera z innymi osobami z Twojej branży.

Osobiście nie miałem jeszcze okazji tej metody przetestować. Myślę jednak, że może ona skutecznie działać. Tym bardziej, że istnieją ku temu dowody.

Taka wymiana reklamy za reklamę działa dobrze, gdy Twoja lista jest mała i szybko się rozwija. Jeśli masz już np. 30.000 lub więcej subskrybentów na liście to ciężko Ci będzie znaleźć równowartościową wymianę reklam, która będzie się również Tobie opłacać.

**Jak znaleźć wydawcę Newslettera, który z chęcią wymieni się z Tobą własnymi subskrybentami?**

To proste. Poszukaj w Google stron tematycznie podobnych do Twojej z dodatkiem Newsletter np. „ogród Newsletter”.

Skontaktuj się z odpowiednim autorem i zaproponuj wymianę reklamy. Uważaj, aby nie spamować tych osób całą serią maili.

Na początku zapisz się na ich listy, sprawdź, o czym piszą na swoich blogach, a następnie skontaktuj się z każdym z nich. Jeśli jest taka możliwość to możesz nawet zadzwonić.

## 10. Promuj artykuły

Porozmawiaj np. z czterema albo pięcioma wydawcami Newsletterów, którzy będą skłonni wysłać do swojej listy Twój artykuł.

To wszystko. Nic trudnego, prawda? Jeśli te osoby się zgodzą to przez noc możesz pozyskać dziesiątki nowych subskrybentów.

Napisz artykuł, w którym wymienisz najlepsze Newslettery w Twojej branży. Oczywiście musisz tam polecić autorów, którzy opublikowali Twój artykuł.

Nie pisz byle czego i nie reklamuj bezinteresownie tych osób. Bądź obiektywny i publikuj tylko fakty. Pisz tak jak dziennikarz. A jeśli zrobisz to w odpowiedni sposób to Ty i reszta osób, które opublikują taki artykuł otrzyma wielu nowych subskrybentów.

Bądź aktywny i działaj, szczególnie w marketingu internetowym. Nie czekaj aż ktoś pierwszy postanowi się z Tobą skontaktować, tylko sam przejmij inicjatywę. To wcale nie jest takie trudne i na pewno sobie poradzisz.

Ta metoda działa równie dobrze przy płatnych produktach. Nie musisz tylko zachwalać darmowych Newsletterów, ponieważ równie dobrze możesz pisać z innymi autorami o najlepszych produktach w branży.

Jeśli wszyscy opublikują w swojej liście taki artykuł to w bardzo krótkim czasie każdy z autorów może powiększyć swoje zyski.

**Uwaga!**

Ta metoda wzajemnej promocji Newsletterów, artykułów, produktów itp. może być skuteczna właściwie w każdej niszy.

Dla przykładu: branża Wellness. Możesz tutaj stworzyć własną organizację, w której każdy partner będzie się koncentrować tylko na jednym zagadnieniu (np. dieta, witaminy, odżywianie, ćwiczenia itp.) i każdy będzie się wzajemnie promować.

## 11. Strona z podziękowaniem za subskrypcję

Kolejna bardzo prosta do zrealizowania taktyka (stosowana w USA).

Porozmawiaj z grupą właścicieli Newsletterów i wyjaśnij im, że bardzo chętnie wyślesz swoich nowych subskrybentów do strony z podziękowaniem, na której będą mieć możliwość zapisania się również na inne listy (z pewnością Twoi partnerzy odwdzięczą Ci się tym samym).

Metoda ta jest stosowana szczególnie tam, gdzie istnieje bardzo duża konkurencja. W pojedynkę niestety za wiele nie zdziałasz, ale z silną organizacją partnerów,

możesz w krótkim czasie zdominować swoją niszę.

Wystarczy, że ktoś zapisze się na jakiś Newsletter i po potwierdzeniu swojego adresu email zostanie przeniesiony na stronę z podziękowaniem, na której promowane są Newslettery (o podobnej tematyce) innych autorów.

**WAŻNE!**
Działając w taki sposób nie będziesz mógł zastosować systemu finansowania listy (oferty OTO i Tripwire).

Pamiętaj jednak, że z tego konkretnego Newslettera, możesz później automatycznie przenieść wszystkich subskrybentów na swoją główną listę (wystarczy ustawić w autoresponderze regułę automatyzacji np. *przenieś po 2 dniach wszystkich subskrybentów z listy A na listę B*).

