



Listy Mailingowe

Piotr Idzik

ListyMailingowe.pl

Listy Mailingowe

Zobacz, jak zbudujesz właściwą
i dużą listę mailingową

Wydanie I

Copyright ©2015 Piotr Idzik

Tytuł

Listy Mailingowe.

Zobacz, jak zbudujesz właściwą i dużą listę mailingową.

Autor

Piotr Idzik

Wydanie: I

Nieautoryzowane rozpowszechnianie (rozdawanie, sprzedawanie) całości lub fragmentów niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione.

Wszystkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentów niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione. Modyfikowanie niniejszego pliku jest naruszeniem praw autorskich niniejszej publikacji.

Autor dołożył wszelkich starań, by zawarte w tej publikacji informacje były kompletne i rzetelne. Nie bierze jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw autorskich, patentowych lub innych. Autor nie ponosi żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody i straty wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w tej publikacji.

Życzę przyjemnej lektury

www.listymailingowe.pl

Wydanie: I

Skład i łamanie: key.waw.pl

© Copyright Piotr Idzik

Spis treści

Spis treści	4
Wprowadzenie	5
Co Ci daję?	6
Do czego potrzebujesz adresów e-mailowych?	6
Rada ode mnie.....	8
Czym jest lista adresowa?	10
Metody pozyskiwania adresów na listę	11
Metoda Opt-out	11
Metoda Opt-in	11
Metoda Double Opt-in.....	12
O co chodzi z polityką prywatności?	12
Czym jest autoresponder?	13
Co zyskasz dzięki autoresponderowi?	14
Jak wybrać autoresponder?	15
Jak zbudować listę adresową?	15
Formularz na stronie	16
Squeeze page.....	17
Co-reg.....	18
Jak uruchomić co-reg?	19
Zwiększ skuteczność co-reg	21
Wykorzystaj marketing wirusowy	21
Zlecenie mailingu firmie zewnętrznej	22
Zakup albo wymień się	22
Zakup bazy adresów w serwisie aukcyjnym	23
Lista z reklamy	24
Google AdWords	24
Reklama na FaceBook'u	25
AdTaily.....	26
Rola portali społecznościowych	26
Zadbaj o klienta	27
Gdźety	28
Adresy bezpośrednio ze stron	28
Kilka słów o mnie	29
Na koniec.....	30

Wprowadzenie

Wyjaśnijmy już sobie to na wstępie. Lubię jasne sytuacje i mam nadzieję, że Ty docenisz moją szczerłość. Pewnie nie raz słyszałeś/łaś, że ktoś stworzył kurs tylko po to, by Tobie pomóc i by Tobie żyło się lepiej. Sporo jest takich osób z dobrym sercem. Muszę Cię jednak zasmucić – oni kłamią.

Ja stworzyłem ten poradnik, ponieważ chcę na nim zarobić. Ty pewnie też chcesz zarobić. Zasada jest prosta – ja zarobię więcej, jeśli ten e-book będzie faktycznie dobry. Ty też zarobisz tylko wtedy, kiedy zakupiona przez Ciebie publikacja będzie dobra. Zarobisz w sensie – wzbogacisz swoją wiedzę lub naprawdę wzbogacisz swoją kieszeń, jeśli zawarte tu rady wykorzystasz w praktyce. Ale bez obłudy – ja piszę, a Ty czytasz z tych samych pobudek – chcemy zarobić.

Oczywiście – pomogliśmy sobie nawzajem. Ty zapłaciłeś za mojego e-booka, a ja zamieściłem w nim wszystko, co w moim odczuciu powinno Ci pomóc rozwinąć Twój e-biznes. Mamy tą sprawę jasną – przejdźmy zatem do konkretów.

Co Ci daję?

Przed Tobą przygotowany przeze mnie info-produkt, którego celem jest przekazanie Ci wiedzy, dzięki której będziesz potrafił/a zgromadzić tysiące adresów e-mailowych.

Wyjaśnijmy sobie zatem jeszcze jedną sprawę. Zamieszczam tu dla Ciebie wszelkie informacje, które dadzą Ci wiedzę i konkretne metody, w jaki sposób pozyskać adresy e-mailowe i stworzyć z nich potężną listę mailingową. Od Ciebie jednak zależy, czy te porady wykorzystasz i jak.

Ostatecznie to Ty będziesz wysyłał/a wiadomości na swoją listę mailingową i to Ty musisz chcieć skorzystać z moich rad. Samo przeczytanie e-booka niestety w niczym Ci nie pomoże – trzeba zacząć stosować się do zawartych w nim wskazówek.

Mogę Cię jedynie zapewnić – przedstawione tu metody działają. Sam sprawdziłem ich skuteczność. Przedstawię Ci tutaj informacje, w jaki sposób Ty możesz wykorzystać moją wiedzę w swoim biznesie. Im więcej kreatywności wykażesz korzystając z tych wskazówek, tym większy sukces osiągniesz. Ja zrobię wszystko, by Cię dobrze ukierunkować w Twoich działaniach.

Do czego potrzebujesz adresów e-mailowych?

W dzisiejszym czasie każdy (w sposób bezpośredni lub pośredni) coś sprzedaje. Właśnie w taki sposób generują się zarobki. Ludzie sprzedają materialne towary lub niematerialne usługi. Sprzedawane są też info-produkty (jak ta publikacja), w których jedna osoba dzieli się z innymi swoją wiedzą i doświadczeniem. Nie jest ważne, co dokładnie sprzedajemy. Zawsze najważniejszy jest Klient, bo bez niego nigdy żadna transakcja nie doszłaby do skutku.

Każdy sprzedawca, każdy produkt musi znaleźć odpowiedniego nabywcę. Szewc sprzeda buty tylko tej osobie, która potrzebuje nowych butów. Nikt nie kupi karmy dla psa, jeśli sam nie jest właścicielem psa. Osoba z alergią na mleko na pewno nie będzie kupować mleka. A ta, której nie interesuje życie gwiazd, nie kupi plotkarskiej gazety. Pewnie wiesz, co mam na myśli.

Zawsze potrzebne jest takie dopasowanie produktu do klienta. W tym całym procesie zawsze zatem najważniejszy będzie odbiorca. To on decyduje, czy produkt jest godny zainteresowania. To on sprawia, że jakiś towar nadal jest produkowany i są zatrudnieni ludzie przy produkcji. To Twoi klienci sprawiają, że Ty sam/a możesz być klientem i nabywać towary. Bo to Twoi klienci wygenerowali Twoje zarobki. Z tego właśnie względu zawsze szanuj swojego klienta. Bez niego Twój biznes upadnie.

W obecnych czasach jest o wiele łatwiej uzyskać dostęp do wielu klientów i to z całego świata. I nie jest ważne, czy prowadzisz niezwykle popularną działalność, czy też masz niewielki sklepik gdzieś w małej miejscowości. Internet wyrównuje obecnie szanse wszystkich. Owszem – jeszcze nie wszyscy mają w domu Internet i komputer, jednak odsetek takich osób zwiększa się z roku na rok. W coraz większej ilości domów Internet jest tak samo niezbędny jak prąd, czy woda. Te osoby mogą być klientami każdego przedsiębiorcy, bez względu na to, jak wielka odległość geograficzna ich dzieli. W Internecie nie ma to zupełnie znaczenia.

