

CITIZEN CIRCLE AKADEMIE

IN 5 SCHRITTEN ZU EINEM NEWSLETTER MIT 1000 ABONNENTEN



CITIZEN CIRCLE

IN 5 SCHRITTEN ZU EINEM NEWSLETTER MIT ÜBER 1.000 ABONNENTEN



Hallo,

ich freue mich, dass du dir diesen Report heruntergeladen hast, in dem ich dir zeige, wie du in 5 Schritten zu einem Newsletter mit über 1.000 Abonnenten kommst. (Und ja, du kannst mir glauben, das ist kein Marketing-Blabla. Meine Strategie funktioniert – wenn du sie denn umsetzt 😊).

Vielleicht fragst du dich, wer denn der Typ ist, der dir hier was vom Newsletter-Aufbau erzählen will: Ich bin Jan Doering, Gründer der [Launch Rockstars](#). Ich zeige Menschen, wie sie ihr (digitales) Produkt erfolgreich launchen, sprich auf den Markt bringen. Und der erste Schritt hierbei ist immer der Reichweiten-Aufbau – am besten über den Newsletter. Mit dieser Strategie habe ich mir selbst in meinem ersten Business einen Newsletter mit über 7.000 Abonnenten aufgebaut. Wenn du alle hier genannten Schritte umsetzt, kannst du das auch. Viel Spaß!

WIESO NEWSLETTER-MARKETING IMMER NOCH DER BESTE MARKETINGKANAL ÜBERHAUPT IST

Klick.

Der Algorithmus hat deine Aufmerksamkeit.

Und es macht Spaß.

Klick. Klick. Klick.

Und plötzlich hast du 3 Follower mehr.

Geil.

Oder?!?

Es gibt so viele coole Social-Media-Kanäle: Instagram, Facebook, LinkedIn, Xing, Pinterest und und wie sie alle heißen. Mit IGTV, Reels, Hashtags, Video-Pins und hat die Welt noch nicht gesehen, werden Inhalte schön, unterhaltend, witzig, interessant, schockierend, künstlerisch oder abwechslungsreich verpackt.

Mit dem einen Ziel: Aufmerksamkeit zu generieren und das eigene Produkt an den Mann bzw. die Frau zu bringen. Koste es, was es wolle.

Und das im wahrsten Sinne des Wortes.

Wusstest du aber, dass neben all den modernen Social-Media-Kanälen im verstaubten Hinterstübchen ein nahezu vergessener Schatz verborgen liegt? Bei dem einen oder anderen ist er bereits unter Großmutter's alter Steppdecke verschwunden und Spinnenweben haben sich auch schon darauf abgesetzt.

Wenn du genauer hinsiehst, entdeckst du in bescheidenem Glanz, was dir auf den ersten Blick als altbacken vorkam. Das in Wirklichkeit aber eine wahre Goldgrube ist.

Die Rede ist vom Newsletter.

Nur was hat der Newsletter, was andere nicht haben?!

Und wie soll er dir Glück und Reichtum bringen?

Ich verrate es dir. Gleich.

Vorher noch eine Bitte: Poste das, was ich dir jetzt sage, nicht auf Instagram oder Facebook. Denn das könnte viral gehen.

1. DIE E-MAIL-ADRESSEN GEHÖREN DIR.

Möchtest du die leuchtenden Augen und das schwerelose Gefühl von Dagobert Duck, wenn er vor Freude hoch jauchzend in seinem Geldspeicher baden geht und durch die Berge aus Geld taucht?

Kein Problem.

Wie?

Mit einem Newsletter. Ist doch klar.

Denn alle – und damit meine ich wirklich alle – E-Mail-Adressen gehören dir, wenn sich Leute in deinen Newsletter eintragen. Und niemand kann sie dir wegnehmen.

Damit hast du eine fest installierte Leitung zu deinen Interessenten, Fans und potentiellen Kunden.

Großartig, oder!?

2. DAS COMMITMENT IST HÖHER.

Niemand gibt die eigene E-Mail-Adresse mal eben so her.

Ein Like dagegen ist geradezu unbedeutend.

Hier ein Like, dort ein Like.

Fast schon verschwenderisch werden sie nebenbei verteilt.

Bei einem Newsletter ist das anders.

In einen Newsletter trägt man sich nicht inflationär ein, sondern überlegt sich gut, von wem man regelmäßig Nachrichten ins private, digitale Postfach geschickt bekommen möchte.

In mehr als zehn Newsletter tragen sich nur wenige ein und das ist bereits eine ordentliche Anzahl. Fünf Newsletter sind oftmals das Maximum.