Nie każdy autoresponder ma takie funkcje, dlatego warto skorzystać z tych narzędzi.

## 12. Pisz E-Booki - rozdawaj i/lub sprzedawaj

Tak pokrótce - chodzi tu o produkty informacyjne.

Nawet, jeśli E-Book nie musi być koniecznie pierwszym krokiem do internetowego biznesu (produkty z programów partnerskich sprawiają, że początki są o wiele łatwiejsze) to nie powinieneś lekceważyć faktu, że dzięki swoim produktom będziesz mieć o wiele więcej możliwości (100% wynagrodzenia ląduje w Twojej kieszeni).

Napisanie E-Booka może Ci zająć nie więcej niż tydzień, jeśli oczywiście robisz to dobrze. Możesz np. zacząć od artykułów na blogu a później rozbudować je do postaci E-Booka.

Możesz również zakupić E-Booka z prawami autorskimi, którego później napiszesz pod siebie i opublikujesz, jako własne dzieło (jest to powszechna praktyka w Internecie, która z pewnością pozwoli Ci zaoszczędzić sporo czasu).

**Wirusowy E-Book, co to jest i po co je tworzyć?** Jest to E-Book, którego zadaniem jest szybkie rozpowszechnienie się (tzw. pocztą pantoflową) po całej sieci.

Nie chodzi tutaj głównie o to, aby na tym zarobić. Twoim celem jest to, aby jak najwięcej ludzi go rozdało.

A dlaczego?

Ponieważ w tym E-Booku znajduje się formularz do rejestracji na Twój Newsletter oraz oczywiście linki partnerskie, które prowadzą do innych podobnych produktów.

Za każdym razem, gdy ktoś rozda lub sprzeda Twojego E-Booka (zależy, jaki wariant wybierzesz) to nowi ludzie trafią prosto na Twoje linki. A ile Cię to będzie kosztować? Nic...

Jeśli setki osób zaczną rozdawać Twojego E-Booka po całym Internecie to możesz zostać jednym z najbardziej znanych ekspertów, a tym samym możesz zdominować rynek – zajmiesz pozycję, na której zarabia się już naprawdę fajne pieniądze.

A jak stworzyć takiego wirusa? Oto kilka przykładów:

- Znajdź odpowiednią koncepcję na swój poradnik, aby za jego pomocą promować jakiś określony produkt. To wcale nie jest takie trudne... Jeśli promujesz, jako partner np. kamerę video to napisz darmowy raport pt.

  *„10 prostych kroków, jak kręcić profesjonalne filmy video”*.

  Twoi czytelnicy Ci za to podziękują, ponieważ w jednym miejscu znajdą wszystkie potrzebne im informacje.

  Po za tym w takim raporcie będziesz mógł zareklamować swoją ulubioną kamerę (program partnerski). Dzięki temu zdobędziesz nowych subskrybentów a dodatkowo zarobisz na sprzedaży kamery.

  **Wskazówka!**

  Sprawdź co się najlepiej sprzedaje i jak się to sprzedaje w podobnych niszach, a następnie spróbuj wdrożyć te techniki u siebie. Nie musisz na nowo wymyślać koła, bo nie o to tutaj chodzi.

- Znajdź odpowiednie narzędzia, które są Ci niezbędne, aby odnieść sukces.

  Wybierz domenę, którą zarejestrujesz już praktycznie za grosze (12-30zł).

Najlepiej, aby była krótka i opisująca zawartość Twojego E-Booka (ewentualnie możesz wykorzystać subdomenę).

Polecam Ci pakiet narzędzi NOW. Znajdziesz tam wszystko to, co jest Ci potrzebne.

- Planuj rozdziały swojego E-Booka jak artykuły. Napisanie wszystkiego od razu w całości jest trudne, a bez konkretnego planu dla poszczególnych rozdziałów prawie niemożliwe.

  Na napisanie mojego pierwszego E-Booka potrzebowałem aż 5 miesięcy. Dzisiaj zajmuje mi to średnio od jednego do trzech tygodni.

> **Moja rada!** Wymyśl od 12 do 15 tematów na artykuły i napisz o tym. Każda strona powinna mieć pomiędzy 500 a 1500 słów i musi zawierać wartościowe informacje – ale nie takie, które są powszechnie dostępne.