Oczywiście – problemem pozostaje sprawienie, by ta cała ogromna liczba osób dowiedziała się o Tobie i Twoim biznesie. Tradycyjnie wykorzystuje się reklamę w telewizji, radiu lub gazecie. Jednak niewielu na taką reklamę stać. Dodatkowo – nigdy nie wiesz, czy zainwestowane w taki sposób pieniądze mają szansę przełożyć się dla Ciebie na zysk. Właśnie z tego względu na tego typu reklamy decydują się głównie wielkie firmy, które chcą w ten sposób poprawić lub utrwalić swój wizerunek w oczach klientów.

A przecież można potencjalnego klienta poinformować bezpośrednio o możliwości dokonania zakupów u Ciebie. Właśnie w tym pomoże Ci lista e-mailowa. Oczywiście – musi to być mądrze zbudowana lista mailingowa. Pisanie do wszystkich i o wszystkim zdecydowanie nie zwiększy Twoich

dochodów, a na pewno zajmie Ci dużo czasu. Takie działanie mogłoby też bardzo źle wpłynąć na sposób w jaki jesteś postrzegany przez klientów. Z tego właśnie względu listę mailingową musisz zbudować „z głową”.

Wykorzystaj internet do tego, by znaleźć grupę osób zainteresowanych produktami, jakie oferujesz. Musisz oczywiście stworzyć profil swojej grupy docelowej, czyli odpowiedzieć sobie, jakie cechy ma osoba, która może być zainteresowana Twoimi produktami. Dla przykładu: jeśli sprzedajesz poradnik dotyczący tresury psów, Twoją grupą będą osoby posiadające psy oraz te, które zastanawiają się nad kupnem psa.

Przyłóż się do poprawnego określenia Twojej grupy docelowej. Gdy to zrobisz – zajmiemy się pozyskaniem adresów e-mailowych Twoich potencjalnych klientów.

Rada ode mnie

Zajmuję się e-biznesem od dłuższego czasu. Gdy zaczynałem, zainwestowałem pieniądze w różnego rodzaju kursy i szkolenia, aby w jak najlepszy sposób wykorzystać możliwości, jakie daje mi działanie w internecie. Teraz mogę śmiało powiedzieć, że warto było wydać wtedy te pieniądze – uzyskana wiedza faktycznie pomogła mi rozwinąć mój biznes.

Jest jednak małe „ale” – ta wiedza faktycznie działa, ale trzeba się nieźle napracować, by zobaczyć jej efekty i utrzymać dochody na stałym poziomie. Konkurencja nie śpi – trzeba stale dbać o wizerunek eksperta i pozycjonowanie. Niemało czasu spędzać także trzeba na wszelkiego rodzaju portalach społecznościowych. W końcu to właśnie tam jest możliwy kontakt z moimi Klientami.

Weźmy dla przykładu blogi. Generalnie mają to być internetowe pamiętniki, na których dzielimy się z innymi swoimi prywatnymi sprawami. Jednak coraz więcej w internecie powstaje tzw. blogów eksperckich, które dostarczają zarówno ciekawej, jak i wartościowej wiedzy.

Wykorzystaj zatem możliwość prowadzenia bloga eksperckiego. Ważne jednak, abyś zamieszczał/a tam faktycznie wartościowe dla czytelników treści. W taki sposób nie będziesz już musiał/a „uganiać się za klientem” – będziesz mieć miejsce, gdzie będą przychodzić Twoi potencjalni klienci. Twoim zadaniem stanie się zatem poinformowanie ich o Twoim produkcie i sprawienie, by chcieli go kupić właśnie od Ciebie.

Dokładnie tak, jak ja zrobiłem to z tym e-bookiem. Skierowałem ofertę do odpowiedniej osoby, która była zainteresowana właśnie takim tematem. Ty szukałeś/łaś tego tematu – a ja (najwidoczniej) w odpowiednim miejscu i w odpowiedni sposób zaprezentowałem Ci ten produkt.

Kiedyś teoretycznie było łatwiej. E-maile nie były tak popularne i każdy odbiorca z zaciekawieniem czytał przysłaną do niego treść, bez względu na to, czy był to faktycznie mail od przyjaciela czy od obcej osoby. Jednak wtedy niewiele osób posiadało swój adres e-mail, który regularnie sprawdzało.

Dziś wygląda to nieco inaczej – niemal każdy ma swój własny adres e-mail (a nawet kilka), ale też coraz więcej firm kontaktuje się ze swoimi klientami w taki sposób.

Mogłoby się wydawać, że przez to w obecnych czasach ludzie nie lubią i nie czytają wiadomości handlowych. Często zdarza się też, że są po prostu oburzeni ilością otrzymywanych e-maili od różnego rodzaju firm. Warto jednak zwrócić uwagę na pewną prawidłowość – te osoby będą się oburzać tylko w przypadku tych e-maili, które ich nie interesują. Oznacza to, że tego rodzaju oferta została skierowana do złej grupy. W przypadku, gdy trafi do pasjonata tej tematyki, bez wątpienia przeczyta on tego e-maila, a już na pewno nie pojawi się w nim oburzenie.

Czytelnik e-maila będzie z niego zadowolony w sytuacji, gdy faktycznie skorzysta z wiadomości w nim zawartych. Skorzysta bez względu na to, czy będzie to faktycznie korzyść finansowa, czy też raczej ciekawa informacja na temat, który daną osobę interesuje. Z tego właśnie względu (powtórzę jeszcze raz) pisz tylko do osób, które interesują się tematyką, o której piszesz i które mogą być ewentualnie zainteresowane tym, co masz do zaoferowania.

Czym jest lista adresowa?

Lista adresowa, lista mailingowa, czy też subskrypcja – to różne określenia tego samego narzędzia. Narzędzie to służy do wysyłania wiadomości e-mail do wcześniej zdefiniowanej listy odbiorców. Taki elektroniczny list jest automatycznie wysyłany do wszystkich osób, których adres e-mail znajduje się na liście. I nie jest ważne, jak potężna jest to lista (te najlepsze składają się nawet z kilkudziesięciu tysięcy adresów). Zapisy na listę odbywają się min. poprzez formularz, który możesz zamieścić na swojej stronie.

Zatem lista adresowa to potężna baza adresów e-mail, na które w sposób szybki i łatwy możesz wysłać swoją ofertę. Co ważne – Twoja wiadomość trafia do każdej osoby z Twojej listy automatycznie, ale nikt inny nie widzi adresów innych odbiorców Twojej wiadomości.

Jak pewnie już się domyślasz – lista adresowa może być źródłem wysokich dochodów. Stanowi ona dla Ciebie zarówno sposób na zareklamowanie nowego produktu/usługi. Bardzo istotną możliwością listy adresowej jest budowanie relacji z Twoimi potencjalnymi klientami. Możesz w taki sposób zarówno zbudować swój wizerunek jako eksperta, ale także wzbudzić zaufanie u osób, które czytają wiadomości od Ciebie.

