

LŠ 3.ČASŤ

Tvoríme spolu cestu vášho klienta. Čo to znamená?

Poznáme klientove strachy – dáme mu MAGNET – získame jeho e-mail v databáze – pošleme mu e-mailovú sériu po magnet. Takto nejako začína cesta klienta vo vašom biznise. Až potom mu ponúkne svoje služby / kurz / produkt, ktorý na magnet naväzuje.

E-MAILOVÁ SÉRIA PO MAGNETE

Až keď je magnet na svete a e-mail klienta v databáze, konečne prišiel čas na prvú sériu e-mailov.

Zvyčajne sú 3-4 a majú za cieľ udržať si jeho pozornosť a ukázať mu, v čom mu ešte viete pomôcť. Séria týchto e-mailov nie je prioritne predajná, ale aj v nej už môžete predávať:

- **1.e-mail:** klienta uvítame vo svojej databáze, poďakujeme za stiahnutie magnetu a priložíme link, kde ho nájde (za predpokladu, že už si nepamätá, čo si vlastne od nás stiahol 😊)
 - pozn.: Už na konci tohto e-mailu je prelinkovanie na moju službu, naväzujúcu na tento magnet
- **2.e-mail:** opýtame sa ho, ako mu pomohol náš magnet, či porozumel jeho obsahu a v texte môžeme pridať históriu, prečo / ako vznikol tento konkrétny magnet, alebo aké boli vaše začiatky v súvislosti s týmto „problémom“
 - pozn.: na konci tohto e-mailu, tentokrát až v časti P.S., je prelinkovanie na inú moju službu, ktorá môže byť klientovi prospešná a je naväzujúca na tento magnet
- **3.e-mail:** je obsahovo zameraný na jeden – zvyčajne „najhorúcejší“ problém z magnetu a k nemu hneď doplnená pomôcka = riešenie, ktoré sa nachádza aj v magnet, ale ak ho klient ešte neotvoril, teraz je čas nalákať ho a ukázať mu, že mu fakt chceme pomôcť – a že to riešenie v magnet naozaj nájde

- pozn.: priebežne sú v texte vložené prelinkovania cca 2-3 a majú úlohu priviesť klienta na váš web – na náväznú službu / kurz (predaj), na môj príbeh (ukázať, že som expert), na workshopy (viem klientovi pomôcť), na článok na blogu (iné zaujímavosti z oblasti môjho biznisu – udržanie pozornosti, ak ešte nie je rozhodnutý niečo odomňa kúpiť)
- platí také pravidlo, že veľké tlačítko je prelinkované na vašu hlavnú ponuku, prelinkovania schované v texte smerujú na menšiu ponuku
- **4.e-mail:** je obsahovo podobný ako tretí, len vypichneme iný „problém“, ktorý môže zaujať klienta, ale teraz mu povieme, že máme niečo, kde sa o téme dozvie viac - o svojom ďalšom produkte, ktorý na magnet naväzuje – menší vstupný produkt, cenovo v nižšej cenovej hladine.
 - **3. a 4.e-mail:** je na vás, či pošlete oba, alebo len jeden z nich – závisí to aj od toho, akú rozvetvenú biznis ponuku pre klienta máte
- **5.e-mail:** obsahuje text v zmysle: Fakt ste si ešte magnet nepozreli? Nebol čas? Tak poďme rovno na vec, takto vám môžem pomôcť ...
 - pozn.: veľké tlačítko je prelinkované na vašu hlavnú ponuku, prelinkovania schované v texte smerujú na menšiu ponuku
 - v časti P.S. sa odporúča prelinkovanie na obsah, ktorý tvoríte dlhodobo, napr. FB skupinu alebo váš BLOG, kde je dostatok priestoru zaujať klienta na dlhšie;
 - u mňa sú to workshopy v mojej ŠTUDOVNI, ktoré sa cyklicky opakujú; tzn. že aj keď s odstupom času nie sú náväzné na predmet e-mailu (aktuálnej kampane), môj klient tam vždy nejaké workshopy nájde a môže si z nich vybrať

PRÍKLADY Z MÔJHO BIZNISU

Uvidíte vstupnú sériu e-mailov po magnete môjho klienta (poznáte ho z 2. časti Letnej školy e-mailingu), **ktorý rieši vstupnú stránku webu – či jeho texty hovoria rečou jeho kmeňa** (klienta), stiahol si magnet:

check list: (nielen) Textové trapasy vašej Homepage

Link: [link na magnet >>>](#)

Náväzná služba: audit Homepage / [link na službu >>>](#)

Titulok 1.e-mailu: Tu je váš check list zdarma_Vstupná stránka webu a jej textové trapasy

Zdravím vás, eBookári, online podnikavci.