- Na rynku istnieje już zdecydowanie za dużo poradników, w których informacje są tylko odświeżane i które w innym miejscu znajdziesz za darmo. Dlatego zadbaj o to, aby Twoje poradniki posiadały wyjątkową treść.

  W przeciwnym razie Twój E-Book straci dużo na wartości, a konsekwencją tego będzie fakt, że o wiele mniej osób będzie go promować i oczywiście czytać – ucierpi też na tym Twoja reputacja.

  **Dobrym pomysłem na zdobycie wartościowej treści jest wywiad z ekspertem.** W taki sposób zdobędziesz dużo niezależnych i cennych informacji.

  Jeśli chcesz napisać poradnik np. na temat ogrodnictwa to na pewno nie będzie Ci trudno znaleźć w sąsiedztwie jakiegoś eksperta, z którym będziesz mógł porozmawiać osobiście, przez telefon albo na Skype. Zebrane informacje będą podstawą do Twojego E-Booka.

  Nie zapominaj nigdy o tym, jaki jest faktyczny cel Twojego poradnika – Nie zarobek a budowa listy kontaktów.

Dodanie np. ramki z hasłem *„Zapisz się na mój Newsletter”* sprawi, że nie tylko zarobisz prowizje ze sprzedaży, ale także zdobędziesz nowych subskrybentów, z którymi będziesz mógł budować relacje – i to bez dużego wysiłku.

Na samym początku książki napisz wyraźnie, że czytelnik może ją bez najmniejszych problemów dalej odsprzedawać.

Musi on wiedzieć, że wraz z książką otrzymał prawa autorskie, które upoważniają go do dalszej sprzedaży lub po prostu rozdawania jej, jako np. bonus – tak często jak tylko ma na to ochotę (a im częściej tym lepiej dla Ciebie).

- Napisz tekst sprzedażowy i umieść go na swojej stronie. Taki tekst musi dobrze sprzedać Twój poradnik, ponieważ w pierwszej kolejności zadecyduje to o Twoim sukcesie bądź porażce. Tekst sprzedażowy jest zazwyczaj największą przeszkodą na drodze do pierwszych prowizji.

  W Internecie (tak jak w realnym świecie biznesu) sprzedaż jest bardzo szczególną umiejętnością, którą opanowało tylko niewiele osób (na szczęście możesz się tego nauczyć). Dlatego teksty sprzedażowe należą do najlepiej opłacanych współpracowników – Twoim wirtualnym sprzedawcą są właśnie teksty.

- Dodaj do wielokrotnego autorespondera np. 7 częściowy i darmowy kurs.

  Taki internetowy kurs możesz bardzo łatwo stworzyć – wystarczy, że weźmiesz kilka pierwszych rozdziałów swojego E-Booka, podziel je na krótkie lekcje i wyślij je, jako darmową próbkę.

  Dołącz do tego czasowo ograniczoną specjalną ofertę i zwróć uwagę swoich czytelników na to, że zegar tyka. Spokojnie możesz przekazać swojemu potencjalnemu klientowi, że jeśli teraz nie będzie działać, to straci okazję swojego życia (cena wzrośnie, oferta zniknie itp.).

Obojętnie, na jaki temat ruszysz z wirusowym marketingiem, rynek posiadasz już na pewno – jest to rynek produktów z prawami do odsprzedaży.

Myślę, że bez problemu znajdziesz w marketingowych kręgach sporą liczbę osób, które z chęcią będą promować Twoje E-Booki, ponieważ zależeć im będzie na dalszej odsprzedaży.

Na jaki temat jest Twój E-Book to ich tak naprawdę nie interesuje – najważniejsza jest możliwość odsprzedaży. I właśnie, dlatego można tak dużo osiągnąć za pomocą niszowych E-Booków, które zawierają prawa autorskie. Warunek jest oczywiście jeden: Twoje poradniki muszą być wartościowe!

