

21 E-Mail Marketing Ideen, um sofort drauflos zu schreiben

Nie wieder ideenlos beim E-Mail schreiben!

HELLO,

du hast dir meine E-Mail Tipps heruntergeladen und ich möchte dir sagen:

Danke!

Ich mein es wirklich so.

Weißt du, wenige Unternehmen nehmen sich die Zeit, ihren Kunden zu danken und in einigen Fällen tun sie so, als ob es sie nach dem Kauf gar nicht mehr gäbe. Deshalb möchte ich dir sagen, wie sehr ich es schätze, dass du mir auf diese Weise eine Chance gibst.

Dies sind Betreffzeilen, Eröffnungen und andere Ideen, die ich seit der Erstellung meiner Methodik gelernt und ausprobiert habe...die mein Bankguthaben nachhaltig gefüllt haben. Und ich glaube, sie können das auch für dich tun, wenn du sie auf deine E-Mails anwendest (und sofort damit beginnst). Tatsächlich kannst du sie leicht in deinen nächsten E-Mails verwenden. Sie erfordern keine besondere Kreativität. Und keine Sorge, du brauchst nicht mein ganzes System zu haben, um aus diesen Zeilen einen Nutzen zu ziehen. Pass einfach die folgenden Informationen deinem Produkt und Markt an (nicht wortwörtlich kopieren, damit wirst du keine Erfolge haben) und schon geht's ins Rennen.

Bereit?

OK, lass uns loslegen...

E-Mail Marketing Idee #1: Die "3 Fragen" Eröffnung

Das ist ein leichter Einstieg, um Leser in deine E-Mail zu ziehen. Das Geheimnis: Den Markt kennen und die verborgenen Bedürfnisse und Wünsche deiner Leser in 3 kurze Fragen packen. Wenn dein Leser mindestens eine der Fragen mit einem nickenden Ja beantworten kann, kann nichts schief gehen:

So, du willst also mehr Umsatz machen?

Deine Einnahmen verdoppeln?

Verdreifachen?

E-Mail Marketing Idee #2: Die "Wie du..." Betreffzeile

Hat dein Leser ein bestimmtes Problem, das du lösen kannst, hilft dir die Formulierung "Wie du..." in der Betreffzeile. Dein Leser richtet seine komplette Aufmerksamkeit auf dich. Beispiel:

Wie du mit 4 Schritten überzeugst

Du verrätst deinem Leser in der E-Mail schrittweise wie er es schafft mit 4 Schritten zu überzeugen.

E-Mail Marketing Idee #3: Die "Ankündigungs-Eröffnung"

Hast du eine Neuigkeit zu verkünden, kannst du das im Einstieg deiner E-Mail verdeutlichen. Nutze das Wort "Ankündigung" (ohne Anführungszeichen) und verrate deinem Leser, um was es sich bei der Ankündigung handelt.

Im weiteren Verlauf deiner E-Mail erhält dein Leser weitere Informationen zu der Neuerung und erfährt, was ihm diese Ankündigung bringt.

E-Mail Marketing Idee #4:

Die "Nutzen versprechen" Betreffzeile

Mit dieser Betreffzeile zeigst du deinem Leser, welchen Nutzen die E-Mail für ihn hat, welchen Mehrwert sie erhält. Der Leser weiß hier sofort, was ihn erwartet und will mehr wissen.

*Neukunden fast wie von Zauberhand
Das einzigartige Werkzeug für mehr Verkäufe*

E-Mail Marketing Idee #5:

Die "Warum ich nicht..." Betreffzeile

Mit dieser E-Mail Betreffzeile erschaffst du deine eigene Welt. Beispiel:

Warum ich nicht in sozialen Netzwerken bin.

Die Kraft steckt in deiner Begründung, du tust etwas anderes als alle anderen. Selbst wenn es das Richtige wäre, du hast deine Gründe. Das zeigt Stärke und die Betreffzeile kann dir eine hohe Öffnungsrate ermöglichen, wenn du es richtig machst.

E-Mail Marketing Idee #6:

Die "Sesamstraßen" E-Mail

*Der, die, das
Wer, wie, was
Wieso weshalb warum?
Wer nicht fragt bleibt dumm.
1000 Tolle Sachen die gibt es ueberall zu sehen.
Manchmal muss man fragen um sie zu verstehen.*

Das ist ein Song aus der Kinder-Fernsehserie "Sesamstraße". Auch deine Leser haben Fragen, z.B. wenn du ein Produkt anbietest. Sammle die wichtigsten Fragen und beantworte sie.