To właśnie z tych powodów lista adresowa jest już nazywana „złotem Internetu”. Dobrze zbudowana może przynieść dochody na wiele lat. Zajmijmy zatem się jej budowaniem.

Zanim jednak zaczniemy, chcę abyś wiedział/a, że zgodnie z obowiązującymi w Polsce przepisami prawa – nie można wysyłać niechcianej poczty e-mail. Adresat musi wyrazić zgodę na otrzymywanie od Ciebie informacji, musi też mieć możliwość zrezygnowania z subskrypcji. Z tego właśnie powodu każda osoba z Twojej listy musi zapisać się na nią osobiście i potwierdzić ten zapis.

Pamiętaj też o zgłoszeniu swojej listy adresowej do Generalnego Inspektora Ochrony Danych Osobowych (GIODO). Wszystko na ten temat (obowiązki, koszty, terminy i inne) znajdziesz na stronie: <http://www.giodo.gov.pl/317/j/pl/>

Metody pozyskiwania adresów na listę

Na świecie istnieją trzy główne sposoby pozyskiwania adresów na listę mailingową. Niestety nie wszystkie są dozwolone w Polsce. Przedstawię Ci je jednak, abyś miał/a możliwość poznania całości zagadnienia.

Metoda Opt-out

Osoby wykorzystujące tą metodę wychodzą z założenia, że jeżeli ktoś nie chce być na danej liście mailingowej to się z niej wypisze. Przez takie domniemanie dodają one samodzielnie różne adresy do swojej listy i wysyłają maile na te samodzielnie dodane adresy. Jeśli nikt nie protestuje i nie wypisuje się z listy – oznacza to dla posiadacza takiej listy, że wszystkie osoby chcą na niej być.

Ta metoda nie jest jednak dozwolona w Polsce. Nasze prawo nie przewiduje możliwości domniemania bycia na jakiejś liście adresowej. Mówi o tym ustawa z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną w art. 4 ust. 1 punkt 1, w której przeczytasz, że:

„Jeżeli ustawa wymaga uzyskania zgody usługobiorcy, to zgoda ta nie może być domniemana lub dorozumiana z oświadczenia woli o innej treści.”

Nie ma jednak czego żałować, ta metoda nie budzi u nikogo dobrych emocji, a odbiorcy takich maili traktują je jak spam. Lepiej więc postawić na legalne i bardziej skuteczne sposoby budowania listy adresowej.

Metoda Opt-in

Takim sposobem przeszliśmy do metody dozwolonej w Polsce. Polega ona na zamieszczeniu prośby o wpisanie się na listę adresową. Najczęściej taka prośba jest zamieszczona w formie formularza na stronie internetowej.

Mimo, że metoda jest w Polsce dozwolona, rodzi ona jednak pewne niebezpieczeństwo działania poza prawem. Przypomnę Ci – dana osoba musi samodzielnie się wpisać na Twoją listę adresową i faktycznie chcieć otrzymywać od Ciebie wiadomości.

Może się jednak tak zdarzyć, że ktoś z nudów/dla żartu/przez złośliwość umieści w formularzu adres znajomego (lub zupełnie obcej osoby). Jeśli wyślesz wiadomość e-mail na taki adres – możesz zostać oskarżony o rozsyłanie spamu. Co zatem robić?

Metoda Double Opt-in

Na to pytanie odpowiada nam trzecia metoda, która jest najpopularniejsza w Polsce. Jest to rozszerzona wersja wcześniejszej metody, która eliminuje ryzyko metody Opt-in.

Ta metoda w sposób całkowity eliminuje ryzyko zapisania się na Twoją listę adresową przez osoby, które nie są ich właścicielami. W tej metodzie masz 100% potwierdzenia, że dana osoba chce otrzymywać od Ciebie maile.

Samo pozyskanie adresu e-mail w tej metodzie wygląda tak samo jak w Opt-in (czyli np. prośba połączona z formularzem). Różnicę stanowi druga faza, która polega na wysłaniu na dany adres maila z prośbą o potwierdzenie zapisu na listę. Jako potwierdzenie przeważnie wymaga się kliknięcia w link aktywacyjny. Masz zatem wtedy pewność, że dana osoba świadomie zapisała się na Twoją listę.

O co chodzi z polityką prywatności?

Zapisując się na różne listy adresowe pewnie już zauważyłeś/łaś, że większość z nich (a na pewno wszystkie te poważne) ma informację odnośnie polityki prywatności. W momencie, kiedy zaczniesz tworzyć swoją własną listę adresową, będziesz musiał/a też mieć swoją własną politykę prywatności.

W takiej polityce bardzo ważne jest, abyś zamieścił/a informacje odnośnie wysyłania niezapowiedzianych informacji handlowych (czyli reklam). Napisz politykę prywatności językiem przystępnym dla odbiorcy (czyli bez tzw. prawniczego bełkotu). Politykę prywatności musisz zamieścić na stronie internetowej.

Osoba, która zapisuje się na Twoją listę adresową powinna przy zapisie potwierdzić także swoją zgodę z polityką prywatności. W taki sposób uzyskujesz pewność, że ta osoba zgadza się na wysyłanie do niej komercyjnych mailingów. Pamiętaj, by w każdej wysłanej wiadomości do Twojej listy adresowej zamieścić link do polityki prywatności. Pamiętaj, że musisz dać też możliwość wypisania się z Twojej listy.

Takie działanie (połączone z zapisem na listę poprzez metodę double opt-in) daje Ci pewność, że możesz spokojnie wysyłać mailingi do swojej listy adresowej i że wszystko przebiega zgodnie z prawem.

Czym jest autoresponder?

Wielokrotny autoresponder jest zdecydowanie jednym z najważniejszych narzędzi e-biznesu. Bez wahania mogę napisać, że jest on dla e-biznesmena niezastąpiony. W końcu nic innego nie potrafi w pełni automatyczny, prosty i szybki sposób dostarczyć tak wielu informacji do tak ogromnej liczby osób (klientów).

Pewnie sam/a odwiedzasz różnego rodzaju strony internetowe. Przeważnie czytasz pewnie tylko te najnowsze informacje, które pojawiają się na pierwszej stronie. Niewiele jest takich stron, na których czytasz także archiwalne wpisy, cofając się do początków strony. Autoresponder daje szansę każdemu czytelnikowi, aby uzyskać dokładnie taką samą informację, jaką otrzymali inni subskrybenci. Wiadomości wysyłane są zawsze w tej samej kolejności i w takich samych odstępach czasu – bez względu na to, kiedy dana osoba zapisała się na naszą listę adresową.

Zatem – automatyczny autoresponder – pozwoli Ci na automatyczne i cykliczne wysyłanie archiwalnych (ale nadal aktualnych) wiadomości. Korzystając z niego masz pewność, że każdy czytelnik dostanie wszystkie wiadomości, jakie zaplanowałeś/łaś przekazać każdej osobie z Twojej listy adresowej. Kolejka dla nowo zapisanej osoby zawsze zaczyna się od wiadomości nr 1.

