

Så gör du för att skapa nyhetsbrev som ökar din försäljning

Om du ska skapa ett nyhetsbrev med målet att öka din försäljning så är det många olika faktorer som du måste ta hänsyn till för att uppnå ett lyckat resultat. Budskapet i nyhetsbrevet måste anpassas efter mottagarna. Detta gäller innehållet, texten och själva utformningen. Många av tipsen i den här artikeln gäller för alla typer av e-brev (säljbrev, nyhetsbrev, reklambrev, pressreleaser, inbjudningar mm) men när du ska använda e-post för att öka din försäljning så är det extra viktigt att ditt nyhetsbrev utformas så att dina kunder ser det som ett erbjudande som de har mycket att vinna på att tacka ja till och mycket att förlora på att tacka nej till.

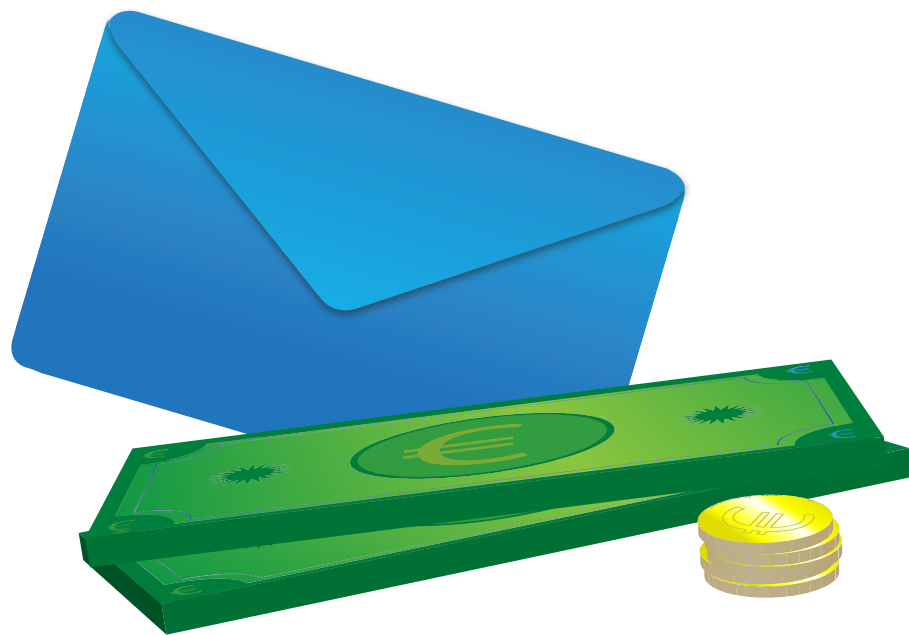
Med de här 11 tipsen kommer du en bra bit på vägen när du ska skapa nyhetsbrev vars mål är att öka försäljningen av dina produkter och tjänster.

1 Innehållet i ditt nyhetsbrev måste väcka uppmärksamhet

Eftersom mängden e-post ständigt ökar så måste du se till att ditt nyhetsbrev sticker ut på något sätt. Försök att skapa en unik design på ditt nyhetsbrev. Använd bilder som väcker uppmärksamhet. Eller varför inte använda ljud? Hur ofta har du fått ett nyhetsbrev med en personlig hälsning som hörs i datorns högtalare?

2 Skapa nyhetsbrev som är personliga

Försök att ta fram nyhetsbrev som har en personlig prägel. Detta kan du göra genom att placera kundens namn i texten på lämpliga ställen, som t ex efter en hälsningsfras (exempelvis: "Hej Maria!"). Du kan även stoppa in namnet i e-brevets ämnesrad, t ex "Viktig information till Maria Pettersson". Alla dessa åtgärder skapar en personlig känsla och sannolikheten att kunderna verkligen läser ditt



nyhetsbrev ökar markant vilket är helt avgörande för att uppnå en bra försäljning. Undersökningar visar nämligen att människan har en stor förmåga att upptäcka vissa speciella ord, varav sitt eget namn, även i stora textmassor.

3 Försäljning till gamla och tilltänkta kunder

Hur ditt erbjudande bör utformas bestäms av vilken relation du har till mottagarna av ditt nyhetsbrev. Detta är något som är extra viktigt när det gäller nyhetsbrev eftersom missbruket av skräppost gjort att folk är väldigt negativt inställda till försäljningsmejl.

Vill du ha fler tips?

Vill du ha fler tips som har med e-postutskick att göra kan du prenumerera på vårt nyhetsbrev. Du kan även ta en titt på våra övriga artiklar på vår hemsida.

Försäljning till gamla kunder

Är det gamla kunder som köpt av dig tidigare så kan du:

- Använda en personlig ton.
- Gå tämligen rakt på sak med ditt erbjudande.
- Relatera till vad kunderna köpt tidigare.
- Ge dem en fördel tack vare att de handlat tidigare.

Försäljning till tilltänkta kunder

Om de som får ditt nyhetsbrev inte har köpt något av dig tidigare så måste du se till att de får förtroende för dig så att de inte känner att det är någon "risk" att handla ifrån dig. Det kan du göra genom att:

- Innan du skickar ditt första försäljningsmejl så ska kunderna ha fått flera vanliga nyhetsbrev.
- Hänvisa till andra välkända företag som referenser på nöjda kunder.
- Lyft fram de fördelar du har jämfört med dina konkurrenter.
- Ge kunden ett introduktions-erbjudande med bra rabatt.
- Ge bra köpvillkor, T ex "Är kunderna

inte nöjda med produkten får de pengarna tillbaka".