Často robím konzultácie k textom - v eBooku, v článkoch, aj na webe a všimla som si, že na domovskej stránke (Homepage) sa objavujú stále tie isté chyby, ktorými strácate klienta ... a **NEsúvisia len s textom**.

Vstupná stránka vášho webu (Homepage), je bránou k srdcu vašich klientov. Ak sa na nej ocitli, niečím ste ich zaujali - článok alebo možno iný príspevok na FB?

Omrknite tento check list - **8 krát PREČO** klientov strácate už na vstupnej stránke vášho webu.

Nájdete v ňom **najčastejšie trapasy**, ktoré na vstupnej stránke (ako váš fiktívny klient) objavím pri textových konzultáciách alebo [AUDITE Homepage](#).

Overte si, koľko z nich máte na vašom webe vy?

[tadiaľto k check listu ZDARMA](#)

Pridajte sa. Teším sa, čo spolu vytvoríme.

Monika Gahérová, expert na vaše texty

Titulok 2.e-mailu: Už viete, PREČO strácate klientov?

Zdravím vás, eBookári, online podnikavci.

Pred časom ste si stiahli check list: **Vstupná stránka webu a jej textové trapasy.**

Preštudovali se ho? Konečne viete, prečo už na vstupnej stránke strácate klientov? Ak sa vám e-mail niekde zapotrošil, [check list si stiahnite tu >>>](#)

Ktoré z tých 8x PREČO s vami najviac zamávalo?

Ja som mala v začiatkoch môjho podnikania veľké AHA pri bode 2. Faktom je, že keď som pochopila jeho pointu, bolo nad slnko jasné, že ho na webe musím mať.

Predpokladám, že aj na váš web si klienti prišli pre informácie a chcete, aby tam čo najdlhšie zostali.

Moja rada: **rozhodne svoju Homepage skontrolujte!**

P.S.: Aktuálne workshopy, [ako spacificovať textové trapasy Homepage, nájdete v ŠTUDOVNI >>>](#)

Pridajte sa. Teším sa, čo spolu vytvoríme.

Monika Gahérová, expert na texty

Titulok 3.e-mailu: **Viete, kto je na vašom webe najdôležitejší?**

Zdravím vás, eBookári, online podnikavci.

Takmer u všetkých mojich klientov má vstupná stránka webu nejaké textové trapasy. Aj bod 3 býva často skloňovaný pri [auditoch homepage](#).

Žiaľ, veľa online podnikavcov si myslí, že k tomu, aby predali svoje služby alebo produkty, potrebujú hneď na vstupnej stránke webu vysvetliť, kto sú a čo presne robia.

Áno, je to dôležité, ale nie na Homepage!

Na vstupnú stránku patrí len vaša expertná veta.

Neverili by ste, koľko podnikateľov má problém sformulovať o sebe 2-3 vety tak, aby v nich vystihli kto sú a ako dokážu pomôcť klientovi. Stačí si odpovedať na 3 otázky: kto som? ako vám pomôžem? čo klient získa?

Toto je moja expertná veta:

Som EXPERT NA TEXTY.

Mrknem sa aj na tie vaše a poviem vám, či hovoria rečou vášho klienta, a ktoré ingrediencie by som do nich primiešala ja, aby ho chytili za srdce .

Viac o mne si [prečítajte v mojom príbehu >>>](#)

Pravdou je, že aj táto veta sa vyvíja, ako sa vyvíjajú vaše služby a produkty. Nie je to dogma, ktorú si vytvoríte 1.deň vášho podnikania a potom vás sprevádza nasledujúcich x rokov.

Nepoznáte svoju expertnú vetu a vôbec netušíte, ako na to?

Podťe so mnou, vicibríme vašu expertnú vetu, aby na ňu klienti "počuli" a okrem toho [na 8 týždňov sa sústreďíme len na vás a vášho klienta](#). Keď skončíme, budete mať [pripravenú stratégiu, ktorá vám bude naplňovať e-mailovú databázu >>>](#)

[stratégia, ktorá vám bude naplňovať e-mailovú databázu →](#)

Titulok 4.e-mailu: **Vždy ma pri konzultáciách poriadne šokuje ...**

Zdravím vás, eBookári, online podnikavci.

Jedným z najväčších trapasov vstupnej stránky webu je bod 7. Netýka sa priamo textov, ale na 100% sa týka vašich ziskov.

Vždy ma poriadne šokuje, keď pri konzultáciách zistím, že na celej Homepage nenájdem jedinú výzvu k tomu, aby som tam nechala svoj e-mail: žiaden magnet, nijaký formulár na zasielanie noviniek ...

No proste riadne podnikateľské faux-pas!

Predpokladám, že ak na váš web prídu klienti, chcete, aby tam čo najdlhšie zostali. A pretože neviete, koľko sa klienti na vašej Homepage zdržia, je fajn si poistiť, že sa na váš web ešte vrátia.