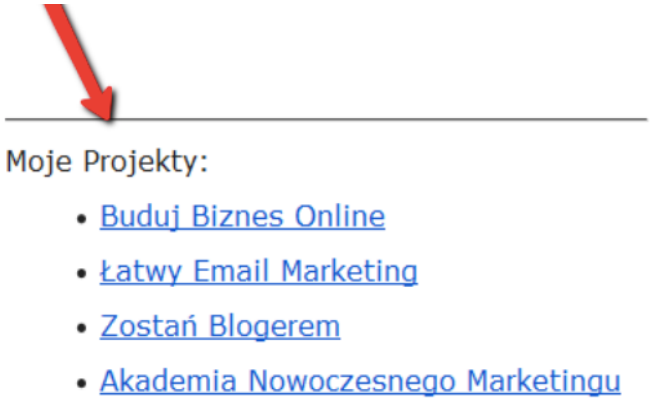
## 13. Krótka reklama na końcu maila

To jest takie proste, a mimo wszystko dużo osób zapomina, jak robić to skutecznie.

Jeśli wysyłasz dużo maili to jest to świetna metoda, aby pozyskać nowych subskrybentów. Wystarczy dodać na końcu każdego maila cztery linijki reklamy Twojego Newslettera.

Możesz napisać nawet krótkie ogłoszenie, które wykorzystujesz w swoich reklamach. Zdziwisz się jak dużo nowych subskrybentów możesz pozyskać w taki sposób.

Poniżej znajdziesz prosty przykład zastosowania tej metody:




## 14. Dodaj coś od siebie

Co wyróżnia Twój Newsletter od całej reszty na rynku? Jest to jedna jedyna rzecz... Twoja OSOBOWOŚĆ.

Ważne jest, więc abyś w swoim Newsletterze oferował dużo cennych informacji, ale ważne również jest, abyś dał coś więcej coś, co odzwierciedla Twoją osobowość to, kim jesteś: zabawny, kontrowersyjny, dowcipny, itp.

Możesz być wszystkim, tylko w żadnym wypadku nie możesz być nudziarzem!

Twoim ostatecznym celem jest to, aby być atrakcyjnym dla swojej publiczności. Spraw, więc aby ludzie Cię polubili, poznali i Ci zaufali!

## 15. Ręce precz od spamu!

Jeśli będziesz kupować listy adresowe to możesz bardzo szybko zdobyć reputację spamera, a to może oznaczać koniec dla Twojej Internetowej kariery.

Oto kilka wskazówek, aby tego uniknąć:

1. Zadbaj o politykę prywatności,
2. Nigdy nie kupuj żadnych maili,
3. Unikaj konkretnych słów w tytule i treści swoich maili, jak np. *„za darmo”, „spam”, „gratis”* itp.
4. Upewnij się, że programy partnerskie, do których dołączyłeś nie łamią prawa i nie stosują spamu,
5. Zawsze używaj na swoich listach podwójnego potwierdzenia rejestracji, czyli metoda Double Opt-in (pisałem już o tym wcześniej).

## 16. Napisz do poprzednich klientów i subskrybentów

Niestety niewiele osób korzysta z tej metody albo nie dostrzegają w niej potencjału. Uważam, że warto się jej przyjrzeć.

Jeśli posiadasz listę klientów oraz subskrybentów (nieaktywnych) to napisz do nich, że właśnie wydajesz nowy Newsletter i że w każdej chwili mogą się zapisać. Jest to dobry moment, aby się im przypomnieć.

To są osoby, które już kiedyś zainteresowały się Tobą lub tym, co piszesz i Ci zaufały. Być może zaufają Ci po raz drugi.

## 17. Płatna reklama

Osoby, które dopiero zaczynają swoją przygodę z biznesem bardzo często nie biorą tej metody nawet pod uwagę – a chodzi mi tu o tzw. płatne kliki np. od Google AdWords lub od Facebooka.

A jeśli ktoś się już na to zdecyduje to zazwyczaj kieruje cały ruch na stronę sprzedażową (lub kiepską stronę przechwytującą), aby od razu coś sprzedać. Szanse, że to zadziała są praktycznie zerowe.

**Jeśli chcesz z czytelnika zrobić klienta to najlepiej kieruj się tą drogą:**

Darmowy i wartościowy bonus (przynęta) za adres email. Zaoferuj na swojej stronie przechwytującej jakiś atrakcyjny bonus, coś wartościowego, co zachęci ludzi do zapisana się na Twoją listę. W taki sposób pozyskasz płatnych subskrybentów.

**Opłacalność kampanii PPC można łatwo sprawdzić.** Ile kosztuje Cię jeden adres email i ile zarabiasz na jednym adresie email?