Wie schnell habe ich die Investition drin und ab wann verdiene ich Geld damit?

Kurz und ehrlich: Das hängt von dir ab. Wenn du Zeit investierst, kannst du schneller Geld verdienen. Auch ist es abhängig von deiner Situation. Hast du bereits eine E-Mail Liste wirst du nicht so lange brauchen wie jemand, der noch überhaupt nichts hat.

Wie viel Zeit brauche ich für E-Mail Marketing?

Wenn du 50 Minuten Zeit in der Woche aufbringen kannst, dann lohnt sich E-Mail Marketing. Am Anfang wirst du vielleicht länger brauchen, aber du wirst sehr schnell eine Routine entwickeln. Dabei unterstützen wir dich und zeigen dir wie du deine eigenen Arbeitsabläufe erstellen kannst.

Eignet sich der Kurs für mich?

Der Kurs ist nicht für jeden geeignet; er ist für Menschen, die bereit sind, in sich selbst zu investieren. Du brauchst keine bestimmte Fähigkeit oder Voraussetzung. Bist du bereit etwas Neues zu lernen? Das Gelernte in der Praxis umzusetzen und Erfahrungen zu sammeln? Bingo, das reicht.

Es ist egal, ob du bereits eine E-Mail Liste hast. Der Kurs deckt alles ab, was du brauchst um starten zu können. Nach dem Kurs kannst du beginnen E-Mail Marketing für dein Geschäft zu nutzen oder du baust deine Selbständigkeit darauf auf (so wie ich).

E-Mail Marketing Idee #7: Die "Anleitungs-Eröffnung"

Mit dieser E-Mail verschaffst du dir eine Menge Vertrauen. Du zeigst deinem Leser, wie er etwas machen kann. Du hilfst ihm, gibst ihm Tipps die ihn weiter zu seinem Ziel bringen und der Leser merkt: *"Ja, die Person kann mich weiterbringen, von ihr will ich lernen."*

Du stellst dir zu deinem Produkt die Fragen: „*Wer, Wie, Was?*“ und beantwortest sie für deine Leser (nutze Vorteile deines Produktes und zähle nicht die Eigenschaften auf). Nutze diese Struktur für eine E-Mail und du brauchst dir keine Sorgen darüber zu machen, wie du eine E-Mail erstellst, aufbaust und für deinen Leser attraktiv machst. Deinen Leser interessiert das "*Wer, Wie, Was?*", also gib ihm Antworten.

E-Mail Marketing Idee #8:

Die "Mein größter Fehler" Betreffzeile

Du willst eine freundschaftliche Beziehung zu deinem Leser? Zu einer guten Freundschaft gehört, Fehler zu teilen, auch damit der andere sie nicht selbst macht. Wenn du dich deinem Leser öffnest und ihm deinen größten Fehler verrätst, spielt eure Beziehung auf einer viel tieferen Ebene. Außerdem wird dein Leser neugierig sein, welcher Fehler dir passiert ist. Weihe ihn ein, lass ihn mehr wissen, der Vertrauensvorschuss zahlt sich aus.

E-Mail Marketing Idee #9:

Die "FAQ" Eröffnung

Mit dieser E-Mail erreichst du zwei wichtige Dinge:

1. Die Skepsis deines Lesers wird direkt benannt (und die Leute sind verdammt skeptisch)
2. Die Neugierde schafft es deinen Leser zu beschäftigen, indem du Fragen beantwortest, die er über dein Produkt hat

Wähle drei SEHR skeptische Fragen, die oft zu deinem Produkt gestellt werden. Platziere diese Fragen am Anfang der E-Mail. Dann schreibe dazu, dass diese Fragen vermehrt von eher skeptischen Menschen gestellt werden. Jetzt kommt der (vielleicht) überraschende Wendepunkt: Du sagst, dass Skepsis GUT ist. Es ist gut, dass Menschen skeptisch sind, gerade im Business, in der heutigen Zeit, in der wir sehr viel angeboten bekommen, ist die Skepsis ein guter Wegweiser. Dann beantwortest du die drei Fragen.

