



**System**  
**na Listy Mailingowe**  
*Piotr Idzik*

# System na Listy Mailingowe

Skorzystaj ze sprawdzonych metod,  
aby zbudować właściwą i dużą listę mailingową

Wydanie I

Copyright ©2015 Piotr Idzik

Tytuł

**System na Listy Mailingowe**

**Skorzystaj ze sprawdzonych metod, aby zbudować 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

Wydanie: I

Skład i łamanie: key.waw.pl

© Copyright Piotr Idzik

## Spis treści

|  |    |
|--|----|
| Wstęp .....  | 5  |
| Syndrom wypalenia listy .....  | 6  |
| W jaki sposób błyskawicznie osiągnąć sukces<br>w sprzedaży do własnej listy? ..... | 7  |
| Kilka słów o lepie .....   | 10 |
| Sekwencje e-maili .....  | 13 |
| Sekcja Viral .....   | 13 |
| Twój własny system .....   | 15 |
| Jak budować listę? .....   | 15 |
| A jak antycypacja .....  | 16 |
| Poćwiczmy! .....   | 17 |
| Zakończenie .....  | 18 |
| Kilka słów o mnie .....  | 19 |

## Wstęp

Dzięki temu e-bookowi masz okazję zapoznać się z moimi sprawdzonymi metodami tworzenia list mailingowych. Korzystając z mojej wiedzy bez problemu zmienisz swoich subskrybentów w klientów, co zwiększy Twoje szanse na powodzenie. Otrzymasz także przykłady moich stron.

Ponadto zobaczysz cały schemat budowania listy adresowej – przekonasz się, w jaki sposób budować swój kanał dystrybucji. Schemat jest bardzo dokładny i zawiera poszczególne etapy, przez które przechodził klient w moim biznesie.

Dostaniesz również dwa bardzo istotne ćwiczenia, które położą kres Twoim problemom ze sprzedażą produktów.

## Syndrom wypalenia listy

Zawsze musisz brać pod uwagę, że Twoi klienci i czytelnicy w każdej chwili mogą przestać od Ciebie kupować. Z tego powodu stale musisz powiększać bazę adresową oraz swój kanał dystrybucji. Wraz z upływem czasu nawet najlepsza lista zaczyna reagować nieco gorzej niż na początku. Wówczas zmniejsza się wskaźnik otwarć emaili, a klienci rzadziej coś kupują.

Jakość listy adresowej uzależniona jest od następujących czynników:

- Kim jesteś i w jaki sposób piszesz do swoich odbiorców?
- Co Twoi subskrybenci dostają za darmo?
- Jaka jest częstotliwość kontaktów z listą?

Musisz wyprzedzać konkurencję – być od niej mądrzejszy i bardziej świadomy. Nie możesz robić tego, co wszyscy, powinieneś zawsze być krok do przodu i robić coś zupełnie innego niż pozostali sprzedawcy. Nie możesz wierzyć w poniższe destrukcyjne stwierdzenia:

- Priorytetową sprawą jest jakość listy – jest to ważne, jednak duże transakcje robią duże bazy.
- Do klientów trzeba często pisać – tak naprawdę należy to robić w odpowiednim czasie.

Wedle powszechnej opinii musisz być ekspertem, by lista adresowa kupowała. Tymczasem prawda jest zupełnie inna, bowiem wystarczy odpowiednio opisać problem danego klienta, żeby jego podświadomość sama doszła do wniosku, iż druga osoba wie, o czym mówi.

Posłużmy się przykładem. Wyobraź sobie, że odczuwasz silny ból w klatce piersiowej, jest Ci duszno i słabo. Wtedy pojawia się ja i mówię: „Widzę, że Twoja skóra jest jakaś sina. Myślę, że naprzemiennie czujesz ciepło i zimno. Czy odczuwasz również ściskający ból w klatce piersiowej? Masz wrażenie, że ktoś położył Ci kamień na klatce piersiowej? Czy ból promieniuje do lewej ręki i łokcia?”

Zwróć uwagę na to, że nie podałem żadnego rozwiązania. Tajemnica tkwi w tym, że właściwe opisanie problemu sprawia, że druga strona uważa, iż masz rozwiązanie. Nie musisz więc być ekspertem. Pokaż po prostu problem klienta głębiej, niż sam go widzi.