Co zyskasz dzięki autoresponderowi?

Pewnie zauważyłeś/łaś, że obecnie użytkownik internetu spędza coraz mniej czasu na czytaniu strony internetowej. Zwykle tylko pobieżnie ją przegląda, bez wczytywania się dokładniej w treść. Przez takie zachowanie Twój przekaz marketingowy ma dużo mniejszą szansę, aby trafił do klienta. Autoresponder pomaga Ci pokonać tę barierę.

Dlaczego tak uważam? Bo to właśnie autoresponder trafia wprost na skrzynkę mailową Twojego potencjalnego klienta. Odbiorca przeczyta wiadomość w dogodnym dla siebie czasie i zawsze może do tej wiadomości wrócić.

Wiadomości wysyłane przez autoresponder są także przyjazne dla odbiorcy dzięki ograniczonej objętości (do 500 słów). Pisząc właśnie takie wiadomości wiesz, że czytelnik przeczyta wiadomość z uwagą i zapamięta z niej to, co chciałeś/aś przekazać.

Jednak najważniejsze jest to, że autoresponder zapewnia Tobie ciągły kontakt z osobami z Twojej listy adresowej. Dzięki temu możesz zbudować z nimi relację, co jest niemal niewykonalne w przypadku strony internetowej. Nie muszę chyba tłumaczyć, jak bardzo taka relacja pomoże Ci w sprzedaży Twoich produktów.

Oczywiście należy też pamiętać o zalecie, za którą e-biznesmeni pokochali autorespondery – raz napisane i ustawione w kolejce wiadomości e-mail są wysyłane automatycznie. Nie trzeba pisać ich od nowa, sprawdzać czy wiadomość została wysłana, ani zmieniać treści (chyba, że nie jest już aktualna). Raz dobrze ustawiona seria maili może zarabiać dla Ciebie przez dobrych kilka lat.

Jak wybrać autoresponder?

Autoresponder jest naprawdę szybkim i wygodnym sposobem na stały kontakt z dużą ilością klientów. Z tego właśnie względu każdy, kto prowadzi e-biznes jest zaopatrzone w to narzędzie.

Na rynku dostępnych jest wiele różnych ofert, które sprzedają autoresponder. Biorąc pod uwagę, jak bardzo ułatwi Ci ono pracę – warto mądrze wybrać autoresponder, na którym będziesz pracował.

Przy wyborze zwracaj uwagę na:

- ✓ dostępną ilość list mailingowych;
- ✓ obsługiwaną ilość respondentów;
- ✓ możliwości sprawdzania statystyk (oraz ich rodzaje);
- ✓ możliwość filtrowania list respondentów.

Najbardziej popularnymi w Polsce autoresponderami są: FreeBot, ImpleBot, Eresponder Pro, GetResponse, NetMailer, Pername oraz Benefiter.

Jak zbudować listę adresową?

Masz już zatem wiedzę odnośnie „co?” teraz najwyższy czas, aby zająć się tym „jak?”. Tym samym przeszliśmy do najważniejszej części tego e-booka: w jaki sposób skutecznie zbudować listę adresową? Napiszę tutaj o tych sposobach, które sprawdziły się u mnie i które wykorzystuję cały czas. Zebrałem też informacje na temat innych sposobów, których dotychczas nie miałem potrzeby używać, ale może akurat Tobie one przypadną do gustu i będą pomocne w Twoim e-biznesie.

Pamiętaj też, że Twoim celem ma być zbudowanie dobrej listy adresowej, która będzie na Ciebie zarabiała. Nie ma zatem sensu skupiać się na metodach, które w szybki (czasem podstępny) sposób zwiększą ilość osób na Twojej liście. Pamiętaj – najlepiej jest trafić tylko do tych osób, które faktycznie są zainteresowane tematem.

Tak więc tytuł tego rozdziału powinien być bardziej szczegółowy: jak zbudować dobrą listę mailingową? Tylko taka przyniesie Ci to, na co liczysz – zarobki. Twoja lista ma być przede wszystkim skuteczna, a nie duża. I to stanowi o jej jakości i potencjale. Nigdy o tym nie zapominaj.

Pamiętasz, jak pisałem o znalezieniu grupy docelowej? Zdefiniuj ją jeszcze zanim zaczniesz budować listę mailingową, bo tylko w taki sposób będziesz mieć możliwość skutecznego dostosowania swoich działań tak, by Twoja lista była dobra jakościowo. Niech na Twojej liście mailingowej znajdą się tylko i wyłącznie te osoby, które są zainteresowane Twoją działalnością i będą zainteresowane akcjami marketingowymi, jakie planujesz przeprowadzić.

Formularz na stronie

Bardzo często pewnie widzisz na różnego rodzaju stronach formularz do zapisów na listę mailingową. Jednak jeśli chcesz skorzystać z takiej metody, pamiętaj, że musisz pokazać, co dostanie od Ciebie dana osoba, jeśli zapisze się na Twoją listę.

Niezwykle popularnym i najczęściej wykorzystywanym w Polsce sposobem jest zaoferowanie czegoś za darmo w zamian za podanie swojego adresu e-mail. Przeważnie tym „czymś” jest darmowa publikacja e-book. Aby jednak była to skuteczna metoda, oferowany gratis musi być atrakcyjny dla osoby z Twojej grupy docelowej. Warto też przy formularzu zapisu umieścić informację, jakiego rodzaju wiadomości będziesz wysyłał/a do swoich subskrybentów. Pozwoli to na zebranie na liście tylko tych osób, które faktycznie są zainteresowane tematyką.

Pamiętaj zatem, aby darmowa publikacja odnosiła się do tej tematyki związanej z oferowanymi przez Ciebie produktami. Bez problemu wymyślisz temat takiego e-booka dla swojej grupy docelowej. Najlepiej, jeśli skupisz się na praktycznych poradach – rzadko kiedy ktoś szuka w Internecie teorii. Zdecydowanie większa grupa internautów poszukuje wiedzy odnośnie tego, jak coś zrobić. Znajdź zatem w swojej branży taki problem i zaproponuj rozwiązanie (oczywiście – w zamian za zapis na Twoją listę).

Samo umieszczenie formularza zapisów na stronie internetowej jest (wbrew pozorom) bardzo prostą czynnością. Czasem tak to jest, że coś wygląda na dużo trudniejsze niż jest w rzeczywistości. Tak właśnie jest z zamieszczeniem formularza na stronie. O wiele bardziej kłopotliwe będzie napisanie kolejnych wiadomości na Twój autoresponder.

Jeśli chodzi o wiadomości – zrób wszystko, by wysyłane przez Ciebie e-maile były ciekawe i zawierały przydatne dla czytelnika informacje. Pamiętaj – w taki sposób najłatwiej jest zbudować trwałą relację. Niech komercyjne oferty przeplatają się z użytecznymi i ciekawymi wiadomościami. Najlepiej jeśli umiejętnie i z wyczuciem wpleciesz taką ofertę w treść, która coś da czytelnikowi. Nie traktuj maili do swojej listy adresowej jak niekończącej się reklamy, z której czytelnik nic nie ma.

