

Tartalomkészítés automatizált marketingfolyamatokhoz

Sipos Zoltán
ügyvezető



KREATÍV KONTROLL

Az automatizálás egy eszköz, hogy az üzeneted hatékonyabban eljusson az emberekhez.

Az automatizálás egy eszköz, hogy az üzeneted hatékonyabban eljusson az emberekhez.

A tartalom a legfontosabb eleme.

„Mit csináljak, ha nincs időm?”

1. Vegyél fel saját embert.
2. Szervezd ki.

„Mit csináljak, ha nincs témám?”

1. Tartalom- és marketingstratégia
2. Nézd át a céged, az értékesítési folyamataid és az ügyfélszolgálatod

Nézzük a folyamatot a hírlevélkészítésen

1. Stratégia és célok
2. Megírás
3. Dizájn
4. Feltöltés
5. Ellenőrzés
6. Kiküldés (vagy folyamatba illesztés)
7. Riportolás

1. Stratégia és célok

1. Mi az e-mailed apropója?
2. Mi a cél? (És a CTA?)
3. Hol helyezkedik el az e-mail workflow-ban?
4. Ki(k) kapják majd meg?
5. Hol kell kézzel belenyúlnod?

2. megírás

így kerüld ki az áremelésünket (a „trükk” mától 1 hétig él)



Inbox x



marketingszoveg.com <zoltan@marketingszoveg.com>

to me ▾

5/22/15 ☆



Szia!

Árat emeltünk, de te még 1 hétig (máj. 25-ig) az eredeti árakon rendelheted meg alábbi szolgáltatásainkat. Igyekszem minél több ilyen ajándékot adni neked azért, mert a feliratkozóm vagy.

Mutatom, hogy honnan emeltünk hova (mindegyik ár nettó).

- Weblapelemzés csomag 25 000 Ft-ról 29 000 Ft-ra.
- Webszöveg csomag 29 900 Ft-ról 34 900 Ft-ra.
- **Miniblog (havi 4 cikk) 15 000 Ft-ról 19 000 Ft-ra.**
- **Optiblog (havi 8 cikk) 25 000 Ft-ról 29 000 Ft-ra.**
- Wiki-szócikk 15 000 Ft-ról 17 500 Ft-ra.
- Sikerdíjas blog 2000 Ft/cikkről 2500 Ft/cikkre.

(Ezek csak a belépőtermékeink. [Részleteket itt olvashatsz.](#))

Az áremelést a növekedésünk indokolja: havi 200 ügyfélnél már szükségünk van a hatfős vezetőségre, akik fizetését ki kell termelnünk.

Ha május 25-ig szólsz, akkor még az eredeti áron rendelheted meg ezeket a csomagokat. Azután már csak az emelt áron érheted el te is a fenti szolgáltatásainkat.

Válaszolj erre az e-mailre, ilyen egyszerű :))

Céljaid (fontossági sorrendben)

1. Juss el az inboxba (legyen feliratkozód, menjen ki az e-mail, ne akadjon fenn a spamszűrőn)
2. Nyissa meg az e-mailt
3. Olvassa el az e-mailt
4. Értse meg
5. Hajtsa végre a célkonverziót

A belső képzésünk 15 perce

Feladat: „írd érdekes hírlevelet egy unalmas termékről, például [körbenéz] erről a jegyzetömről”

A belső képzésünk 15 perce

„Srácok, most a jegyzetömbéért fogunk
lelkessedni.”

Az írás folyamata

1. Kinek megy ki a levél?
2. Mit kommunikáltunk előtte?
3. Milyen stílusban olvashat?
4. Mi a kontaktus apropója?

Az írás folyamata

5. Mik egy jegyzetömb előnyei?
6. Milyen ajánlatot tudok tenni? (És hova vigyen a hírlevél)
7. Hogyan kezdem el a hírlevelet?
8. Mit kell mondanom, hogy megnyissa?

A belső képzésünk 15 perce

15 perc alatt írtunk egy hírlevelet.

Piaci értéke kb. 30 000 Ft.

Várhatóan félmillió Ft felett hozna eladásokat (listától függ).

Egy ilyen vázlattal kezdünk (szinte mindig a kattintást adjuk el)

Azért kell rám figyelned most, mert...

Ez neked azért lesz jó, mert...

Azért hidd el nekem ezt, mert...

Itt a bizonyíték:

Az fog történni veled, hogy...

De ha nem teszel semmit, akkor

Ezt csináld most:

Ha nem teszed meg, akkor:

Azért csináld meg most, mert [időlimit, létszámlimit, ár emelkedni fog, elfogy a termék, gyorsan akarod a sikert, le fogom venni stb.]

3. dizájn

Használj template-et vagy programot
(Photoshop, Illustrator stb.)

(Csak a cégek ~15%-a kódolja nulláról.)

3. dizájn

A dizájn van a szövegért (és nem fordítva).

Ha a fő üzeneted elvész, beolvad a CTA, nem átfutható, akkor a dizájn rossz.

4. feltöltés

A formázást & kódolást natívan elvégzi ma a szoftvered (Protopmail, Salesautopilot, Hubspot stb.)

5. tesztelés

Küldd ki próbacímekre, és nézd meg:

1. A reszponzivitást
2. Dizájn megjelenése (minden appban)
3. Képek nélkül is érthető-e
4. Dinamikus változók működnek-e

5. tesztelés

Legyen egy csekklistád, ami fölgyorsítja a tesztelést.

59 lépéses checklist a tökéletes (és hatékony) hírleveledhez

6. Kiküldés (vagy élesítés)

A tökéletes folyamatban ez egyetlen gomb megnyomása.

7. riportálás

Megnyitás és átkattintás (trend)

Konverzió

Vásárlás értéke

ROI

Leiratkozás

A marketinged idővel (kiküldések, mérés, módosítás, ismétlés) egyre jobbá válik.

A marketinged idővel (kiküldések, mérés, módosítás, ismétlés) egyre jobbá válik.

Riportálás nélkül vakon repülsz.

Egy saját kampányunk megtérülése

Facebook-hirdetés célcsoportbeli (de idegen) embereknek:

30 000 Ft költség

20 eladás (1 100 000 Ft)

3666% ROI

Egy saját kampányunk megtérülése

Facebook-hirdetés a követőinknek:

14 000 Ft költség

34 „eladás” (fizetett 26, 1 123 000 Ft)

8021% ROI

Egy saját kampányunk megtérülése

Hírlevél saját listára:

6008 Ft (kiküldés díja)

26 „eladás” (22 fizetett, 934 000 Ft)

15 454% ROI

A hírlevél mindent visz

Egyetlen kiküldés veri az 1 hétig futó Facebook-kampányt

Nagyobb arányban fizetnek

Elégedettebbek

Duplaakkora megtérülés

Melyik éri meg jobban: hírlevél vagy
Facebook-hirdetés? (15 454%-os ROI!)

Kérdés esetén írj nekem és olvass minket

info@kreativkontroll.hu

<https://marketingszoveg.com/blog>



KREATIV KONTROLL