## **W jaki sposób błyskawicznie osiągnąć sukces w sprzedaży do własnej listy?**

### **Po pierwsze:**

stale powiększaj bazę adresową. Nie marnuj czasu na forach dyskusyjnych, ustal, że pocztę odbierasz tylko kilka razy dziennie, pracując wyłącz również telefon. Skup się na powiększaniu listy adresowej.

### **Po drugie:**

zbuduj squeeze page, przynęty i ofertę, a także śledź statystyki. Pogódź się z tym, że Twój biznes nie musi być od razu idealny. Gdy już będziesz mieć klientów, udoskonalisz optymalizację i grafikę. Postaw na rozwój i ucz się od osób, którym udało się osiągnąć sukces. Wybierz się na seminaria, poznawaj znanych ludzi, konsultuj się. Rozwiniesz się w błyskawicznym tempie, jeśli postawisz sobie wysokie wymagania i będziesz uczyć się od ekspertów z różnych branż.

### **Wykaż się odwagą.**

Pamiętaj, że kiedy nie ryzykujesz, nie osiągasz wyników. Sam również popełniłem wiele błędów, zanim odkryłem rozwiązanie, a niektóre spośród nich kosztowały mnie sporo pieniędzy.

### **Postaw na wartościową wiedzę,**

ponieważ większości strategii i idei nigdy nie zastosujesz. Dlatego też staraj się wypisywać z każdego kursu, książki i seminarium po 10 najistotniejszych rzeczy, które wykorzystasz od razu.

## Testuj różne rzeczy

– nawet jeśli pozornie wydają się nielogiczne. Sam dodałem kiedyś bonusy do mojej oferty, oczekując rzecz jasna, że zwiększą sprzedaż, tymczasem stało się zupełnie odwrotnie.

Bardzo ważna jest wiadomość zwrotna od klienta, zatem po dokonaniu ważnej transakcji zapytaj go, z jakiego powodu wybrał właśnie Ciebie, co sprawiło, że podjął taką decyzję. Dzięki temu możesz ulepszać swój biznes.

Jeśli chcesz naprawdę stać się Jedi, musisz zrozumieć, dlaczego coś działa i co na to wpływa (np. niebieskie tło w ofercie wpływa na zwiększenie sprzedaży, gdyż z punktu psychologicznego ten kolor nas uspokaja, w supermarketach natomiast w tle często słyszymy wolną muzykę, ponieważ klienci mają kupować powoli i spokojnie – wówczas wkładają do wózków więcej).

Sądysz, że za Twoje niepowodzenia ktoś jest odpowiedzialny? Bardzo często zdarza nam się zrzucać odpowiedzialność np. na rząd, system, premiera, pracownika. Powinieneś zawsze brać odpowiedzialność na siebie, jednak nie brać tego do siebie. Zapomnij o porażce! Niepowodzenia traktuj jako cenne lekcje, których trzeba się nauczyć. Dzięki nauce na błędach stajesz się lepszy.

Miej pod kontrolą swój wskaźnik pracy do efektów. Ważne jest, by ciągle się rozwijać – jeśli nie ma progresu, robisz coś źle. Z każdym dniem musi odbywać się kolejny postęp. 20% – o tyle powiększaj swoją strefę komfortu. Każdy z nas ma jakieś ograniczenia, które stanowią hamulec na drodze rozwoju. Dzięki doświadczeniu stajesz się lepszy.

Pamiętaj, że biznes nie może stać się całym Twoim życiem. Nie zaniedbuj relacji z innymi, bo wówczas możesz stracić coś znacznie cenniejszego niż pieniądze.

Postaw na instynkt i intuicję. Jeżeli masz przeczucie, że jakaś inwestycja może wypalić, pokonaj strach, przeanalizuj wszystko i inwestuj.

