

10 tips til at sælge langt mere med nyhedsbreve

Skrevet af Martin Thorborg

Indledning

Nyhedsbreve kan sælge varer, masser af varer!

Jeg har selv skrevet og sendt hundredvis af nyhedsbreve siden 1995 og jeg har tjent millioner af kroner hjem til de virksomheder jeg har arbejdet med. Men det har taget mig tid at lære hvordan man laver og skriver et godt nyhedsbrev, så folk glæder sig til at få det og samtidig køber de varer jeg tilbyder.

Jeg vil give de bedste tips til dig, så du ikke begår de samme dumme fejl som mig.
Rigtig god fornøjelse :-)

De bedste hilsner

Martin Thorborg

Ps. Hvis du vil tjene endnu flere penge, så hent gratis E-pusher Light - [Klik her](#)

1) Frekvensen er vigtig

Mht. udsendelsesfrekvensen skal man passe meget på hvad man lover. Skriver man at nyhedsbrevet kommer hver mandag, så skal det også komme hver mandag! Og da det er uhyre vigtigt at alle nyhedsbreve altid er super gode, så kan det bliver et problem hvis du ikke har nok kvalitet at putte i det.

Det er bedre at love at det maksimalt kommer en gang om måneden, og så med et glimt i øjet skrive: "Jeg skriver kun til dig når jeg har noget på hjerte". Og så kun sende det når du reelt har noget på hjerte. Husk at hver gang du sender et nyhedsbrev der er ubetydeligt for modtageren, så vil en del af modtagerne afmelde sig. Andre vil modtage det uden at læse det, og igen andre vil anmelde det som spam.

Så tænk dig grundigt om før du lover at det kommer hver uge eller måned. Jeg skriver altid selv at jeg sender det ud når jeg har noget interessant at fortælle. Derfor er procenten af dem der læser, tæt på 100 da folk ved at jeg aldrig sender ligegyldige ting til dem.

2) Send dit nyhedsbrev den rigtige dag, og sælg dobbelt så meget

Det er vigtigt hvornår du sender dine nyhedsbreve. Folk får det selvfølgelig uanset hvad, men deres motivation til at læse det og købe dine varer afhænger meget af hvornår de får og læser det.

Det er typisk bedst at sende nyhedsbreve til folk når de er på arbejde. Det er der folk ofte læser deres e-mails og har tid til at foretage sig noget online. Sender du det i weekenden, så vil mange

først have mulighed for at læse det mandag morgen. Men der forsvinder det i mængden af vigtige forretningsmails og ligegyldige spam-mails, og risikoen for at det bliver slettet, er stor.

Så send dine nyhedsbreve på hverdage hvor folk er på arbejde, altså mellem kl. 08.00 og 15.00 og er klar til at læse det og reagere på det. Jeg har selv bedst erfaring med at sende ud ved middagstid mellem kl. 12 og 13, men det kan sikkert variere efter hvilke varer man sælger.

Dertil er det en god ide at time nyhedsbreve til forbrugere, omkring den første i måneden, hvor de lige har fået løn. Der vil de fleste mennesker være mere generøse med deres penge. Jeg kan huske da jeg kørte taxa i København, at der var langt flere ture og bedre drikkepenge de sidste dage i måneden og de efterfølgende 2 uger. Men fra den 14 og 10 dage frem var det mærkbart dårligere, og der gad jeg dårligt køre på gaden.

Hold også øje med hvornår folk får børnepenge, det er så vidt jeg ved den 20. januar, den 20. april, den 20. juli og den 20. oktober. Der vil folk også være mere gavmilde, og der skal du slå til hvis du sælger varer til slutbrugere!

Der er også nogle tidspunkter som du skal holde dig fra. Ferier, helligdage, weekenden og om natten er dårlige tidspunkter. Der ender dit nyhedsbrev bare i bunken af ulæst post og bliver slettet når den dårlige samvittighed over den rodede indbakke bliver for stor.

Jeg læste dog en artikel i Fortune Magazine med overskriften "Sunday is the new Monday", og der fortalte de om en ny trend, at folk i højere grad er begyndt at læse deres e-mails om søndagen. De refererede til en undersøgelse som e-mail-marketing-firmaet ExactTarget har lavet, der viser at færre åbner et nyhedsbrev en søndag, men dem der gør, de læser det til ende. Årsagen er at langt de færreste e-mails bliver sendt en søndag (kun 3 % kontra tirsdag med 24,5 %), så konkurrencen om opmærksomheden er meget mindre.

Det kan tyde på at lange nyhedsbreve med mere svært tilgængeligt indhold, måske med fordel kan sendes om søndagen. Men eksperimenter med det, det er altid en god ide.

Så jeg håber du forstår hvor vigtigt det er, hvornår du sender nyhedsbreve ud. Rammer du den lige i røven, så kan effekten nemt være 2-4 gange så god, som hvis du sender det på et dårligt tidspunkt. Så der er penge i timing...

