



Die erweiterte Nutzung von Klick-Tipp

Das Programm dient zurzeit in der Funktion als Datensammler und automatische Versandabteilung für Emails bereits zwei sehr wichtigen Schritten in unserer Landing-Page und sollte in dieser Funktion auch noch stärker genutzt werden als bisher.

Die Funktionalität der „Tag“ genannten Markierungen in Klick-Tipp ermöglicht es Dir, das System noch umfangreicher zu nutzen als bisher angenommen.

So hast Du beispielsweise eine Verknüpfung mit Affilicon eingerichtet, damit Klick-Tipp automatisch einen Interessenten als Kunden markiert, sobald er das Hauptprodukt gekauft hat.

Darüber hinaus hast Du bereits Follow-Up EMailS eingerichtet, die an alle Interessenten nach einem vordefinierten Ablauf verschickt werden. Damit werden all jene Menschen motiviert, doch noch zu kaufen, die sich bisher nicht entscheiden konnten.

Sind die Interessenten statt dessen bereits als Kunden markiert, steigen sie aus diesem Prozess aus und werden nicht weiter belästigt. Damit erhält jeder Datensatz, der sich in Dein Formular einträgt, nur die Informationen und Emails, die er wirklich benötigt.

In diesem Video beschreiben wir noch zwei weitere interessante Möglichkeiten, Klick-Tipp für Deine Zwecke zu nutzen.

Du kannst Klick-Tipp dazu verwenden, um Deinen Interessenten einen Newsletter zu senden, der auf Sonderaktionen und besondere Rabatte aufmerksam macht.

Auch hier kannst Du zwischen Käufern und Interessenten sauber



trennen, sodass du keine Probleme mit Bestandskunden bekommst.

Alternativ kannst Du Dich direkt an die Käufer wenden und speziell an diese Gruppe aus Deiner Datenbank einen Newsletter senden. Dabei kann es zum Beispiel um Updates gehen, die Du kostenlos mitteilen willst, oder um eine Erweiterung des Produktes, die vom Bestandskunden hinzugekauft werden kann.

Natürlich hast Du aufgrund der Newsletter-Funktion auch die Möglichkeit, ganz gezielt Deine Bestandskunden zu Empfehlungsgebern zu machen.

Dabei richtest Du Dich per Mail direkt an diese Zielgruppe und teilst ihnen mit, dass es für eine Weiterempfehlung eine gewisse Summe pro Verkauf gibt, die sie sich verdienen können.

Die Sortierung der Datenbank nach Tags macht all diese Dinge möglich. Spannend wird es, weil neben manuellen Tags auch eine umfangreiche Anzahl von Tags automatisiert vom System gesetzt.

Dafür müssen nur bestimmte Bedingungen erfüllt sein. So wird ein Interessent markiert, wenn er eine bestimmte Email erhalten hat. Dabei geht es zunächst ausschließlich um den Versand der Email. Öffnet er die Email sogar, wird er dafür mit einem weiteren Tag markiert. Klickt er anschließend innerhalb der Email auf einen der verfügbaren Links, wird gleich noch ein Tag markiert.

Die zweite Möglichkeit, um Klick-Tipp zu nutzen, erschließt sich erst auf den zweiten Blick:

Du kannst Deine gesammelten Kundendaten dazu nutzen, um nach einer bestimmten Zeit ein anderes Produkt anzubieten.

Vielleicht hast Du schon darüber nachgedacht, ein zweites oder



drittes Produkt zu entwickeln und dafür eine eigene Landing-Page zu bauen.

Der Vorteil von Klick-Tipp ist, dass Du die gesammelten Interessenten auch auf das zweite oder dritte Produkt ansetzen kannst, wenn sie den Prozess des ersten Produktes durchlaufen haben.

Dabei spielt es keine Rolle, ob der Interessent zum Käufer wurde oder bis zuletzt nichts gekauft hat. Das in Klick-Tipp gesammelte Wissen kannst Du dazu verwenden, jeden Datensatz im weiteren Verlauf ganz gezielt mit einer anderen Ansprache zu erreichen.

Erfolgreiche Internet-Marketer arbeiten mit 10, 15 oder sogar 20 Produkten die sie alle in Reihe schalten. Nicht alle davon werden von den Marketern selbst entwickelt und produziert.

Zum Teil handelt es sich auch um Affiliate-Partnerschaften, bei denen sie also nicht an der Produktentwicklung beteiligt waren. In diesem Fall verdienen sie ausschließlich Prozente, wenn das Produkt verkauft wird.

Aber auch das kann ein lukrativer Weg sein, wenn sich die Produkte nicht gegenseitig kannibalisieren, sondern ergänzen. Letztendlich wird der Interessent also in ein Labyrinth-artiges System gesteckt, in dem er früher oder später etwas kaufen muss.

Wenn er wirklich ein Problem hat und Du dieses Problem erfolgreich identifiziert hast, wird er bei einem der zur Auswahl stehenden Produkte zuschlagen. Und wenn er sich für mindestens ein Produkt entschieden hat und die Qualität stimmt, ist die Wahrscheinlichkeit sehr hoch, dass er sogar gleich mehrere Produkte kauft und zu einem Premium-Kunden aufsteigt.