Pewność siebie na 100% – to bardzo ważne! Wystarczy spojrzeć na wszystkie osoby sukcesu – na sposób ich mówienia, poruszania się. Warto brać przykład z ich pewności siebie. Jeśli bowiem jesteś pewny swoich słów, klient łatwiej



Ci zaufa i podejmie decyzję. Silna postawa i pewność siebie stanowi klucz do sukcesu. Klient Ci nie zaufa, jeżeli najpierw nie zaufasz sam sobie.

Zauważ, że gdy klient czyta Twoje e-maile i oferty bądź ogląda Twoje nagrania, masz bardzo mało czasu, by go zainteresować. Wówczas liczy się wszystko. Kiedy tworzę kampanię e-mailową, poświęcam dużo czasu, by dopracować wysyłane wiadomości. Sprawia to, że moje e-maile są tak dobre, iż inni je chętnie czytają. Bardzo ważne jest to, by wkładał w swoją pracę 6% artysty i 94% rzemieślnika, gdyż talent to jedno, ale ciężka praca to drugie. Nie jest ważne, jak dobry jesteś, lecz co myślą o Tobie inni.

Mam dla Ciebie mały quiz – zastosujmy ciekawy system punktowy.

Wszystko jest oceniane w skali od 1 do 5.

Jeśli piszesz najlepsze e-maile w branży, daję Ci to zaledwie 5 punktów.

Żeby kilka osób coś od Ciebie kupiło, potrzebujesz 8 punktów, czyli brakuje Ci 3.

Następne 10 punktów masz szansę uzyskać za wielkość listy adresowej, a kolejne 5 punktów leży w skuteczności Twojej oferty.

Maksymalnie możesz mieć 20 punktów.

18-20 punktów – zarabiasz bardzo dużo

10-14 punktów – zarabiasz przyzwoicie

8 punktów – zaczynasz zarabiać

E-maile większości osób są przeciętne, otrzymują więc 3 punkty. Za średniej wielkości listę adresową mają kolejne 3 punkty, następne 3 – za średnie oferty, co daje łącznie 9 punktów. To zbyt mało, by mieć wystarczającą liczbę pieniędzy z własnej listy adresowej. Jeśli jednak poprawisz każdy element o jeden punkt, zaczniesz już zarabiać przyzwoicie. Zaczynaj działać, a szybko zauważysz, że wcale nie trzeba zbyt dużego wysiłku, aby tego dokonać.

## Kilka słów o lepie

Kiedys budowałem własne listy adresowe, które po pewnym czasie nie sprzedawały tak, jak bym tego chciał. Początkowo nie wiedziałem, co mogę robić, jednak po licznych próbach i testach stworzyłem system, dzięki któremu znacznie zwiększyłem sprzedaż.

Największa procentowo sprzedaż Twoich produktów następuje w oparciu o listę adresową, która z czasem staje się źródłem darmowego ruchu. Ten system działa bez względu na to, jak duże masz listy. Twoja lista może być na 500 osób, a równie dobrze na 50K i ten system jest dla Ciebie. Przede wszystkim potrzebujesz jakichś zachęt, które będziesz rozsiewał do większego grona osób (LEP). Nikt (albo bardzo nieliczni) nie poda Ci adresu e-mailowego, jeżeli nie zaproponujesz im LEPU, czyli przynęty. Co więcej – musi to być w ich oczach coś wartościowego.

### Co może być Twoim LEPEM?

Mogą to być np. raporty w PDF, nagrania mp3, wideo, konsultacje. To tak jak z łowieniem ryb – im lepszą przynętę zarzucisz, tym szybciej skonwertujesz listę w klientów. Na początek musisz dać coś od siebie, by potem móc wymagać czegoś w zamian.

Rzecz jasna owe przynęty musisz dystrybuować na kilka kanałów. Osobiście używam płatnych metod PPC (płać za kliknięcie), banerów, artykułów, CPM, social media, partnerów, itd. Pozwala mi to na szybkie rozsiewanie zawartości moich e-maili.

LEP stosuje się po to, by jak najwięcej osób zapisywało się na listę adresową. U mnie zapisuje się około 30% osób, co jest dobrym wynikiem. Im masz bardziej wartościowy LEP na stronie przechwytyjącej i prosisz o jak najmniej danych, np. wystarczy Tobie tylko adres e-mail Twoich subskrybentów, tym powinieneś mieć większą konwersję, czyli zapisywalność.

