proell-marketing.de

Gratis-Guide · ca. 10 Minuten Lesezeit

Mails, die verkaufen.

Warum E-Mail-Marketing dein stärkster Verkaufskanal ist und welche Mails rund um dein Webinar auf keinen Fall fehlen dürfen. Für Anbieter von Online-Ausbildungen.

7 Gründe · 7 Mails, die Umsatz bringen · 1 Schnell-Check

Michael Pröll
Mails rund ums Webinar für Anbieter von Online-Ausbildungen

Deine Interessenten sind schon da. Die meisten hören danach nie wieder von dir.

Jemand meldet sich zu deinem Webinar an. Er hat Interesse an deiner Ausbildung, sonst hätte er das nicht getan. Und dann? Bei vielen Anbietern kommt eine Bestätigung, vielleicht noch eine Erinnerung und ein Link zur Aufzeichnung. Danach ist Funkstille.

Die meisten, die kaufen, kaufen live im Webinar. Aber eben nicht alle. Manche brauchen ein paar Tage, wollen noch mal nachdenken, mit dem Partner sprechen oder die Aufzeichnung in Ruhe schauen. Und viele, die sich angemeldet haben, waren gar nicht live dabei. Wer diese Menschen nicht weiter begleitet, lässt bei jedem Webinar Verkäufe liegen.

> **Werbung und Reichweite bringen dir Interessenten. E-Mails machen aus ihnen Käufer.**

Genau dafür gibt es E-Mail-Marketing. Nicht als Newsletter, den du schreibst, wenn du mal Zeit hast, sondern als automatische Mails, die jeden Kontakt im richtigen Moment erreichen, ohne dass du etwas von Hand verschickst.

Was dich in diesem Guide erwartet

- **7 Gründe,** warum E-Mail-Marketing für dein Business so wertvoll ist
- **7 Mails rund um dein Webinar,** die Umsatz bringen, und was jede davon bewirkt
- **Ein Schnell-Check,** mit dem du in zwei Minuten siehst, wo bei dir gerade Verkäufe liegen bleiben

Wer hier schreibt

Ich bin Michael. Seit über drei Jahren verantworte ich das E-Mail-Marketing rund um Webinare für verschiedene Unternehmen im DACH-Raum, von der ersten Anmeldung bis zum Verkauf, live und automatisiert. Was hier steht, sehe ich jeden Tag in echten Accounts.

7 Gründe, warum E-Mail-Marketing so wertvoll ist

01 **Deine Kontakte gehören dir**

Follower gehören der Plattform. Ein Algorithmus-Update oder ein gesperrtes Werbekonto, und deine Reichweite ist weg. Deine E-Mail-Liste nimmst du überallhin mit. Mit jedem Webinar wächst sie weiter, und jeder Kontakt bleibt dir erhalten.

02 **Du erreichst die Leute wirklich**

Ein Beitrag geht im Feed unter. Eine Mail landet direkt im Postfach, persönlich und ohne Konkurrenz durch das nächste Video. Du musst nicht um Aufmerksamkeit kämpfen.

03 **Automatisch verkaufen**

Die wichtigsten Mails laufen automatisch für jeden Kontakt. Bei einem automatisierten Webinar sogar dauerhaft, bei Live-Webinaren musst du sie vor jedem Termin nur anpassen statt neu zu schreiben. Verschickt wird automatisch, auch während du unterrichtest oder Teilnehmer betreust.

04 **Vertrauen, das Umsatz macht**

Eine Ausbildung kauft man nicht spontan. Es geht um Geld, Zeit und oft um eine berufliche Entscheidung. Mails mit echtem Mehrwert, Erfahrungen deiner Absolventen und Antworten auf typische Fragen bauen genau das Vertrauen auf, das dafür nötig ist.

05 **Mehr aus jedem Webinar, ohne mehr Werbung**

Werbung wird teurer. Wer die Leute, die schon angemeldet sind, besser begleitet, holt mehr Verkäufe aus demselben Werbebudget. Jede Anmeldung ist dann mehr wert.

06 **Begeisterte Käufer statt stiller Kunden**

Nach dem Kauf geht es weiter: ein guter Start in die Ausbildung, Zugang, erste Schritte, Ansprechpartner. Wer sich gut aufgehoben fühlt, bleibt dabei, schließt seine Ausbildung ab und empfiehlt dich weiter.

07 **Du siehst, was funktioniert**

Öffnungen, Klicks und Verkäufe pro Mail liegen schwarz auf weiß vor dir. Du siehst, welches Thema zieht und welche Mail verkauft. Statt zu raten, entscheidest du mit echten Zahlen.

7 Mails rund um dein Webinar, die Umsatz bringen

Alle laufen automatisch. Jeder Kontakt bekommt genau die Mails, die zu ihm passen, je nachdem, ob er live dabei war und ob er schon gekauft hat.

01
Vor dem Webinar

Erinnerungen

Am Tag davor, am Tag selbst und kurz vor dem Start.

Was sie bringt: Mehr Leute sind live dabei. Und live wird am meisten gekauft.

02
Direkt danach

Mail mit deinem Angebot

Für alle, die live dabei waren und noch nicht gekauft haben: das Angebot noch mal klar auf den Punkt.