3) Vækst din nyhedsbase hurtigt og gratis!

Som før nævnt er nyhedsbreve en af de mest effektive metoder til at vedligeholde relationen til sine kunder, skaffe nye kunder og lave et større salg til de kunder man har i forvejen. Derfor har en stor nyhedsbrevsdatabase en enorm værdi. Der er mange måder at skaffe flere abonnenter på nyhedsbrevet på. Det mest indlysende er selvfølgelig at annoncere på forsiden af sit website at man kan få et gratis nyhedsbrev, og på alle andre måder gør det meget tydeligt at man har et godt nyhedsbrev. Man kan også vælge at lave en popup på sit site, som bliver vist til alle besøgende en enkelt gang. Det er en aggressiv måde at skaffe abonnenter på, men det virker rigtig godt. På noget der ligner tre måneder, har vi på Amino.dk fået mere end 5.000 abonnenter på den måde.

Når først man begynder at have en vis størrelse nyhedsbrev, har man også muligheden at bytte med andre. Forstået på den måde at man ikke bare kan give hinanden e-mail adresserne, det giver sig selv at det ikke er lovligt. Men man kan for eksempel kontakte en forretning, der arbejder med den samme målgruppe som en selv, men sælger nogle andre produkter, og så

bytte reklamer i hinandens nyhedsbreve. A reklamerer for B og B for A. Det kan give rigtig godt. Det er muligvis heller ikke lovligt, men hvem går det ud over, og hvem opdager det?

En anden måde er at lave konkurrencer, for eksempel hvor man kan vinde et eller andet fra butikken, og så tilmelde det så mange konkurrencesites som overhovedet muligt. Dertil findes der databaser rundt omkring på nettet hvor man kan tilmelde sit nyhedsbrev så folk kan tilmelde sig der. Det kan nemt give flere hundrede tilmeldinger om ugen, og læg mærke til at gevinstens pris ikke er så afgørende for antal tilmeldinger. Folk tænder mere på at der er flere små præmier, som der er en reel chance for at vinde.

En anden effektiv metode er at lave gratis information man giver væk, mod at folk tilmelder sig nyhedsbrevet. Gjort på den rigtige måde, er det gratis og helt lovligt, og det kræver selvfølgelig at folk kan framelde sig igen.

Min ven Alun fra www.alun.dk har på to år fået mere end 30.000 mennesker på sine nyhedsbreve ved at give dem gratis e-bøger, han selv har skrevet om, hvordan man lever sundt.

Ved at forære folk min gratis bog "[E-pusher Light](#)", har jeg på to år groet min nyhedsbrevsliste med 12.000 modtagere og sender nu mails ud til 16.000 mennesker med interesse i iværksætteri og/eller e-handel.

Den guide du "sidder med" lige nu, kører efter samme princip. Du har selv lige givet mig din e-mail adresse og du vil nu få mit nyhedsbrev, med mindre du melder det fra. Men hvorfor gøre det, når indholdet i denne guide interesserer dig og mit nyhedsbrev handler om det samme emne, nemlig bl.a. hvordan man tjener flere penge. Så hold materialet relevant i forhold til din målgruppe.

4) Ignorer SPF og sig farvel til 50 % af dine modtagere

[SPF](#) eller "Sender Policy Framework", er et projekt der skal skære ned på antallet af spam mails. Sender du mails til dine kunder, og har du ikke styr på din SPF, så kan du godt regne med at endog rigtig mange af dem, ender i modtagerens spam filter. Ideen er at SPF er en form for certifikat, der viser om den mailserver du sender fra, også har lov til det. Så det er rigtig vigtigt at de domæner du sender fra, også er sat op med SPF på mailserveren. Jeg må tilstå at jeg på ingen måde har sat mig ind i det tekniske, og jeg er også hamrende ligeglad med det. Så hvis du vil vide alt, så kig [her](#).

Hvis du som jeg er totalt ligeglad med teknik, så ring til din mailudbyder og spørg hvordan du får styr på det. Det vil nok koste dig lidt penge, men tro mig, de er godt givet ud! Hvis du finder ud af at du ikke har styr på din SPF, så klap dig selv på skulderen. For så har du lige tjent penge nok til at købe den fulde af version af E-pusher plus del løse ☺

5) Start ALDRIG dit nyhedsbrev med...

Mange har i toppen af deres nyhedsbrev et "Hvis du ikke kan læse nyhedsbrevet, så se det online her <http://www.blabla.dk>"

Det er for så vidt meget smart, men problemet er, at i mange e-mail-klienter, så vises der kun overskriften og så den sætning, også kaldet en Preheader, og det er ikke noget der lige frem får folk til at kaste sig over dit nyhedsbrev. Så smid den linje ind lidt længere nede, og lev med at

du mister et par læsere på den konto, men til gengæld får mange flere til at åbne dit nyhedsbrev.



Eksempel på hvordan det ser ud i Gmail

Der er noget større chance for at du gider læse et nyhedsbrev der lover dig en fantastisk handel, end et der fortæller dig hvad du skal gøre hvis du ikke kan læse det.