Jeśli średnio potrzebujesz 10 odwiedzin na swojej stronie (10 klików: 1 klik = 10 groszy), aby 1 osoba zapisała się na Newsletter to jeden adres email kosztuje Cię 1zł.

I jeśli średnio jeden z 10 subskrybentów zostaje Twoim klientem, to kosztował Cię on 10 zł. A więc, Twój przeciętny przychód ze sprzedaży wynosi ponad 10 zł.

Natomiast, jeśli wykorzystasz oferty OTO i Tripwire to Twój subskrybent może kosztować Cię 0 zł albo nawet od razu wyjdziesz na plus.

## 18. Pozwól innym korzystać z Twoich artykułów

Powiedz swoim subskrybentom, że bez problemu mogą Twoje materiały przekazywać dalej np. do własnej listy. Oczywiście z Twoimi danymi i linkiem do Twojej strony, czyli do źródła.

## 19. Pozytywne opinie o produktach

Prosta metoda, aby zdobyć kilku nowych subskrybentów.

Jeśli kupiłeś produkt, który naprawdę Ci się spodobał to napisz opinię o nim.

> Większość firm bardzo chętnie opublikuje wartościowe opinie na temat swoich produktów i dodatkowo poda link do źródła (czyli do Twojej strony).

Twoim celem jest, aby pozyskać w taki sposób jak największy ruch na stronie i jak największą ilość zapisów na Twój Newsletter.

Do takiego typu promocji możesz stworzyć osobną, łatwą do zapamiętania domenę, którą podepniesz pod swoją stronę przechwytującą.

## 20. Nagraj film i wgraj na YouTube & Facebooka

Jest to moim zdaniem jedna z lepszych metod budowania listy kontaktów.

Do każdego artykułu, który napisałeś zrób slajdy w Power poincie i nagraj krótki filmik. Pod każdym filmem dodaj link do np. oryginalnego artykułu z bloga. W każdym artykule oczywiście dodajesz formularzem z autorespondera lub link do strony przechwytującej.

Google i Facebook lubią filmy video, dlatego też w taki sposób możesz zyskać dużo darmowego ruchu na swoich stronach i oczywiście szybko oraz za darmo budować listę kontaktów.

## 21. Pisz bloga i publikuj wartościowe treści

Jeśli chcesz budować listę to koniecznie pisz bloga i publikuj tam wartościowe materiały. Ludzie to docenią i zaczną polecać Twoje artykuły swoim znajomym, udostępniając je np. na Facebooku i w pozostałych serwisach.

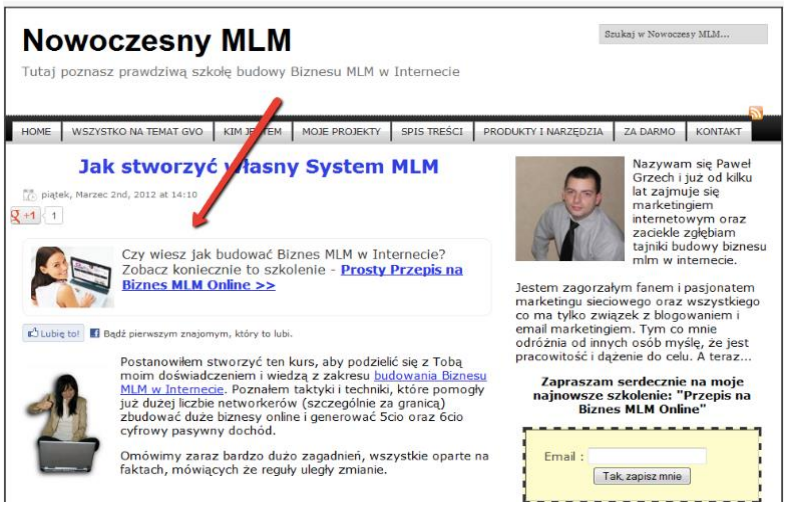
Dodatkowo dziel się swoimi artykułami na Facebooku i YouTube – z każdego artykułu, jaki masz na blogu, możesz zrobić audio oraz nagrać film video i wrzucić go na YouTube.

Pamiętaj, że z każdego swojego maila możesz zrobić również artykuł. Jeśli stosujesz metodę „codziennie jeden maila", to będziesz mieć bardzo dużo materiałów na swojego bloga.

