

Splitmagnet Blueprint



Dein besserer Leadmagnet - wie du deine Austragungsrate mit einem Splitmagneten vergessen kannst.

Der Aufbau des Splitmagneten

4 - 7 Emails
guter Content
viel Mehrwert
Aufgaben für den Leser
20% Beispiele zu deiner Expertise

4 - 7 Emails

Dein Leadmagnet, gesplittet sollte mindestens aus 4, maximal aus 7 Emails bestehen. Struktur ist hier wichtig. Du musst genau wissen wovon du in den Mails redest und den Leser leiten. Ich verfasse immer eine Megamail und splitte diese erst später. Sie besteht erst nur aus Content, später kommen dann Aufgaben und Bindungen dazu, sowie Phrasen um Spannung aufzubauen.

guter Content + viel Mehrwert

Dein Leser muss spüren das der Inhalt der Mails für ihn relevant und wichtig ist. Bringt der Content dem Leser nichts, so wird er die nächste Mail gar nicht erst öffnen. Also überlege dir genau, schon ab der ersten Email, was hinein muss.

Frage dich...

- was will der Leser wissen
- was bringt dem Leser etwas
- wie baue ich Spannung auf

Diese Steps verfolge ich immer in meinen Serien, jede E-mail muss positiv auf diese Fragen zu beantworten sein, sonst ist gehört sie überarbeitet. Gib dem Leser Wissen welches er sucht, hilf ihm dabei Fehler oder Probleme zu lösen, baue Spannung auf was ihn noch erwartet.

Aufgaben

Um dich allein schon in deiner Expertise zu beweisen, gib dem Leser ruhig Aufgaben. Etwas, was er tun soll, womit er reagieren muss oder etwas das er umsetzen muss. Dies kann eine Hausaufgabe sein oder eine Handlung im Web. Wichtig ist das er Leser das Gefühl bekommt, etwas wichtiges getan zu haben, was für seinen Erfolg (die Lösung seines Problems) beiträgt.

Beispiele zu deiner Expertise

Ähnlich wie bei meinen Blogartikeln, sollten auch deinen Mails deine Expertise beweisen. In dem Blogartikel zu diesem Blueprint hier, ging es um den Splitmagneten. Ich habe ein Beispiel dazu gebracht, warum dieser für mich so wertvoll ist, welche Erfahrung und Erfolge ich damit machen konnte.

Genau dies sind Beispiele für deine Expertise, diese musst du in den Email dem Leser nahe bringen, damit sein Interesse geweckt bleibt und er dir Vertrauen schenkt. Langfristig wird du diesen Leser auf jeden Fall vom Interessenten zum Kunden machen können, wenn du ehrlich bleibst.