- Erbjud bra garantier, t ex "Är det något fel på produkten så byter vi den gratis inom 24 timmar".
- Ge bra betalningsvillkor, t ex "Betalning sker mot 30 dagars faktura".

4 Försäljning med "våld" lönar sig inte

Undvik att försöka sälja med "våld". Risken med alltför fantastiska erbjudanden är att de verkar vara för bra för att vara sanna. Var tydlig och trovärdig och framförallt se till att du håller det du lovar! Det är nyckeln till lyckad försäljning eftersom det är mycket lättare att få en nöjd kund att handla på nytt än en missnöjd.

5 Vad gör du om ditt erbjudande har en nackdel?

Om ditt erbjudande har någon uppenbar nackdel så ska du inte försöka dölja det. Förekom kunden genom att presentera motargument. Visa varför problemet inte är så stort och hur det kan lösas. Redovisa även en fördel som kompenserar nackdelen. Genom att vara ärlig mot kunden så förstärker du dessutom trovärdigheten för ditt erbjudande.

6 Försäljning via nyhetsbrev ska ske snabbt

Se till så att ditt nyhetsbrev är angeläget, sätt ett sista datum för ditt erbjudande. Tänk på att erbjudanden som skickas ut med e-post har kortare livslängd än vanliga brev så försök att få kunderna att beställa så fort som möjligt. Gör det genom att ha kortare kampanjtid än vad

man brukar ha i traditionella brev som skickas med vanlig post.

7 Ha med en bonus i ditt nyhetsbrev

Ge läsaren av ditt nyhetsbrev något "extra", det kan vara någon sak eller en rabatt. Alla vill känna sig utvalda och göra en bra affär. Bonusen ska vara som "grädden på moset" som gör att din kund inte tvekar utan känner att det är lika bra att beställa nu direkt.

Är ditt nyhetsbrev utformat ungefär som ett vanligt brev så kan du lägga in information om en bonus i ett PS, t ex: "PS
Om du beställer inom 10 dagar så får du en guldpenne på köpet!"

Undersökningar visar att folk läser ett PS påfallande ofta eftersom de vill se vem som har skrivit under brevet och PS:et står oftast precis under namnteckningen.

8 Använd kända avsändare till dina nyhetsbrev

Det är viktigt vem som är avsändare och undertecknar dina nyhetsbrev. Avsändarens underskrift/namn hjälper till att avgöra erbjudandets värde, trovärdighet och betydelse för läsaren. Den som står som avsändare av nyhetsbrevet ska helst vara en känd person för kunden.

9 Korrekturläs texten i ditt nyhetsbrev flera gånger

Låt texten i ditt nyhetsbrev vila några dagar och läs den sedan på nytt. Otydligheter och slarvfel syns lättare

vid nästa genomläsning. Låt vänner och kollegor läsa ditt nyhetsbrev. Om de säger: "Det är bra" så är det tyvärr riktigt dåligt. Om de säger "Får man verkligen en guldpenne om man svarar inom 10 dagar" – då är det bra. Du måste få dina testläsare av ditt nyhetsbrev att REAGERA på innehållet, inte vara artiga.

10 Säljande nyhetsbrev ska vara lättlästa

Det första din kund gör är att snabbt skanna av ditt nyhetsbrev. Rubriker, underrubriker och gärna ett PS ska snabbt och tydligt sammanfatta innehållet i ditt nyhetsbrev.

Här nedan listas några av de viktigaste punkterna upp som du bör tänka på när du utformar dina texter i ditt nyhetsbrev:

- Ämnesraden och rubrikerna ska fånga läsarna. Det är det som gör att man läser vidare.
- Ge kunderna den första fördelen med ditt erbjudande direkt i inledningen.
- Prata om kunden och vilka fördelar de får, inte om dig och ditt företag.
- Använd korta meningar och enkla ord som underlättar för läsarna.
- Skriv ungefär som du talar, läs gärna högt och föreställ dig att du har kunden framför dig.
- Använd ett språk som är anpassat efter kunderna. Undvik att använda ord och termer som läsarna inte förstår, det gör läsarna av ditt nyhetsbrev osäkra.
- Markera gärna viktiga saker i texten med fetstil.
- Du kan inleda meningar med "Och" eller "Men" om det behövs. Det kan ge kortare meningar vilket gör texten mer lättläst. Det viktigaste är att få texten enkel att läsa så att dina kunder snabbt förstår budskapet i ditt nyhetsbrev.

11 Ska ditt nyhetsbrev vara kort eller långt?

Ingen läser ett nyhetsbrev i onödan. Försök därför alltid att få med den viktigaste informationen i början av ditt nyhetsbrev så att ditt erbjudande är "glasklart". Hur långt nyhetsbrevet ska vara beror på om ditt erbjudande går att förstå på några rader eller om det krävs kompletterande information. Det är inte fel att ha ett långt nyhetsbrev om det ger dina kunder ett underlag som gör att det blir lättare för dem att fatta ett köpbeslut.

SamLogic MultiMailer

Är ett svenskt e-postmarknadsföringsverktyg som kan skapa och skicka ut nyhetsbrev. Programmet används av företag, myndigheter och föreningar för att standardisera och underlätta hanteringen av e-postutskick.

Några funktioner

- Personliga nyhetsbrev via datafält
- Nyhetsbrevsgenerator med mallar
- Spärllistor som stoppar oönskad e-post
- Statistikhantering för varje e-postutskick
- Automatisk hantering av studsar
- Import från databaser och adressböcker

Du kan prova och utvärdera programmet på följande Internetsida: www.multimailer.se



● SamLogic