Takie postępowanie sprawdziło się u mnie, więc jestem pewny, że sprawdzi się u Ciebie. Przypomnę jeszcze raz: przy formularzu zapisu na listę zamieść informacje odnośnie korzyści płynących z zapisania się na Twoją listę. Oprócz wymienionej już wcześniej darmowej publikacji, fantastycznie sprawdzają się wszelkiego rodzaju rabaty i specjalne (tylko dla subskrybentów) promocje.

Chcesz przykładu? Zerknij na moje strony. Na blogu: <http://piotridzik.pl/> przygotowałem dla moich subskrybentów kurs „Metody pozyskiwania ruchu na witrynach internetowych”. Natomiast za zapis ze strony squeeze page (o tym za chwilę) <http://www.skuteczneteknikimlm.pl> oferuję kurs w takiej samej nazwie, co nazwa strony. Mało? W takim razie spójrz jeszcze na jedną moją stronę <http://www.zarabianieskuteczne.pl/>. Widzisz? Oferuję biuletyn e-biznesmena oraz trzy darmowe e-booki (w biuletynie poruszam zagadnienia dotyczące programów partnerskich, MLM i e-biznesu).

Squeeze page

Pisałem już o tym wyżej i pewnie też już to zaobserwowałeś/aś. Internauci dosłownie „wpadają” na jakąś stronę, nie zagłębiają się przeważnie w nią, szukają konkretnych informacji, a po tym, jak je znajdą – „uciekają”. Rzadko zdarza się sytuacja, że ktoś faktycznie długo czyta i analizuje Twoją stronę.

Jest na szczęście sposób, by nie stracić tych „szybkich” internautów i mieć możliwość zbudowania z nimi trwałej relacji. Taką możliwość daje squeeze page (dosłownie: strona wyciskacz). Co to takiego?

Squeeze page to specjalny rodzaj stron internetowych, które mają tylko jeden cel: pozyskać nowych subskrybentów. Budowa takiej strony jest bardzo prosta: przykuwający nagłówek, krótka treść przedstawiająca korzyści wynikające z zapisu na listę (czasem w formie filmu) oraz formularz zapisu.

Tego typu stronę możesz stworzyć korzystając z WordPressa lub skorzystać z dostępnego na [Implesite](#) gotowego szablonu, który wystarczy uzupełnić własną treścią.

Co-reg

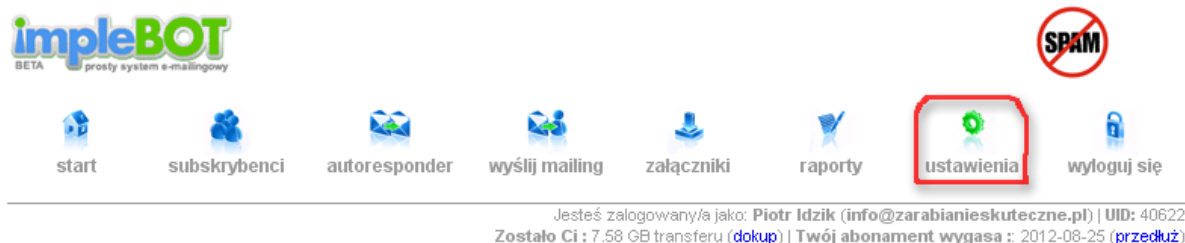
Aż dziwi mnie, że tak niewiele osób potrafi skutecznie skorzystać z tej formy budowania swojej listy mailingowej. Mam nadzieję, że Ty docenisz tą funkcję, bo może ona przynieść wiele korzyści Twojemu biznesowi.

Co-reg to nic innego, jak system korejestracji. System ten oferuje internaucie, który dokonuje subskrypcji jednej listy (niekoniecznie Twojej) zapisanie się także na inne listy, które są powiązane tematycznie z tą, na którą pierwotnie wyraził chęć zapisu.

System co-reg jest dostępny we [FreeBocie](#), a także [Implebocie](#). Co-reg oferowany jest także przez Benefiter. Jednak dwa pierwsze autorespondery są na obecną chwilę najbardziej popularne, dlatego to na ich przykładzie wyjaśnię sposób aktywowania systemu co-reg.

Jak uruchomić co-reg?

Wystarczy, że zalogujesz się do swojego autorespondera i wejdiesz w zakładkę „Ustawienia” a następnie wybierzesz „Co-reg”. Zobacz:



Ustawienia listy i

Ustawienia listy | [Maskowanie impleBOT.pl](#) | [Co-reg](#) | [Twoje dane](#) | [Ustawienia specjalne](#) | [Dodawanie subskrybentów](#)

Teraz wystarczy, że wybierzesz odpowiednią kategorię, która najlepiej będzie określać wiadomości, jakie wysyłasz do swojej listy adresowej. Pamiętaj też, aby dodać opis swojej listy. Następnie zaznacz pole „Włącz/wyłącz udział w systemie” i potwierdź poprzez kliknięcie w „Aktualizuj dane”. I już – system co-reg został aktywowany dla Twojej bazy e-mailowej. Mogę Cię zapewnić, że dzięki temu Twoja lista będzie się szybciej powiększać, a uzyskane w taki sposób osoby będą zainteresowane tematyką Twoich wiadomości.

Nowość

Wymiana subskrybentów (co-rejestracja)

[WERSJA BETA] Dzięki Wymianie subskrybentów (co-reg) Twoja lista będzie rosła znacznie szybciej.

System co-reg polega na tym, że w momencie gdy ktoś potwierdzi rejestrację na Twojej liście adresowej, nasz system zasugeruje mu rejestrację na maksymalnie 3 inne listy z Twojej kategorii tematycznej.

Za każdą wyświetloną Twoim subskrybentem sugestią otrzymasz 10 punktów (czyli maksymalnie 30 przy 1 subskrybencie). Za każde 10 zbieranych punktów system zasugeruje subskrybentom innych list z Twojej kategorii zapisanie się na Twoją listę.

Jeśli wybierzesz swoją kategorię mądrze, za darmo zdobędziesz wielu nowych subskrybentów nic nie robiąc! Nic nie ryzykujesz, ponieważ pokazujemy sugestie dopiero po tym, jak Twój subskrybent potwierdzi subskrypcję. Nie możesz go w ten sposób stracić.

Jeśli uważasz, że powinniśmy dodać jakąś kategorię, napisz na: biuro@cneb.pl.

UWAGA: Jeśli wybierzesz swoją kategorię zdecydowanie błędnie, możemy na zawsze zablokować Twój udział w tym systemie.

Wybierz kategorię najlepiej opisującą Twoją listę

Wypoczynek i turystyka

Opis listy (do 255 znaków)

Poznaj najpiękniejsze miejsca w Polsce i na świecie.