E-Mail Marketing Idee #10:

Das "Extra Tipp" PS

Gib deinem Leser ein gutes Gefühl, wenn er deine E-Mail zu Ende gelesen hat. Ein indirektes Dankeschön kannst du ihm lassen, indem du im PS einen Tipp versteckst.

PS: Das HELLO schreibe ich immer groß, dann erkennst du es besser. Wenn du dich jetzt fragst, warum ich das im Betreff klein schreibe, hier die Erklärung: GROSSBUCHSTABEN in der Betreffzeile können zur Folge haben, dass deine E-Mails im Spam landen oder gar nicht zugestellt werden. Damit das nicht passiert, GROSSBUCHSTABEN-Wörter vermeiden :-)

E-Mail Marketing Idee #11:

Die "Heute wird" Betreffzeile

Letztes Jahr habe ich einen Versuch gestartet mit dieser Betreffzeile und in verschiedenen Listen an unterschiedliche Menschen diese Betreffzeile geschickt. Die Öffnungsrate war erstaunlich hoch, der Grund liegt in der Aktualität. Setze diese Methode sparsam ein.

Heute wirds persönlich

Heute wird aufgeräumt

E-Mail Marketing Idee #12:

Die "Heldengeschichten" Eröffnung

Menschen lieben Geschichten. Steige mitten in das Geschehen ein. Erkläre nicht, wie sich die Szene entwickelt, setze mitten in der Szene an und schreibe.

Wir saßen am Tisch. Ich fing an zu erzählen. Plötzlich lächelten sie mitfühlend. Ich hatte ihnen gerade gesagt, das ich mich mit E-Mail Marketing selbständig mache.

E-Mail Marketing Idee #13:

Das "Spannung erzeugende" PS

In einer Fernsehserie bricht eine Folge in der spannendsten Szene ab, das ist der Cliffhanger. Er ist dazu da Spannung aufzubauen und den Zuschauer zu motivieren weiterzusehen. Du nutzt dieses psychologische Mittel für deine E-Mail und baust im PS den Cliffhanger ein. Zusätzlich kannst du noch auf die nächste E-Mail hinweisen.

PS: Mein Rat: Erkenne wer deine Aufmerksamkeit nimmt ohne zu geben und werde zu einer Person, die weiß, wie sie aufmerksame Zuhörer erhält ohne schreien zu müssen.

Morgen erfährst du wie du dich ab sofort dagegen schützt, achte auf die E-Mail mit dem Betreff "Überzeugen".

E-Mail Marketing Idee #14:

Die "Verrückte Betreffzeile"

Die Betreffzeile verwirrt den Empfänger so sehr, dass er mehr wissen will und er weiß, dass er nur einen Klick braucht, um das Fragezeichen in seinem Kopf zu löschen. Den Klick tätigt er und schon ist er in deiner E-Mail drin. Jetzt liegt es an dir, was du daraus machst.

Ich bin damals so vorgegangen:

Tag des hässlichen LKW

Was macht dieser Betreff mit dir?

Bist du verwundert, überrascht oder vielleicht auch komplett verwirrt?

Wenn du etwas kurioses machst oder etwas womit dein Interessent nicht gerechnet hat, wirst du beachtet. Sei es bei einer E-Mail, einer Display Werbung oder auch bei einem Social Media Beitrag oder einer Anzeige.

E-Mail Marketing Idee #15: Die "Glaubenssatz" Betreffzeile

In unserer Gesellschaft kursieren unterschiedliche Denkmuster, gerade in den verschiedenen Generationen. Vielleicht gehörst du zu den anders denkenden Menschen, du hast deine eigenen Pläne, die nicht dem System entsprechen.

Diese Betreffzeile habe ich vor ein paar Monaten eingesetzt:

"Sicherheit gibt's nicht." Wirklich nicht?

E-Mail Marketing Idee #16: Die "Neugier-Klick" E-Mail

Diese E-Mail ist mit Bedacht einzusetzen und nur für bestimmte Zwecke. Wenn du beispielsweise ein Video hast, das sich deine Leser ansehen sollen, in dem du Content gibst oder einen anderen Mehrwert, dann darfst du auch mal eine "Neugier-Klick" E-Mail einsetzen. Ansonsten geben wir in E-Mails Mehrwert, wir unterhalten und bauen eine Beziehung auf...und das geht nicht mit wenigen Worten.