Moja rada: Dajte im MAGNET!

Zmeňte alebo oprášte vašu starú ponuku, doplňte vaše služby, vymeňte vašu pomoc - riešenie na trampoty klienta - za jeho e-mail.

Nemáte nápad, o čom by váš magnet mohol byť? Nevadí, pomôžem vám nakopnúť vaše nápady!

Predstavte si, že [vaše nápady sa len tak sypú, konečne máte jasno, o čom budú vaše články](#), s ľahkosťou tvoríte digi-produkty...

A presne takto to bude, stačí si len zaželať.

[šup do e-mailového kurzu nakopnúť svoje nápady](#)

P.S.: Aktuálne workshopy, [ako spacificovať textové trapasy Homepage](#)
[nájdete v ŠTUDOVNI >>>](#)

Titulok 5.e-mailu: Kde viazne komunikácia s klientom?

Zdravím vás, eBookári, online podnikavci.

Tak už viete, [prečo na vstupnej stránke strácate klientov?](#)

Nebol čas? Ste z toho vedľa? Neviete ako?

Tak potom ste ako väčšina mojich klientov.

???

Väčšina mojich klientov si po stiahnutí check listu [zvyčajne objedná audit](#), pretože **textové trapasy na vstupnej stránke síce nájdú, ale nevedia, čo s nimi ďalej.**

Takže, ak chcete odhaliť textové trapasy vašej webky alebo iného textu a fakt nemáte chuť ani čas na textové harakiri, nechajte to na mňa.

Som EXPERT NA TEXTY.

Aj tie vaše texty zmením na štýlové pre váš biznis. Poviem vám, či hovoria rečou vášho klienta a primiešam do nich ingrediencie, aby sa stali pre vášho klienta bestsellerom.

[je načas zistiť, kde viazne komunikácia s klientom](#)

Po objednávke budete presmerovaní do kalendára. Vyberte si termín vstupnej 20 min.konzultácie. Na nej si povieme, ktoré texty si prajete skontrolovať čo presne pre vaše texty môžem urobiť.

P.S.: Aktuálne workshopy, [ako spacificovať textové trapasy Homepage nájdete v ŠTUDOVNI >>>](#)

V nasledujúcej tabuľke vidíte **prehľad e-mailov mojej e-mailovej série po stiahnutí magnetu** aj s časovým rozvrhom.

Táto rozosielka je vysoko individuálna a zvyčajne to závisí od pocitu autora: niekto posiela druhý e-mail po týždni a následné e-maily s odstupom 3-4 dní.

Kampaň	Předmět	Odeslat po	Aktivní 
check list zdarma_homepage a jej textové trapasy_1	Tu je váš check list zdarma_Vstupná stránka webu a jej textové trapasy	ihned	✓
kamp_check list zdarma_homepage a jej textové trapasy_1	Už viete, PREČO strácate klientov?	2 dny	✓
kamp_check list zdarma_homepage a jej textové trapasy_2_expertná veta	Viete, kto je na vašom webe najdôležitejší?	3 dny	✓
kamp_check list zdarma_homepage a jej textové trapasy_3_EK nápady	Vždy ma pri konzultáciách poriadne šokuje ...	4 dny	✓
kamp_check list zdarma_homepage a jej textové trapasy_4_konzultácia	Kde viazne komunikácia s klientom?	5 dní	✓

Dôležitú úlohu v tejto e-mailovej sérii hrá aj **predmet = nadpis / slogan**, ktorý klientovi padne do očí v zozname prichádzajúcich správ. Na túto tému hodíme reč v 6.časti Letnej školy e-mailingu.

DOMÁCA ÚLOHA Č.3:

Premyslieť si sériu e-mailov po stiahnutí magnetu

- **1.e-mail:** klienta uvítame vo svojej databáze, poďakujeme za stiahnutie magnetu a priložíme link, kde ho nájde (za predpokladu, že už si nepamätá, čo si vlastne od nás stiahol 😊)
- **2.e-mail:** opýtame sa ho, ako mu pomohol náš magnet, či porozumel jeho obsahu a v texte môžeme pridať históriu, prečo / ako vznikol tento konkrétny magnet, alebo aké boli vaše začiatky v súvislosti s týmto „problémom“
- **3.- 4.e-mail:** je obsahovo zameraný na jeden – zvyčajne „najhorúcejší“ problém z magnetu a k nemu hneď doplnená pomôcka = riešenie, ktoré sa nachádza aj v magnete, ale ak ho klient ešte neotvoril, teraz je čas nalákať ho a ukázať mu, že mu fakt chceme pomôcť – a že to riešenie v magnete naozaj nájde
- **5.e-mail:** obsahuje text v zmysle: Fakt ste si ešte magnet nepozreli? Nebol čas? Tak poďme rovno na vec, takto vám môžem pomôcť ...