Włącz/ wyłącz udział w systemie

Zdobyłeś punktów

Zostało punktów

Aktualizuj dane

Aby Twoja strona była polecana innym subskrybentom – Ty musisz polecać swoim inne listy (dzieje się to automatycznie po uruchomieniu co-reg). Wszystko rozliczane jest na zasadzie punktów. Dokładny opis przydzielania tych punktów znajdziesz na stronie autorespondera, z którego korzystasz.

Sam korzystam z tej funkcji i jestem nią po prostu zachwycony. Bywają takie dni, kiedy ponad połowa nowych subskrybentów znalazło się na mojej liście właśnie dzięki temu, że uruchomiłem system co-reg.

Zwiększ skuteczność co-reg

Jak już wspomniałem – uważam, że system co-reg jest fantastycznym narzędziem. Jednak zauważam, że nie wszyscy potrafią w pełni je wykorzystać. Z tego właśnie względu postanowiłem zamieścić dla Ciebie jeszcze kilka porad, abyś umiał/a maksymalnie wykorzystać możliwości, jakie daje Ci system co-reg.

Zauważ, że co-reg to swego rodzaju reklama, która ukazuje się tylko tym osobom, które faktycznie są zainteresowane tematyką Twojej branży. Należy zatem z wyjątkową starannością zadbać o to, by była to ciekawa reklama i zachęcała do zapisania się na Twoją listę.

Najważniejszymi elementami są: tytuł Twojej listy adresowej oraz jej opis. Tytuł nie może być roboczy i musi w konkretny i ciekawy sposób pokazywać, jakie zagadnienia będą poruszane na tej liście.

Nie staraj się jednak zaintrygować czytelnika za wszelką cenę, ani tym bardziej być tajemniczy/a. Szanuj czas czytelnika – on nie będzie się chciał zapisać na listę, jeśli nie wie, o czym ona jest. Dla Ciebie będzie to też przynosiło pozytywne skutki – na Twojej liście znajdą się dokładnie te osoby, które tematyką będą zainteresowane (czyli Twoja grupa docelowa).

Poświęć też czas na przygotowanie dobrego opisu Twojej listy. Musi on być krótki, zwięzły, a jednocześnie zachęcający do zapisu. Jeśli zauważysz, że Twoje punkty co-reg ubywają, a nie przekłada się to na ilość nowych subskrybentów z tego systemu – warto przemyśleć zmianę opisu.

Wykorzystaj marketing wirusowy

Nie jest ważne, jak dużą masz listę adresową (jednak im większa, tym lepszy efekt) – zawsze staraj się wykorzystać marketing wirusowy.

O co chodzi? Pisz wiadomości w taki sposób, by Twoi subskrybenci dzielili się nimi ze swoimi znajomymi. Niech Twoje maile będą na tyle ciekawe/intrygujące, by czytelnik chciał przesłać je dalej. W taki sposób możesz także (i to skutecznie) powiększyć swoją listę mailingową.

Zlecenie mailingu firmie zewnętrznej

Czasami jest tak, że masz już gotowy produkt oraz wiadomości, które chciałbyś wysłać do swojej grupy docelowej. Jedyne czego Ci brakuje to dobra lista mailingowa. Zanim ją zbierzesz może minąć sporo czasu. Czy oznacza to zatem, że w tym czasie nie możesz sprzedawać nic poprzez wysyłanie e-maili? Wręcz przeciwnie!

Możesz wynająć zewnętrzną firmę, która zorganizuje wysyłkę mailingu do osób z ich listy mailingowej. Możesz na przykład wykupić mailing do konkretnego segmentu (zgodnego z Twoją grupą docelową) użytkowników darmowych kont internetowych na popularnym portalu.

Ważne, abyś zadbał/a o to, by analiza wyników takiej kampanii (odpowiednie statystyki) były zawarte w cenie wykupionej przez Ciebie usługi. Wystarczy, że rozejrzysz się nieco po rynku takich usług, a z pewnością znajdziesz taką, która będzie dla Ciebie wręcz idealna.

Zakup albo wymień się

Sam wykorzystuję ten właśnie sposób i mogę Ci go szczerze polecić – naprawdę jest niezwykle skuteczny. Cała sztuka polega na znalezieniu osoby, która dysponuje listą o tematyce zbliżonej do Twojej.

Jeśli już znajdziesz taką osobę – skontaktuj się i spytaj o możliwość zakupu mailingu z jej listy. Ewentualnie możecie się wymienić mailingami – Ty wyślesz wiadomość tamtej osoby do swojej listy, a tamta odwdzięczy Ci się tym samym. W taki sposób masz szansę dotrzeć do klientów, którzy wcześniej nawet nie wiedzieli o Twojej działalności (mimo, że są zainteresowani tą tematyką). Są to bardzo wartościowi subskrybenci, szczególnie jeśli pod wpływem tak zakupionego mailingu, zapiszą się na Twoją listę adresową.

Rozejrzyj się zatem w internecie. Poszukaj różnych for poświęconych branży, w jakiej działasz. Sprawdź, które są lubiane przez internautów. Większość for zamieszcza w regulaminie możliwość wysyłania wiadomości komercyjnych do członków fora. Całkiem możliwe, że właściciel takiego fora będzie chciał zarobić na wysłaniu dla Ciebie mailingu.

Zakup bazy adresów w serwisie aukcyjnym

Możesz także kupić mailing na aukcji (najpopularniejszym w Polsce serwisem jest Allegro). Ja jednak nie będę Ci polecał tego rozwiązania. Kupując mailing na aukcji nigdy nie masz 100% pewności, że faktycznie należy on do sprzedającej osoby.

Dodatkowo – nie zawsze jest podana informacja, skąd ta osoba posiada taką bazę adresową i czy wszystkie osoby na niej zapisane wyraziły zgodę na otrzymywanie informacji handlowych. Sprawia to, że zakupiony na aukcji mailing jest dość ryzykowny, gdyż możesz być posądzony o rozsyłanie spamu, a tym samym działanie niezgodne z prawem.

Daleki jestem jednak od tego, że wszystkie sprzedawane poprzez serwisy aukcyjne mailingi są nielegalne lub złej jakości. Czasem można trafić na prawdziwą perełkę (np. lista adresowa z forum tematycznego), jednak zalecam szczególną ostrożność przy dokonywaniu zakupu tą właśnie drogą. Zanim zdecydujesz się na rozbudowanie swojej listy mailingowej w taki sposób – przemyśl dokładnie wszelkie „za” i „przeciw”.

Lista z reklamy

Coraz większa ilość e-biznesmenów wspiera się akcjami reklamowymi po to, by powiększyć swoją listę mailingową. Poniżej przedstawię Ci najbardziej popularne oraz najskuteczniejsze narzędzia, jakie możesz w tym celu wykorzystać.

Google AdWords

Pewnie znasz to narzędzie Google. Jest to reklama kontekstowa, inaczej: linki sponsorowane. To właśnie Google dostarcza najbardziej popularnego systemu emitowania tego rodzaju reklam. Każdego dnia powiększa się liczba stron, które zezwalają na zamieszczanie reklam Google. Tym samym – Twoja reklama może się znaleźć na coraz większej ilości stron.