Na konwersję będą miały wpływ jeszcze takie czynniki jak modele stron squeeze page wśród których wyróżniamy:

### **squeeze page krótki**

Na takiej LP możesz umieścić nagłówek, krótki wstęp, formularz i ew. wizualizację np. jakiegoś e-booka, czy video.

### **squeeze page dwuetapowy**

Czyli na tego typu stronie ktoś nie ma możliwości podania od razu np. swojego maila. Może to zrobić dopiero, kiedy kliknie przycisk zachęcający do zapisania się/pobrania.

### **squeeze page odwrotne optin**

W tej wersji nasi odwiedzający mają możliwość zapisania się na listę pod nagraniem video. Także dopiero, gdy zobaczą video, to mogą to zrobić. Ta opcja będzie dobra dla tych ludzi co posiadają dużą listę mailingową, lecz mają niską konwersję zapisów, czy też subskrybenci na tej liście są kiepskiej jakości. Dlatego też taki krótki materiał video ma na celu dokonać wstępnej selekcji na bardziej zainteresowanych tematem.

### **squeeze page w formie tekstu**

Takiego rodzaju strony przechwytyjące są jeszcze bardziej wymagające dla użytkowników, niemniej jednak przez to pozyskane osoby są bardziej wartościowe. Na takich stronach, aby móc się zapisać na listę trzeba najpierw wykonać np. darmowy test. Często ten rodzaj stron LP jest tworzony pod Google AdWords. Także ktoś przechodzi przez różnego rodzaju kroki a, kiedy to ukończy ma wówczas możliwość zapisania się na tego rodzaju stronę squeeze page. Jest to zatem niezły pomysł na AdWords.

### **squeeze page kanapkowa**

Tutaj potencjalni subskrybenci widzą dość długi artykuł a, kiedy zdecydują się, że artykuł jest dość dobry, to dopiero potem mają możliwość zapisania się.

Potem w zależności od celów Twojego biznesu możesz jeszcze uzyskać od części swoich subskrybentów więcej danych np. coś im sprzedając możesz zbierać te dane w formularzach zamówień, czy uzyskasz je np. za pomocą Twojej ankiety współpracy biznesowej.

Niewątpliwie dość istotną kwestią jest, czy na początku prosisz subskrybentów, aby napisali Tobie swoje największe problemy związane z tematyką danej listy, czy też czego oczekują po zapisie. Takie ich odpowiedzi pozwolą Tobie jeszcze precyzyjniej tworzyć dla nich treści, czy też produkty.

Tutaj jest przykład mojej strony optin (squeeze page/przechwytyjącej).

**UWAGA! Szkolenie warte 297zł za darmo!**

**"Jak Pozyskiwać Nowe Kontakty Do Twojego Biznesu i Zarabiać 3 Duże Pensje Nie Wychodząc z Domu?"**

- ✓ Na Darmowym Szkoleniu Zarabiania Online Zdradzę Ci Skuteczne Techniki Używane Przez Liderów Marketingu Sieciowego
- ✓ Całość Jest Systemem Krok Po Kroku Prowadzącym Cię Do Sukcesu, Tak Abyś Jak Najszybciej Pozyskał Kilku Solidnych Partnerów Biznesowych

**Wpisz najlepszy adres email i telefon**, a niebawem to szkolenie otrzymasz na swoją elektroniczną pocztę:

**POKAŹ VIDEO**

Po uzyskaniu dostępu dostaniesz natychmiast **BONUS** video Struktury MLM oraz e-booka Profesjonalny Marketer i Lista narzędzi w e-biznesie

[Polityka Prywatności](#)

Ta strona landing page LP posiada ciekawy LEP, którym jest kurs o skutecznych technikach używanych w MLM, filmy, masa biznesowej wiedzy oraz poradnik „Profesjonalny Marketer” i „Lista narzędzi w e-biznesie”. Zawartość jest dostępna dopiero po zapisaniu się na listę i potwierdzeniu subskrypcji.

Jeśli będziesz mieć dobrą przynętę, odbiorcy będą chętniej pozostawiali swoje e-maile. Co może być skuteczną przynętą? Jeśli np. prowadzisz sklep internetowy, może nią być kupon rabatowy lub jakiś specjalny gratis.