Bei der "Neugier-Klick" E-Mail machst du deinen Leser so neugierig, dass er klicken muss. Es hat keine andere Option, um sonst an die Informationen zu kommen. Dafür kannst du einfach nur einen Link-Text platzieren, das sieht dann so aus:

Wenn du hier klickst, erfährst du wie ich mit E-Mail Marketing begonnen habe

E-Mail Marketing Idee #17:

Die "Redewendung" Betreffzeile

Redewendungen, Phrasen und Sprüche solltest du vermeiden. Wieso? Sie sind ausgelutscht, ganz ehrlich. Was du hingegen einsetzen kannst sind abgewandelte Redewendungen, passend zu deinem Markt oder dem Thema deiner E-Mail. Menschen finden sich darin wieder, weil sie mit der Redewendung vertraut sind und doch ist es etwas anderes und macht neugierig. Damit hast du die Aufmerksamkeit deines Lesers gewonnen.

Paddelst du noch oder surfst du schon?

Alle außergewöhnlichen Dinge...

...findest du in diesem Video.

Extra Tipp: Beginn die angepasste Redewendung im Betreff und beende sie im Einstieg deiner E-Mail. Dein Leser kennt die Redewendung und will sich selbst testen, ob er richtig liegt. Nachdem er die E-Mail geöffnet hat, überraschst du ihn erneut ;-)

E-Mail Marketing Idee #18:

Die "Ich bekam die Frage" Eröffnung

Nutze die Fragen, die du immer wieder gestellt bekommst und dann geh in etwa so vor:

1. Beginne deine E-Mail mit "Ich bekam die Frage"
2. Schreibe die Frage darunter
3. Verbinde deine Antwort mit der Aufforderung dein Produkt zu kaufen

Hier ist wie ich es vor einiger Zeit gemacht habe:

In meiner Umfrage vor ein paar Wochen kam die Frage:

"Warum hast du dich für E-Mail Marketing entschieden? Wie bist du vorgegangen, um all dein Wissen aufzubauen und dich selbständig zu machen?"

Menschen interessieren sich für Antworten, sie wollen mehr erfahren. Sie interessieren sich für die Gründe warum du etwas tust und du kannst sie mit deinen Antworten überzeugen; um dein Produkt zu kaufen oder um sie zu bestärken den gleichen Weg wie du zu gehen.

E-Mail Marketing Idee #19: Die "Vorbilder" Betreffzeile

Kennst du die Vorbilder deiner Leser? Keine Sorge, wenn du nicht sicher bist. In vielen Märkten gibt es sehr bekannte und gefragte Ikonen. Selbst wenn du daneben liegst, hat die Betreffzeile eine positive Wirkung. Du teilst eine persönliche Sache mit deinem Leser. Er erfährt wer dein Vorbild ist und von wem du dein Wissen hast. Wer weiß, ob dir dein Leser nicht irgendwann für diesen Tipp persönlich dafür danken wird.

Was die Werbetexter-Ikone Axel Andersson sagt

E-Mail Marketing Idee #20: Das "Zieh-den-Leser-in-den-Text" PS

Ich verrate dir etwas: Viele Leser sind sogenannte Scroller. Sie lesen die Betreffzeile, überfliegen die E-Mail und scrollen bis...sie nicht mehr weiter scrollen können. Dann sind sie wo gelandet und wollen beginnen zu lesen? Ja genau, am Ende deiner E-Mail. Wenn du dann ein PS eingebaut hast, hast du die Möglichkeit den Scroller über das PS in den Text zu ziehen.

PS: Hast du es satt endlose Stunden damit zu verbringen überzeugende Wörter zu finden? Oben erfährst du was es mit der Frage auf sich hat und bekommst die Lösung.

E-Mail Marketing Idee #21:

Die "Wer gewinnt?" Betreffzeile

Ganz einfach. Du hast zwei Produkte, A und B. In der E-Mail stellst du die beiden "Rivalen" gegenüber, präsentierst Vorteile und leitest dann geschickt auf das Produkt, welches du verkaufen möchtest. Die E-Mail ist wie eine Art Produkt-Test für den Leser, am Ende muss er wie bei jeder E-Mail überzeugt werden.

Funktioniert auch abgewandelt, wichtig ist das Wort „gewinnt“:

Welche E-Mail-Strategie gewinnt?