Wielką zaletą tego systemu jest wyświetlanie reklam na stronach o podobnej tematyce do Twojej. To właśnie stąd się wzięła nazwa tego rodzaju reklam – są one umieszczane w odpowiednim kontekście. Kontekst jest określany na podstawie słów kluczowych (wpisywanych w wyszukiwarkę lub ze strony, na której ma być wyświetlona reklama). Tym samym trafiają do użytkowników, którzy (ze względu na odwiedzaną stronę) są zainteresowani daną tematyką. Google umieszcza też zakupione w ich systemie reklamy przy filmikach na YouTube oraz przy wynikach wyszukiwania.

To od Ciebie zależy w jaki sposób określisz sposób wyświetlania reklamy zakupionej w Google AdWords. To Ty masz wpływ na to, jak wygląda Twoja reklama, jaką ma treść i gdzie ma zostać wyświetlona. Co ważne – sam/a określasz także to, ile za daną reklamę chcesz zapłacić.

Co ważne – nie płacisz za samo wyświetlenie reklamy, ale za kliknięcie w nią. Możesz mieć zatem pewność, że dana osoba nie tylko widziała reklamę, ale także została dzięki niej przekierowana na stronę, na której jest rozbudowana oferta.

Wielką zaletą reklamy Google AdWords jest możliwość pojawienia się Twojej strony od razu na pierwszym miejscu w wynikach wyszukiwania Google

(w formie linków sponsorowanych). A jeśli zwiększysz ilość wejść na swoją stronę osób zainteresowanych tematem – najprawdopodobniej zwiększysz też ilość subskrybentów Twojej listy, a jednocześnie zachowasz jej wysoką jakość.

Reklama na FaceBook'u

Zdecydowanie jest to reklama, która nadal się rozwija i staje się coraz bardziej opłacalna dla firm. Możesz ją zakupić nawet na największych portalach społecznościowych (w tym na FaceBooku). Po ustawieniu wszystkich opcji, musisz wybrać jeden z dwóch dostępnych systemów płatności. W jednym z nich (PPC) płacisz tylko za kliknięcia, które przekierowują użytkowników na Twoją stronę, natomiast w przypadku drugiego (CPM) teoretycznie tańszego płacisz za każde 1000 wyświetleń reklamy Twojej strony, przy czym nie masz gwarancji, że ktokolwiek w nią kliknie.

Nie ma co pisać, jak bardzo popularny jest FaceBook, bo pewnie sam/a wiesz to doskonale. Nadmienię tylko, że w roku 2011 posiadał już ponad 700 milionów użytkowników, w tym 10 milionów w Polsce. Potężna liczba.

Dla Ciebie najciekawszą funkcją takiej reklamy jest możliwość dokładnego określenia kryteriów dobrania osób, którym reklama ma się pokazać (tzw. targeting). Zdecydowanie zwiększa to skuteczność reklamy i sprawia, że możesz trafić w zasadzie tylko i wyłącznie do swojej grupy docelowej.

FaceBook umożliwia zamieszczenie reklamy po słowach kluczowych, a także zdefiniowanie cech odbiorcy, np. poprzez wskazanie wieku, płci czy też miejsca zamieszkania. Możesz także wybrać odbiorców reklamy poprzez ich hobby, ulubione książki, filmy, czy też muzykę. Przyłóż się zatem do jak najlepszego określenia swojej grupy docelowej (no ale o tym już pisałem).

Nawet trudno mi jest opisać, jak wielkim skarbem jest możliwość tak precyzyjnego określenia odbiorców Twojej reklamy. Pamiętaj jednak, że koszt Twojej reklamy jest ściśle zależny od grupy, do jakiej ją skierujesz. Precyzyjnie zatem przygotuj obrazek, jaki ma być przy reklamie wyświetlany, tytuł

reklamy oraz jej krótką treść (do 135 znaków). Pod reklamą możesz także zamieścić link do swojej strony internetowej.

Jeśli jesteś zainteresowany/a zamieszczeniem reklamy na Facebooku, pewnie będziesz potrzebować kilka linków. Zebrałem je tutaj dla Ciebie. Formularz reklamowy możesz bezpośrednio znaleźć pod poniższym adresem: <http://www.facebook.com/advertising/>. Zanim jednak wykupisz reklamę, warto abyś przeczytał/a regulamin, gdyż niektóre przepisy są naprawdę bardzo restrykcyjne. W związku z tym, że warto wiedzieć, na co się godzisz: regulamin znajdziesz tutaj: http://www.facebook.com/ad_guidelines.php.

AdTaily

AdTaily to kolejny system reklamowy. Jego obsługa jest chyba najłatwiejsza z tych, które dotychczas przedstawiłem. Pozwala on na łatwe zamieszczanie Twojej reklamy na wybranym blogu.

Ogromną zaletą tego systemu jest jego prostota. Reklamę możesz przygotować i zacząć wyświetlać dosłownie w kilka minut.

W taki sam prosty sposób możesz zacząć zamieszczać cudze reklamy na swoim blogu. Oczywiście takie wyświetlanie jest odpłatne i może stanowić dla Ciebie dodatkowy zarobek. Kod reklamowy możesz w bardzo prosty sposób zamieścić na swoim blogu, dopasowuje on się automatycznie do ilości wolnego miejsca. Co ciekawe – w AdTaily otrzymujesz wynagrodzenie za każdy dzień emisji reklamy. Cenę ustalasz samodzielnie, jednak możesz skorzystać z dostępnej porady, która w sposób jasny i konkretny definiuje stawki. Stawki te zależą od tematyki Twojej strony oraz dziennej liczbie niepowtarzalnych użytkowników.

Rola portali społecznościowych

Social media to fantastyczne narzędzie, które także możesz wykorzystać do zbudowania swojej listy adresowej. Aby wykorzystać szansę, jaką one Ci dają – wystarczy, że na swojej stronie przy wpisach zamieścisz odpowiednie ikony

do tych portali. One umożliwią Twoim czytelnikom dzielenie się Twoimi wpisami ze swoimi znajomymi. Dla Ciebie oznacza to wzrost ilości odbiorców Twojej strony, a więc i możliwość powiększenia listy mailingowej.

Wcześniej rozpisałem się nieco na temat reklamy zamieszczanej na Facebooku. Nie zapominaj jednak o polskich portalach społecznościowych i możliwościach, jakie one dają. Można także i na nich wykupić reklamę kontekstową. Uważam, że zawsze warto przyjrzeć się bliżej temu, co dzieje się na tym rynku.

Osobiście polecam serwis, który skupia wokół siebie sieć portali społecznościowych. Wszystkie informacje na pewno znajdziesz pod adresem http://www.spolecznosci.pl/o_nas.html – wykorzystaj, póki możesz. Sam sprawdziłem i mogę polecić.

Zadbaj o klienta

Czasem zdarzy się tak, że ktoś kupi Twój produkt choć nie jest zapisany na Twoją listę adresową. Wykorzystaj zatem zakup jako okazję do zaproponowania klientowi subskrypcji Twojego newslettera. Jest to fantastyczna okazja, by dać sobie większą gwarancję, że ten klient ponownie zrobi u Ciebie zakupy.