Wiadomo, że jeśli sprzedaje się coś za kilka złotych, dobry marketing jest zbędny. Im jednak droższy produkt, tym lepsza musi być jego promocja. Ceną konkurują tylko ci, którzy nie znają lepszych metod. Warto być bardziej świadomym – jeśli zrobisz lepszy marketing, będziesz mógł pozwolić sobie na wyższe stawki nawet wówczas, gdy konkurencja walczy ceną.

## Sekwencje e-maili

Często mylnie uważamy, że klient dokonuje zakupu już przy pierwszym kontakcie z produktem, jednak nie jest to do końca prawdą. Bywa, że trzeba wydać 40 zł, aby zdobyć klienta i zarobić na nim 50 zł, co może być frustrujące. Sprawdzaj, ile zarabiasz. Budowanie listy adresowej jest bardzo ważne.

Niektórzy kupią od razu, natomiast pozostali wpiszą swój adres mailowy i otrzymają sekwencję e-maili.

Autoresponder najlepiej ustawić co najmniej na kilka miesięcy i przez ten czas wysyłać wiadomości do swojej listy. Musisz wiedzieć, że niektórzy subskrybenci zaczynają kupować dopiero po kilku, a nawet kilkunastu miesiącach.

## Sekcja Viral

Warto zwrócić uwagę na sekcję VIRAL. Czy wiesz, że dzięki Twoim czytelnikom Twoja aktualna baza adresowa może być pomnażana? Napisz do swojej listy e-mail z prośbą o rozesłanie określonego materiału wśród znajomych czy udostępnienie na portalu społecznościowym. Dzięki rekomendacjom może trafić do Ciebie sporo osób. Najlepszym dowodem jest to, że wydałem kiedyś pewien darmowy materiał, który w błyskawicznym tempie rozszedł się na Facebooku. To ogromny potencjał!

Mój potencjalny klient przechodzi do listu sprzedażowego zawierającego ofertę – zazwyczaj chodzi o zakup taniego e-booka. Mając sklep internetowy możesz proponować produkty, które aktualnie sprzedają się najlepiej.

Celem oczywiście jest to, by dana lista adresowa coś od Ciebie kupiła.

Najtrudniejsza i najbardziej wymagająca jest pierwsza transakcja. Musisz dołożyć wszelkich starań, by klient chciał coś kupić – nawet jeśli zbyt wiele na tym nie zarobisz. Najważniejszy jest bowiem sam fakt skonwertowania czytelnika w klienta.

Następnie przychodzi etap budowania głębokiej relacji, w którym już częściej możesz wysyłać oferty, ponadto o znacznie wyższych zyskach. Najważniejszy jest dobry produkt. Oferty muszą być atrakcyjne dla Twojej listy klientów. Pamiętaj przy tym, że łatwiej jest sprzedać coś osobie, która już raz od Ciebie kupiła. Znacznie trudniej sprzedać coś komuś, kto dotychczas nie wykazał chęci kupowania.

Widzisz, jakiś czas temu szukałem urządzenia wielofunkcyjnego (drukarka/skaner/ksero). Za pierwszym razem kupiłem takie urządzenie i nie uzyskałem efektów, jakie by mnie zadowalały.

Napisałem do kilku sprzedawców z prośbą o poradę. Odpisał mi tylko jeden. Po kilku godzinach otrzymałem informacje, jakie urządzenie wielofunkcyjne będzie dla mnie najlepsze i link do sklepu. Kupiłem to urządzenie. Następnego dnia dostałem przesyłkę. Byłem zdziwiony tym, jak firma szybko działa. To urządzenie wielofunkcyjne faktycznie mnie zadowalało. Pomyślałem (ponieważ mam na twardym dysku masę wartościowych rzeczy) o kupnie porządnego, charakteryzującego się superszybkością przesyłu danych, przenośnego dysku. Tym razem nie szukałem u innego sprzedawcy i być może przepłaciłem, ale wziąłem ten dysk od tej samej osoby, gdyż w swojej ofercie posiada sporo akcesoriów do komputera.