Wer gewinnt: quentn oder mailchimp?

Das war's.

Jetzt bist du dran mit UMSETZEN.

Nutze diese E-Mail-Ideen, um deine Verkäufe anzukurbeln. Wähle ein oder zwei aus, die herausstechen, schreibe eine E-Mail, drücke auf Senden und sieh, was passiert.

E-Mails sind eine der zuverlässigsten Methoden, um "auf Abruf" Geld zu verdienen.

Wenn du keine Lust oder Zeit hast, dein E-Mail Marketing selbst zu machen, geh auf diese Seite und entdecke, wie eine Zusammenarbeit mit mir aussieht: <https://lisahoffmann.com/>

Bis bald,

Lisa

PS: Auf der unten verlinkten Seite findest du deinen Bonus "25 Wörter, die auf magische Weise überzeugen". Diese Wörter sorgen bei sparsamer Verwendung für aufmerksame Leser: <https://lisahoffmann.com/downloads/25-magic-words.zip>

Impressum

GROWWRITING by Lisa H. Ltd
Lisa Hoffmann
Protara Kavo Gkreko, 98, House 19
Paralimni, 5295, Famagusta, Cyprus

Kontakt Telefon: +49 (0) 6341 5495130
E-Mail: info@lisahoffmann.com

EU-Streitschlichtung

Die Europäische Kommission stellt eine Plattform zur Online-Streitbeilegung (OS) bereit: <https://ec.europa.eu/consumers/odr>. Unsere E-Mail-Adresse finden Sie oben im Impressum.

Verbraucherstreitbeilegung/Universalschlichtungsstelle

Wir sind nicht bereit oder verpflichtet, an Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle teilzunehmen.

Haftung für Inhalte

Als Dienstanbieter sind wir gemäß § 7 Abs.1 TMG für eigene Inhalte auf diesen Seiten nach den allgemeinen Gesetzen verantwortlich. Nach §§ 8 bis 10 TMG sind wir als Dienstanbieter jedoch nicht verpflichtet, übermittelte oder gespeicherte fremde Informationen zu überwachen oder nach Umständen zu forschen, die auf eine rechtswidrige Tätigkeit hinweisen. Verpflichtungen zur Entfernung oder Sperrung der Nutzung von Informationen nach den allgemeinen Gesetzen bleiben hiervon unberührt. Eine diesbezügliche Haftung ist jedoch erst ab dem Zeitpunkt der Kenntnis einer konkreten Rechtsverletzung möglich. Bei Bekanntwerden von entsprechenden Rechtsverletzungen werden wir diese Inhalte umgehend entfernen.

Haftung für Links

Unser Angebot enthält Links zu externen Websites Dritter, auf deren Inhalte wir keinen Einfluss haben. Deshalb können wir für diese fremden Inhalte auch keine Gewähr übernehmen. Für die Inhalte der verlinkten Seiten ist stets der jeweilige Anbieter oder Betreiber der Seiten verantwortlich. Die verlinkten Seiten wurden zum Zeitpunkt der Verlinkung auf mögliche Rechtsverstöße überprüft. Rechtswidrige Inhalte waren zum Zeitpunkt der Verlinkung nicht erkennbar. Eine permanente inhaltliche Kontrolle der verlinkten Seiten ist jedoch ohne konkrete Anhaltspunkte einer Rechtsverletzung nicht zumutbar. Bei Bekanntwerden von Rechtsverletzungen werden wir derartige Links umgehend entfernen.

Urheberrecht

Die durch die Seitenbetreiber erstellten Inhalte und Werke auf diesen Seiten unterliegen dem deutschen Urheberrecht. Die Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und jede Art der Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtes bedürfen der schriftlichen Zustimmung des jeweiligen Autors bzw. Erstellers. Downloads und Kopien dieser Seite sind nur für den privaten, nicht kommerziellen Gebrauch gestattet. Soweit die Inhalte auf dieser Seite nicht vom Betreiber erstellt wurden, werden die Urheberrechte Dritter beachtet. Insbesondere werden Inhalte Dritter als solche gekennzeichnet. Sollten Sie trotzdem auf eine Urheberrechtsverletzung aufmerksam werden, bitten wir um einen entsprechenden Hinweis. Bei Bekanntwerden von Rechtsverletzungen werden wir derartige Inhalte umgehend entfernen.