Jeśli prowadzisz sprzedaż stacjonarną – proponuj swoim klientom możliwość wysłania rachunku na ich skrzynkę e-mail. Spytaj się także, czy klient chciałby otrzymywać wiadomości o promocjach i nowościach. Większość klientów na to się godzi.

Tą samą metodę możesz wykorzystać nawet wtedy, jeśli prowadzisz sklep on-line. Nawet sprzedając na Allegro możesz wykorzystać tę szansę. Zadbaj zatem o klienta, którego już raz zdobyłeś, a wysyłanymi do niego mailami spraw, by ponownie zdecydował się na zakup u Ciebie.

Gdzety

W dobie Internetu niektórzy zapominają o możliwościach, jakie dają nam materiały promocyjne. Są to ulotki, wizytówki, foldery, a nawet długopisy lub inne gadzety z nadrukiem. To wszystko kosztuje naprawdę grosze.

Zawsze gdy rozmawiasz z osobą zainteresowaną taką tematyką – miej przy sobie jeden z tych gadżetów. Oczywiście – koniecznie nanieś na niego adres swojej strony internetowej. W rozmowie wspomnij też o tym, dlaczego warto skorzystać z Twojego biuletynu. W taki sposób pozyskasz nową osobę na swoją listę mailingową.

Adresy bezpośrednio ze stron

Niektórzy korzystają z możliwości zbierania adresów ze stron internetowych. Można kupić w tym celu nawet specjalne oprogramowanie. Nie będę podawał Ci żadnych linków do tego rodzaju stron.

Dość problematyczne jest, czy takie działanie jest w Polsce w ogóle legalne (o tym pisałem na samym początku). Jednak działając już od jakiegoś czasu w e-biznesie zauważyłem, że nie wszyscy przejmują się kwestią legalności swoich działań.

Zaznaczam tą metodę pozyskiwania bazy adresowej po to, by poradnik ten był kompletny i były w nim zawarte wszystkie najpopularniejsze metody pozyskiwania adresów. Tobie jednak pozostawiam do osobistego rozstrzygnięcia, czy ta metoda jest etyczna (no i – legalna).

Kilka słów o mnie



Zawsze wszędzie czytam, że trudno jest pisać o sobie samym. Czy można wymyślić trudniejsze zadanie niż konieczność napisania czegoś o sobie: tak, żeby nadal było z polotem, bez przesadnej skromności, ale i bez samouwielbienia.

Przede wszystkim chciałbym, aby każde zdanie, które będzie zawarte w tej publikacji – świadczyło o mnie. Mądry czytelnik bez problemu wyciągnie odpowiednie wnioski z tej lektury i będzie potrafił powiedzieć coś o mnie.

Miało jednak być parę słów o mnie. Złe wrażenie bym zrobił, jeśli w tym miejscu zrezygnowałbym z tego zamiaru.

Moje imię i nazwisko już znasz, pojawiło się przy tytule tego poradnika. Dość popularne imię Piotr i zdecydowanie rzadkie nazwisko Idzik. Od teraz możemy mówić, że się znamy.

Jestem zwykłym człowiekiem, który postanowił, że w życiu będzie lubił to, co robi i robił to, co lubi. I nie jest ważne, że urodziłem się w typowej rodzinie klasy średniej, w niewielkiej miejscowości, której nazwy pewnie nie znasz. Ważne jest to, że swoje postanowienie zrealizowałem.

Był zupełnie zwykły i nudny dzień, kiedy „zabijałem czas” poprzez bezsensowne siedzenie przed komputerem. Ale w tym dniu natknąłem się na informacje o tym, jak sprawić, by to siedzenie przed komputerem przestało być bezsensowne i stało się dla mnie sposobem na życie. Tego dnia natknąłem się na informacje odnośnie działania w programach partnerskich. Zapragnąłem wiedzieć więcej.

Sporo czasu minęło od tego dnia, a moja fascynacja zarabianiem przez Internet nadal nie zmalała. Ba! Stała się jeszcze większa. Okazało się, że nie tylko PP mogą zapewnić mi stały zarobek, ale także marketing sieciowy. Teraz mogę już z dumą powiedzieć, że jest to dla mnie najlepszy sposób na generowanie gotówki.

Jednak to nie tylko pieniądze przyciągnęły mnie do tego biznesu. Poprzez działanie w internecie mam okazję stale się rozwijać, szkolić i powiększać swoją wiedzę. Nigdy nie jest tak, że już wiem wszystko i zaczyna mi się nudzić. Internet i zarabianie w nim to stałe wyzwanie, które bez przerwy mnie fascynuje. Mam nadzieję, że niniejsza publikacja pozwoli Tobie nie tylko dowiedzieć się czegoś nowego, ale wykorzystasz w praktyce tą wiedzę.

Na koniec

Jeśli przeczytałeś/łaś z uwagą tą publikację – jestem pewien, że wzbogaciłeś/aś swoją wiedzę na temat pozyskiwania adresów na Twoją listę mailingową. Pozostaje mi teraz tylko mieć nadzieję, że tą wiedzę należycie wykorzystasz w praktyce, by przyniosła Ci ona wymierne (finansowe) korzyści.

Zazaczyłem powyżej, że moim celem było, aby zawrzeć tutaj wszystkie najbardziej popularne sposoby powiększania swojej listy adresowej. Nie są to jednak wszystkie sposoby. Kreatywność e-biznesmenów nie zna granic i jest jeszcze ogrom innych metod, z którymi chętnie się z Tobą podzielę. Ale tym razem będzie to już nagranie video.

Niniejsza publikacja, ani żadna jej część, nie może być kopiowana, ani w jakikolwiek inny sposób reprodukowana, powielana, ani odczytywana w środkach publicznego przekazu bez mojej pisemnej zgody. Zabrania się jej publicznego udostępniania w Internecie oraz odsprzedaży.

Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie materiałów na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Dołożyłem wszelkich starań, aby zawarte w tym materiale informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorę jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Nie ponoszę również żadnej odpowiedzialności za ewentualne sukcesy i szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w niniejszej publikacji.

Z życzeniami (e)sukcesów

Piotr Idzik

Zapraszam do odwiedzania moich internetowych projektów.

<http://skuteczneteknikimlm.pl/sp/> twoja druga wypłata

<http://www.skuteczneteknikimlm.pl/> ninja techniki mlm

<http://piotridzik.pl/> mlm ekspercki

<http://www.zarabianieskuteczne.pl/> serwis z licencją na sukces i zarabianie

<http://www.sklep.zarabianieskuteczne.pl/> zarabiaj na info-produktach

Jeżeli masz jakieś pytania lub chcesz podzielić się ze mną opinią na temat tego e-booka to chętnie wysłucham.

piotridziksukces@gmail.com

Powodzenia w budowaniu list adresowych

Piotr Idzik

Wszelkie prawa zastrzeżone. All rights reserved.