



Modul 2 - Magisk e-post markedsføring

Dette googledokumentet kopierer du og lager til ditt eget.

HVORFOR E-POST MARKEDSFØRING?

E-post markedsføring er en måte å bygge relasjoner og tillit på over tid, det er en måte å vise kunnskapen din og personligheten din på. Slik at potensielle kunder blir kjent med deg og begynner å stole på deg. Slik kan du by opp til dans - til toveis dialog, til det å bli sett og hørt. Når du samler e-postadresser samler du også følgere og potensielle kunder på en plattform du eier selv. Det kan være smart hvis sosiale medier tar kvelden (noe som dog er lite sannsynlig).

ULIKE TYPE INNHOLD

Det er mange typer kategorier innhold du kan komme med i e-postene du skriver, så vær kreativ og by på ulike vinklinger rundt det du holder på med. Her er forslag til ulike tema, som du kan la deg inspirere av og gjøre på din måte:

- **Trender** innenfor det du holder på med, hva foregår for tiden? Hva er nytt? Sitter du på ny kunnskap som kan være nyttig for målgruppa di?
- **Praktiske tips**, har du tenkt på dette? Dette visste du kanskje ikke? Dette er mitt beste tips i forhold til dette tema, hva tenker du om dette? Typ; slik overvant jeg frykten for å starte egen business.
- **Behind the scenes**, vis glimt av hverdagen din og hvordan du jobber. En dag i ditt liv, inspirer på en måte som folk kan relatere seg til.
- **Titt innenfor dørene mine denne uka!** F.eks gi mulighet for å la folk få være med i medlemsportalen din gratis en uke for å kjenne på hvordan det er å være der, samt bli bedre kjent med deg.
- **Del et vendepunkt i livet ditt, som også er relevant for målgruppa di.** Når var det det snudde?
- **Hvem er du?** Inviter til å bli kjent, still et konkret og enkelt spørsmål som folk bare MÅ svare på.
- **Refleksjoner.** Vær filosofisk, se litt på hva som har ført til at du er der du er i dag. Gi innsikter og læringer.
- **Ditt hvorfor.** Hva er det som driver deg? Skriv så det gnistrer om din passion, slik at det virkelig inspirerer.
- **Din metode.** Hvorfor jobber du på den måten du gjør?
- **Breaking news.** Hva er nytt i sjappa di nå?
- **Daglige ritualer.** Hva er det du gjør hver dag som støtter deg i ditt arbeid.
- **Teamet ditt.** Hvem er folka du samarbeider med?

- **Fortell om viktigheten av den tjenesten du leverer**, hvilken forskjell noe slikt kan gjøre for folk, uten at du sier noe om deg selv.
- **Kundehistorier**: Hva Unni fikk ut av å jobbe med deg, del historien om hennes suksess. Del innlegg hun har skrevet eller fortell en historie gjennom tekst, bilder som hun selv tar del i.
- **Slik jobber jeg med kundene mine**. Vis det, la leserne få et innblikk.
- **Social proof**. Vis frem arbeid du har skapt gjennom tekst og bilder.
- **Hva trenger du nå?** Send leserne til et enkelt spørreskjema med to-tre spørsmål slik at du får vite mer om dem, får gullkorn og budskap og innspill til nye tjenester.

DET VIKTIGE EMNEFELTET

Folk trykker seg inn på selve mailen hvis du klarer å fange dem, dette gjelder også på sosiale medier (der den første setningen er den aller viktigste). Still gjerne et spørsmål eller gå rett på sak, henvend deg direkte eller si noe som folk blir overrasket over og som de bare MÅ klikke seg inn for å få vite mer om. Vær litt annerledes og skap nysgjerrighet - som feks [Frøken Dianas salonger](#) er gode på. En mail jeg fikk denne uka gikk sånn:

Emnefelt: Hæ? Bruker du bare shorts på sommeren?

Underoverskrift: Og hva er egentlig definisjonen?

RELASJONSBYGGING VIA E-POST.

Folk kjøper av folk. Folk må kjenne deg for å kjøpe av deg. Åpne opp for dialog, engasjement og at folk skal svare deg på e-post. Vis hvem du er - og din unike stemme gjennom metaforer, et rikt språk, bilder og dine farger. Skriv i tråd med dine indre verdier; er du vennlig, har du humor eller er du seriøs eller formell? Dette fører både med seg at folk begynner å snakke med deg på e-post, og også at mailer blir synlig i innboksen og ikke i spam.

CALL TO ACTIONS:

I e-postene dine kan du selge i forbindelse med typ workshops eller kampanjer, men ikke hele tiden. Vær tydelig på hva du ønsker at mottakeren skal gjøre, bruk klikkbare setninger flere steder i teksten. Tagg ut fra hvordan folk kommer inn på lista, og segmenter etter hva folk klikker seg inn på slik at du kan skreddersy e-poster og kampanjer til ulike interesser.

SLIK FÅR DU FLERE RELEVANTE FOLK PÅ LISTA DI.

- Samle e-poster når du holder fysiske foredrag eller er på fysiske nettverkstreff.
- Lag opt ins som er spissa og annerledes
- Hold minikurs som du tar deg betalt for (tiny offers).
- Hold gratis workshops, foredrag eller kurs.
- Gjennom flyers og visittkort (qr-koder).

HUSK PÅ GDPR

De som melder seg på lista di må gi samtykke til at du kan bruke, oppbevare og samle inn persondata for et spesifikt formål. Et formål kan for eksempel være at de samtykker til å motta nyhetsbrev fra deg.

OPPGAVER E-POST MARKEDSFØRING:

1. **Spiss deg så mye som mulig:** Hvem er det du skriver til? Hva er det de er opptatt av? Se for deg en ekte eller fiktiv person du skriver til - og hvordan det du skriver om vil røre hjertet til denne personen.
2. **Hvilke type innlegg** vil du fokusere på fremover?
3. Hvilken **tone of voice** har du? Hva er din naturlige stil? Humor, vennlig, varm? Hvordan opplever andre å møte deg? Hva får du stadig tilbakemelding på fra kundene dine?
4. **Sett av tid** i kalenderen hver uke til å skrive e-poster. Ja, du har tid! Bestem deg for hvor mange e-poster du skal sende til lista di nå fremover, og når du skal gjøre dette. Hold avtalen med deg selv. Lek journalist, tenn duftlys, gi deg selv en deadline til å bli ferdig, eksempelvis at du setter klokka på 50 minutter. Husk at e-postene du skriver kan du også bruke utdrag fra i sosiale medier eller som grunnlag for redaksjonell omtale.
5. **Lag innholdsplan for e-post:**

Uke og ukedag, klokkeslett	Idé til innhold	Hva er målet med e-posten?	Hva slags bilder skal brukes?	Lenke/ oppfordring?

6. **Skriv en e-post** og del i gruppafor å få konkrete tilbakemeldinger og løft.
7. **Lag en opt in** som skal få så mange som mulig inn på lista di.