Was sie bringt: Wer kurz vor der Entscheidung stand, hat den Link sofort wieder vor sich.

War live dabei

Mail mit dem Angebot, danach weitere Mails bis zum Ende deines Angebots.

War nicht dabei

Aufzeichnung per Mail, danach Mails mit deinem Angebot bis zum Ende.

03
Direkt danach

Aufzeichnung für alle, die nicht dabei waren

Oft ist das ein großer Teil der Angemeldeten. Sie hatten Interesse, aber keine Zeit.

Was sie bringt: Leute, die dein Angebot sonst nie gesehen hätten, bekommen eine zweite Chance.

04
In den Tagen danach

Mails bis zum Ende deines Angebots

Fragen beantworten, Erfahrungen von Absolventen zeigen, an die Frist erinnern.

Was sie bringt: Die Verkäufe von allen, die nicht sofort entscheiden.

05
Jederzeit

Bestellung abgebrochen

Jemand war schon auf der Bestellseite und hat nicht gekauft.

Was sie bringt: Leute, die kurz vor dem Kauf standen, kommen zurück.

06
Nach dem Kauf

Käufer-Mails

Willkommen, Zugang, erste Schritte. Und raus aus allen Verkaufsmails.

Was sie bringt: Ein guter Start, weniger Rückfragen, mehr Weiterempfehlungen. Und kein Käufer bekommt noch Werbung für das, was er schon hat.

07
Zwischen den Webinaren

Regelmäßiger Mehrwert

Eine Mail mit echtem Nutzen, z.B. alle ein bis zwei Wochen, plus die Einladung zum nächsten Webinar.

Was sie bringt: Deine Liste bleibt warm. Wer diesmal nicht gekauft hat, kauft vielleicht beim nächsten Mal.

Schnell-Check: Wo bleiben bei dir Verkäufe liegen?

Beantworte die Fragen ehrlich. Jedes Nein ist eine Stelle, an der gerade bei jedem Webinar Umsatz liegen bleibt.

Bekommen alle Angemeldeten **Erinnerungen** vor dem Webinar, auch kurz vor dem Start?	☐ Ja ☐ Nein
Geht **direkt nach dem Webinar** eine Mail mit deinem Angebot raus?	☐ Ja ☐ Nein
Bekommen alle, die **nicht live dabei** waren, die Aufzeichnung und dein Angebot?	☐ Ja ☐ Nein
Gehen in den Tagen danach **mehrere Mails** raus, bis dein Angebot endet?	☐ Ja ☐ Nein
Bekommt jemand eine Mail, wenn er die **Bestellung abbricht**?	☐ Ja ☐ Nein
Fliegen **Käufer automatisch raus** aus den Verkaufsmails und bekommen eigene Mails?	☐ Ja ☐ Nein
Laufen diese Mails **automatisch**, ohne dass du bei jedem Webinar etwas von Hand verschicken musst?	☐ Ja ☐ Nein

Deine Auswertung

0 bis 1 Nein: Dein Ablauf steht. Jetzt geht es um Feinschliff an Texten und Zeitpunkten.

2 bis 3 Nein: Hier bleibt spürbar Umsatz liegen. Fang mit der Aufzeichnung für Nicht-Teilnehmer und den Mails nach dem Webinar an.

4 oder mehr Nein: Dein Webinar trägt gerade fast alles allein. Mit den richtigen Mails drumherum steckt hier am meisten drin.

Woran es meistens hakt

Selten am Wissen, fast immer an der Zeit. Tool einrichten, Webinar-Software und Zahlungsanbieter verbinden, Abläufe bauen, Texte schreiben, alles testen. Neben Ausbildung, Teilnehmern und Webinaren bleibt das oft jahrelang liegen.

Fang jetzt an.

Jedes Webinar ohne die richtigen Mails ist ein Webinar, in dem Verkäufe liegen bleiben. Der erste Schritt ist ein gutes E-Mail-Tool, in dem all das automatisch laufen kann.

Starte mit Klicktipp

Für mich das beste E-Mail-Tool auf dem deutschen Markt, gebaut für die DSGVO. Wichtig ist der richtige Tarif, und der heißt mindestens Premium. Damit hast du automatische Abläufe, Schnittstellen zu deinen Tools wie Webinar-Software und Zahlungsanbieter, und bis 5.000 Kontakte.

Jetzt mit Klicktipp starten*

*Werbung: Buchst du über diesen Link, bekomme ich eine kleine Provision. Für dich ändert sich nichts am Preis.

Du willst die Mails nicht selbst bauen?

Dann baue ich sie dir, inklusive Texte, in deinem E-Mail-Tool. Bei automatisierten Webinaren laufen sie danach dauerhaft, bei Live-Webinaren passe ich sie vor jedem Termin für dich an.

- **Kein Setup-Preis, keine monatliche Gebühr**
- Ich verdiene nur über eine Provision auf die Verkäufe aus diesen Mails
- **Verkaufen sie nichts, kosten sie dich nichts**

Kostenloses Kurzgespräch buchen

Unverbindlich und ohne Verkaufsdruck. Mehr unter proell-marketing.de/email-marketing