Det du skal gøre, er at skabe en effektiv Preheader, og der er flere muligheder:

Du kan f.eks. bruge den til at forstærke budskabet fra overskriften:

Emne: Køb et par bukser for halv pris!

Preheader: Kvaliteten af bukserne er uovertruffen.

Du kan lave et "call to action":

Emne: Køb et par bukser for halv pris!

Preheader: Tryk her for at købe dem nu.

Du kan bruge den i forlængelse af din overskrift.

Emne: Køb et par bukser for halv pris!

Preheader: Og få en skjorte med til prisen

Så bruger du et flot HTML-nyhedsbrev, så smid en spændende linje ind øverst i nyhedsbrevet over grafikken.



Eksempel på hvordan en iPhone ser på tingene

På en del telefoner (og dem bruger folk efterhånden i stor stil til at checke e-mail med) og e-mail klienter, så vil den linje stå lige under emnet. Så spild derfor ikke den chance for at forøge åbningsprocenten med ligegyldigheder.

6) Fokuser på dit mål

Du kommer ingen vegne med et nyhedsbrev, uden at vide hvor du vil hen. Du skal vide præcis hvem din målgruppe er og hvad du vil opnå. Er det loyalitet til dit firma, vil du sælge et produkt, eller vil du styrke dit brand?

Hvad du vil opnå, er supervigtigt at vide. Så vil du automatisk få en meget bedre fokus og et bedre resultat.

7) Formlen for langt mere salg

Formlen for en sælgende tekst er ret enkelt. Det handler om at beskrive et problem for læseren, så skal læseren forstå at problemet også er hendes, efterfølgende skal læseren præsenteres for hvor let, billigt, hurtigt etc. dit produkt løser hendes problem og slutteligt skal hun have prisen og et elegant guides hen til produktet.

Her er et supersimpelt eksempel:

Sælg langt mere i din e-butik!

Mange e-købmænd sælger for lidt i deres e-butikker.

Hvis du sælger for under 1.000 kr. om dagen, så er du en af dem.

E-pusher hjælper dig til at sælge langt mere.

Køb bogen i dag for blot 1.500 kr. + moms og sælg mere i morgen - [klik her](#)

8) Overskriften er det vigtigste

Hvis din overskrift ikke fænger, så har du tabt på forhånd. Hvis overskriften er kedelig, så er læseren videre til næste e-mail, webside etc. En god overskrift kan alene double salget af varer i en given reklame eller nyhedsbrev, så der skal bruges tid på at finde den helt rigtige tekst.

Ord som "Gratis", "Sidste Chance", "Udsalg", "Spar" "Lær hvordan man...", "Tre lette måder at..." er gode ord i forbindelse med en overskrift og selvom de bliver brugt flittigt af andre e-købmænd, så skal du ikke lade dig afskrække, for der er en god grund til at de bruger dem...

Husk hele tiden at se din målgruppe for dig, når du laver overskrifter. Det nytter ikke noget at være superfrisk i sproget, hvis du laver reklamer til ældre mennesker. Det er muligt at du får opmærksomhed, men hvis den er negativ, så kan det være lige meget.

Så brug noget tid på at ramme din målgruppe med noget der overrasker dem, gør dem nysgerrige, gør dem grådige eller vækker andre stærke følelser i dem. Det vil få dem til at starte på at læse resten af teksten og så er du allerede halvvejs!

9) Del teksten op

Du har nok bemærket at denne tekst er ret let at læse og det er der flere årsager til. En af de vigtigste er, at jeg har delt teksten op i afsnit og små kapitler. Det gøre teksterne meget lettere at læse og man skal ikke anstrenge sig for at komme i gang.

Mange skriver lange tekster uden "pauser" og det trætter folk og når man ser teksten, så ser den meget sværere, end den er. Så sørg for at opdele teksten, så er der flere der læser den, og det er jo ikke så ringe endda.

10) Hvad læser folk altid?

Hvis du f.eks. skriver et nyhedsbrev, så er der selvfølgelig nogle der læser det hele, men så skal kvaliteten også være fantastisk. Det folk typisk gør, er at læse det af indledningen de gider, så gør den super spændende, og husk at den skal sælge resten af nyhedsbrevet eller websiden. Så springer folk let hen over det midterste og læser den sidste artikel. Det folk ofte læser mest, det er et PS. Det lyder utroligt, men det er den vigtigste sætning der skal stå som et PS. Efter dit navn.

Så alt det du VIL have folk til at læse, skal først stå til sidst, eller som et PS og som du kan se, så er mit fokus at du henter E-pusher Light, da den både står som PS øverst i guiden og nederst ☺

Tjen endnu flere penge her og nu!

Hvis du kunne bruge mine råd, så hent min gratis e-bog [E-pusher Light](#), den vil lære dig langt mere og du kan have den i "hånden" om 2 min.

Hent den gratis her - [Klik her](#)