Dlaczego nie szukałem innej oferty?

1. Towar trafił do mnie bardzo szybko.
2. Był zgodny z opisem.

Niestety ten sprzedawca, pomimo mojego 2-krotnego zamówienia, nie wysłała mi innych atrakcyjnych propozycji. Traci w ten sposób bardzo wiele pieniędzy. Z pewnością w jego ofercie jest coś, co mógłbym kupić. Dlatego wysyłam jeszcze bardziej atrakcyjne propozycje swoim klientom.

## Twój własny system

Musisz opracować swój własny, działający system. Praktycznie każdy coś robi, by pozyskać klienta, większość osób jednak nie ma gotowego przepisu, który można powtórzyć lub ulepszyć. Dlatego gdy udaje Ci się pozyskać klienta, warto zapisać sobie wszystko, co w tym celu zrobiłeś. Żeby mieć więcej klientów, ulepszaj każdy krok.

Zauważ, że w każdym systemie jest coś, co można udoskonalić. Przykład?

Miałem klienta, który mógł pochwalić się doskonałym, autorskim przepisem na ciasto do pizzy. Doradziłem mu, w jaki sposób może udoskonalić swój bardzo dobry system – zaproponowałem, aby swoim wyrobom nadał niespotykane nazwy, np. pizza bibliotekarza, pizza lekarza, pizza drwala, pizza teściowej, itp.

W ten sposób system został ulepszony i wzrosła sprzedaż, gdyż pizza, która sama w sobie była doskonała, zyskała kolejny ciekawy element.

## Jak budować listę?

Zacznij od napisania swojego ogłoszenia, np. AdWords, Facebooka, Sieci Kontekstowe, AdTaily, Partnerzy, CPM, Sieci Afiliacyjne, Newslettery, portale tematyczne. Ktoś, kto zobaczy Twoją reklamę i wejdzie na squeeze page, musi otrzymać jakiś LEP.

LEP jest bardzo ważny – jeśli jest kiepski, mamy często spory ruch, a nie mamy zapisów na listę. Dlatego nie możesz dać ludziom zbyt słabych przynęt, a z drugiej strony nie możesz też dać im gotowych rozwiązań, bo nie będą kupować. Dla swoich klientów warto zachować najlepsze rzeczy.

LEP ma dawać fragmenty płatnego produktu, który musi być kompletny. W przypadku sklepu internetowego dobrym wyjściem są kupony lub rabaty, które bardzo motywują osoby chcące coś kupić.

Jeśli dana osoba chce opuścić stronę, możesz zainstalować exit splash popup. To skrypt, który przed opuszczeniem strony przenosi osobę do innej witryny. Twój potencjalny klient i tak opuści stronę, dlatego korzystając z tego skryptu być może uda Ci się zwiększyć konwersję.

Tym sposobem dochodzimy do następnego etapu, czyli zapisu na listę adresową. Warto mieć ustawionych jak najwięcej sekwencji e-maili – zwiększa to szanse na przekonanie klienta do zakupu. Pisanie emaili nie jest łatwe, zaś ich skuteczność zależy od częstotliwości i umiejętności copywriterskich.

## A jak antycypacja

Antycypacja to bardzo ważny element. Na ogół sprzedawca chce przekonać innych do zakupu, tymczasem ja robię coś zupełnie innego. Kluczem do sukcesu jest to, iż staram się sprawić, aby klient sam uznał, że potrzebuje moich produktów.

Podam przykład.

Przyjmijmy, że prowadzisz niewielką pizzerię, a na stronie głównej dajesz możliwość zapisania się na listę adresową. Możesz zamieścić nagłówek o następującej treści: „Chcesz otrzymać 5% rabatu na naszą pizzę? Podaj swój adres email, aby odebrać kupon”. W prezencie klient otrzymuje np. film z zaplecza pizzerii, na którym pokazujesz mu, w jaki sposób przygotowywana jest pizza. Pokaż również, że używasz najlepszych składników i nie stosujesz polepszaczy. W kolejnym mailu możesz wysłać film z zakupów – o tym, jak wybierasz składniki do pizzy. Przekonaj, że wybierasz tylko najdroższą mąkę, szynkę, świeże pieczarki... Trzeciego dnia opowiedz o najlepszym serze, którego Ty (w przeciwieństwie do konkurencji) zawsze używasz. Dopiero czwartego dnia zachęć klienta do spróbowania – wyślij mu menu wraz z prośbą o zamówienie pizzy. Uważasz, że to nie zadziała?