## 22. Wykorzystaj na blogu wtyczkę *WP Greet Box*

Jest to specjalna wtyczka do WordPressa, dzięki której możesz w prosty sposób budować listę kontaktów. Obecnie najwięcej zapisów na listę mam właśnie dzięki tej wtyczce.

Poniżej przykład zastosowania Wp Greet Box.




Możesz ją zainstalować bezpośrednio z panelu swojego Wordpressa lub pobrać z tej strony.

####

Właśnie poznałeś 22 przykładowe metody budowania listy kontaktów. Oczywiście nie musisz stosować każdej z tych metod jednocześnie.

Na początku skoncentruj się na 2 lub 3 metodach np. załóż własnego bloga i dziel się wartościową treścią.

Jeśli codziennie wysyłasz jednego maila do swoich subskrybentów, to sprawę treści na bloga masz załatwioną (na każdej podstronie i pod każdym artykułem umieść formularz do rejestracji na autoresponder i dodatkowo możesz również wykorzystać wtyczkę WP Greet Box) lub np. udzielaj się na forach internetowych (pisz wartościowe i merytoryczne posty).

Jak opanujesz pierwsze dwie metody, to możesz stopniowo dodawać kolejne do swojego arsenału np. wykorzystaj płatną reklamę na Facebooku lub każdy artykuł, jaki masz na blogu przerób na film video i wgraj na YouTube itd., itd.

Jeśli przestudiowałeś dokładnie ten przewodnik, to myślę, że zgodzisz się ze mną, że...

**... Atrakcyjny Marketing to kreatywny Marketing!**

# Bonus #2:

## Przykładowe nagłówki, które możesz wykorzystać na swoich stronach i w mailach.

1. Jak Zarobić 11,456 zł w 10 dni Przez Internet?

2. Jak Schudnąć 20 Kg w Miesiąc Bez Diety?

3. Jak Wybrać Idealny Dla Ciebie Rower?

4. Jak Wykorzystać [……]  [Korzyść]?

5. Jak Poderwać Dziewczynę w 5 Minut Na Ulicy I Nie Dostać W Pysk?

6. 5 Nietypowych, Ale Niesamowicie Skutecznych Metod Na [….]

7. Jak Pozbyć Się Raz Na Zawsze Lęku Przed […..]?

8. Jak Wybrać Najlepszego Prawnika W Mieście?

9. Jak Pokonać Lęk Przed […..] i Żyć Pełnią Życia?

10. Poznaj 10 Najlepszych Metod Na […….]

11. UWAGA: Nowy Sposób Zarabiana W Internecie

12. Jak Odzyskać Zdrowie Zanim Będzie Za Późno?

13. Jak Obniżyć Cholesterol i Nie Dopuścić Do Zawału?

14. Jak Znaleźć Skuteczną Metodę Inwestowania i Nie Dopuścić Do Bankructwa?

17. Dlaczego niektórzy [target] nie mają [problem]?

18. Dlaczego [interesujący news]?

19. Kto jeszcze chce [korzyść] i [korzyść]?

20. Jak w 6 Prostych Krokach Stworzyć […..] I Zdominować [……]?

21. Śmiali się, gdy [akcja, której ludzie mogą nie zrozumieć] ale gdy [tutaj korzyść]!

22. Czego nie mówi Ci Twój [ktoś zaufany dla klienta] o [problem]?

23. Kto Jeszcze Chce Zarabiać Kilka Średnich Krajowych Prosto Z Domu?

24. Twoja skrzynka jest przepełniona

25. Powiedz po prostu TAK lub NIE

26. Posłuchaj mnie teraz dokładnie

27. Proszę potwierdź tą wiadomość

28. Do Osób, Które Chcą Zarabiać Spore Pieniądze – *Lecz Nie Potrafią*

29. Dlaczego Niektórzy Prawie Zawsze Zarabiają Na Blogu?

30. Jak Dzięki Wydanym 49zł Zacząłem Zarabiać 5.500zł Miesięcznie?

31. Pięć Największych Problemów Zarabiania Przez Internet — Którego Chcesz Się Dzisiaj Pozbyć?

32. Najprostszy Sposób Na Zarabianie Przez Internet, Jaki Odkryłem

33. Jak Zaczynając Od Zera stworzyć Zarabiające Imperium?

34. Podobnie, Jak Ja… Możesz Zarabiać Naprawdę Duże Pieniądze W Domu, Oglądając TV – Lub Po Prostu Czytając Swoją Codzienną Gazetę

35. Odkryj, Jak Zamienić Wiedzę, Którą Już Posiadasz o Swojej Specjalizacji, Hobby Lub Osobistych Zainteresowaniach w Produkty Informacyjne, Które Zarobią Miliony?

36. Jak Zarobiłem 3.500zł Na Własnym E-Booku Dzięki Prostemu Pomysłowi?

37. Dlaczego Kasuję Wszystkie Twoje Maile?

38. Znajdź swoją własną drogę do sukcesu

39. Co robić, gdy Twój biznes trafił szlak?

40. Moja niecenzurowana opinia na temat […..]

41. Czy Donald Trump To Dobry Sprzedawca?

42. Czy Facebook zabije Email Marketing?

43. Klienci, którym nienawidzę sprzedawać

44. Kto jest bardziej niebezpieczny: Polityk czy Guru?

45. Co myśli Twój klient?

46. Czy kobiety lepiej radzą sobie w MLM?

47. Sekret Supermana

48. Biznes jak Wolverine?

49. Jak zarobić w miarę łatwo i szybko?

50. Dzień, w którym moja edukacja zawiodła

51. Biznesowa impotencja

52. Laser w oczach

53. Szczerz Się Czarnookiego Guru

54. Klątwa Marketingowego Potwora

55. Network Marketingowy Wampir

56. Wilk w Skórze Network Marketera

57. Dziewięciu Jeźdźców Marketingowej Apokalipsy

58. Pułapka Guru

59. Jesteś pokarmem dla kolejnego Guru?

60. Może pocałować mnie w...

61. Klient zawsze nie ma racji!

62. Sztuczki są dla dzieci

63. Okulista oślepiony przez zły marketing!

64. 5 Minutowy Biznes!

65. Ucieka z kasą?

66. Sprzedawaj więcej oferując mniejszą wartość

67. Marketingowy Ninja Oberwał Po Głowie!

68. Dlaczego „darmowe” kosztuje Cię więcej?

69. Czasami człowiek szuka czegoś po całym wszechświecie

70. 5 Minutowe Sponsorowanie!

71. Spowiedź Network Marketera

72. Biznesowe rozmowy z Bogiem

73. Opowieści z krypty Network Marketera

74. Gra o Biznes

75. Dlaczego każdy marketer powinien obejrzeć „Powrót Barmana”?

76. Biznes vs E-Biznes

77. Biznesowe sekrety Wonder Woman

78. Piszę z sypialny Wonder Woman

79. Mr. Spock w MLM?

80. Dlaczego Facebook nie działa!

81. Nie czytaj zbyt wielu książek

82. Nie ma nic złego w TV

83. Jak zarobić i się nie narobić?

84. Dlaczego nie daję zniżek

85. Dlaczego MLM Online Nie Działa

86. 9 Głupich Błędów Network Marketera

87. 5 Sposobów Na Spieniężenie Instagrama

88. 7 Reguł Marketingowych Zombie

89. 8 Powodów, Aby Nie Sprzedawać Własnych Szkoleń

90. 5 Najskuteczniejszych Reklam w Dziejach Świata

91. Najlepsze, co mogę Ci dać

92. Zapraszam do domu

93. Wpadniesz na kolację?

94. Jeśli masz na liście kontaktów 2000 osób, to powinieneś zarabiać około 2000 zł, tak?

95. Zaśmiecony świat...

96. Problemy w biznesie?

97. Rozbite zespoły MLM

98. 3 rzeczy, które muszą wydobywać się prosto z Twojego serca:

99. Silnik, pojazd i paliwo. Tego potrzebujesz w biznesie:

100. Potęga jednego maila!

---

## JAKI JEST KOLEJNY KROK?

******* WIELKI FAN Lejków Sprzedażowych. Jeśli chcesz mieć WSZYSTKIE potrzebne narzędzia e-marketingowe w JEDNYM miejscu + otrzymać gotowe materiały + akademię e-marketingu to sprawdź jak działa ta AKADEMIA – **[Kliknij TUTAJ po WIĘCEJ..]**

---