**Spróbuj, a zobaczysz efekty!**



W USA e-mail marketing jest głównym, potężnym narzędziem kampanii wyborczych. Na ogół ludzie nie wiedzą, co zrobił dla nich prezydent w czasie swojej elekcji, daje to ogromne możliwości i pozwala informować wyborców o różnych sukcesach.

Możesz prowadzić skuteczny biznes nawet wówczas, gdy masz produkty droższe od konkurencji. Przekonaj klienta, że Twoje meble są droższe od konkurencji właśnie dlatego, że mają 2 razy dłuższą gwarancję satysfakcji.

Jeśli zdobędziesz zaufanie klientów, Twoja firma będzie polecana kolejnym ludziom (VIRAL), którzy również będą chcieli kupować od Ciebie produkty. Przez cały czas buduj antycypację i wysyłaj oferty swojej liście adresowej.

## Poćwiczmy!

To prawda, że wielu z nas już od podstawówki nie lubi wykonywać ćwiczeń i prac domowych. Pamiętaj jednak, że nie możesz być jak inni, jeśli chcesz mieć lepsze od nich rezultaty. Nauczę Cię jeszcze kilku ważnych rzeczy.

Wykonaj poniższe ćwiczenia.

### Udziel odpowiedzi na poniższe pytania:

1. Z jakiego powodu ludzie powinni zapisać się na Twoją listę adresową?  
Co im oferujesz w zamian?
2. Co możesz zrobić w celu powiększenia własnej listy adresowej?
3. Jaką wiedzę musisz zdobyć, żeby powiększyć swoją listę potencjalnych klientów?

### Zadania:

1. Zapisz, jak mógłby wyglądać Twój darmowy kurs. Jaką przynętę zastosujesz, by nakłonić klienta do zakupu.
2. Wypunktuj wszystkie produkty i usługi, jakie możesz zaproponować jednemu klientowi. Pomyśl, co mógłbyś zrobić, żeby powiększyć swoją bazę produktów i usług (np. biznes partnerski).

Wykonaj te zadania od razu, nie odkładaj ich na później. Jak najszybciej wprowadź nową wiedzę w życie.

## Zakończenie

Do najważniejszych elementów systemu należą:

1. **Lep** – zapisywalność na Twój squeeze page uzależniona jest od przynęt.
2. **Sekwencje** – koniecznie kontaktuj się ze swoją listą adresową regularnie.
3. Zawsze miej na uwadze, że im masz więcej e-maili w autoresponderze, tym więcej zarabiasz. Subskrybujący w różnym czasie będą dojrzewać do tego, by zostać Twoimi klientami.
4. **Viral** – prośba skierowana do Twojej listy o rozpowszechnienie przynęt jest najlepszym sposobem na zwiększenie listy adresowej. Rekomendacja klienta ma ogromne znaczenie.
5. **E-book** – musisz mieć tani i dobry materiał, by wprowadzić klienta do swojego biznesu.
6. **Antycypacja** – lista klientów jest o 40% lepsza niż lista osób, które nigdy od Ciebie nic nie kupiły. Łatwiej sprzedać coś osobie, która już raz Ci zaufała.
7. **Atrakcja** – zawsze pamiętaj o osobach, które od Ciebie kupiły. Jeśli wyślesz im najbardziej atrakcyjne oferty, będziesz miał lepszą sprzedaż.
8. **System** – za każdym razem, gdy osiągniesz jakiś sukces, wprowadź to do systemu. Jeśli chcesz więcej zarabiać, ulepszaj swój system.

## 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.

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.

[skuteczneteknikimlm.pl/sp/](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](mailto:piotridziksukces@gmail.com)

Powodzenia w budowaniu list adresowych

Piotr Idzik

Wszelkie prawa zastrzeżone. All rights reserved.