Damit nehmen die Erwartungen der Newsletter-Abonnenten an dich als Ersteller (hoffentlich) wertvoller Inhalte deutlich zu. Und das ist auch gut so. Denn so hast du nur Empfänger, denen die Kommunikation mit dir wichtig ist. Gleichzeitig profitierst du davon, den Kanal mit der höchsten Aufmerksamkeitsrate zu bespielen.

3. DU SCHAFFST PERSÖNLICHEN AUSTAUSCH.

Du hast etwas zu sagen und suchst begeisterte Zuhörer?

Und nicht etwa irgendwelche, sondern interessierte, neugierige, treue und die den Austausch mit dir suchen?

Mit einem Newsletter ziehst du, was das angeht, praktisch einen Sechser im Lotto.

Du kannst darin so viel Persönlichkeit wie du möchtest reinpacken.

Du kannst dich kreativ austoben, vom Design bis hin zum Inhalt. Mit Videos, Bildern oder ganz minimalistisch nur Text. Fühl dich vollkommen frei, deinem Newsletter einen eigenen Stempel aufzudrücken.

Das Entscheidende ist vor allen Dingen, dass du DU bist.

Genau das ist auch der Grund, warum ein Newsletter überhaupt gelesen wird (neben dem Inhalt).

Niemand hat Freude an unpersönlichen, formellen E-Mails. Denn davon bekommen wir alle täglich mehr als genug.

Deine Abonnenten freuen sich, wenn sie einen Newsletter bekommen, der wie an einen Freund geschrieben ist – locker, möglichst persönlich und auf Augenhöhe.

4. DU HAST DIE VOLLE KONTROLLE.

Du hast einen niegelagerten Blogartikel, ein exklusives Produktangebot oder möchtest ein kostenloses eBook unter die Leute bringen?

Das Schöne an einem Newsletter ist, dass du deine Zielgruppe ganz individuell anschreiben kannst, so oft und ausführlich wie du möchtest.

Du hast es in der Hand, ohne dass du an geeignete Hashtags denken oder aufwendige Strategien erarbeiten musst, um den Algorithmus bestmöglichst zu deinen Gunsten nutzen zu können.

Die Wortanzahl ist nicht beschränkt, genauso wenig wie das Format.

Du siehst exakt, wer deinen Newsletter geöffnet hat, wer wo geklickt hat und natürlich auch, welcher Betreff am besten funktioniert. Die Analyse-Tools von Facebook, Instagram und Co. schmieren verglichen damit komplett ab.

Damit sind dir alle Möglichkeiten gegeben, das Ruder in der Hand zu behalten.

5. BEI VERKAUFMAILS BLEIBT DIE REICHWEITE OBEN.

Wusstest du, dass dir der Algorithmus gerade dann die Reichweite abdrehet, wenn es für dich in die entscheidende Verkaufsphase geht?

Das klingt nicht nur fies, sondern ist es auch.

Das ist auch einer der Punkte an Social Media-Marketing, der mir Kopfschmerzen bereitet.

Anstatt dich zu supporten, nachdem du es aufopferungsvoll mit Inhalten speist, stopft sich das Social-Media-Monster nur so voll, ohne auch nur einen Bissen abzugeben.

Der Tisch ist reich gedeckt, doch nur einer isst.
Und das bist nicht du.

Setz dich daher lieber an den Newsletter-Tisch.

Hier wird geteilt. Es herrscht ein Geben und Nehmen.

Du bringst duftende Speisen herein, schenkst Wein ein und versorgst alle bestmöglich, sodass sie sich pudelwohl bei dir fühlen.

Im besten Fall sind deine Gäste von deinem Essen so sehr angetan und lauschen dir aufmerksam, dass sie vollkommen begeistert dein erstes eigenes Kochbuch kaufen, sobald du ihnen davon erzählst. Oder dein E-Book, deinen Online-Kurs oder das physische Produkt, das du schon so lange mal entwickeln wolltest.

Und wenn du alles richtig machst (und hier kommt der Launch-Prozess ins Spiel), stellen sie sich sogar den Wecker, um zum Launch-Zeitpunkt als Erste zuschlagen zu können.

6. DU KREIERST EINEN UNTERNEHMENSWERT.

Wenn ich dir das Folgende sage, wirst du gleich mit offenem Mund und aufgerissenen Augen vor deinem Laptop sitzen.

Als ich das erste Mal davon gehört habe, konnte ich es selbst nicht glauben. Doch meine eigene Erfahrung hat es bewiesen:

Newsletter-Abonnenten sind 10 Mal mehr wert als Follower.

Wie das sein kann?

Das liegt an der Vielzahl von Benefits, die du in den ersten fünf Punkten erfahren hast: Ownership, Commitment, Persönlichkeit, Kontrolle und Reichweite.

Das sind deine Garanten, mit denen du die perfekte Grundlage für einen erfolgreichen Produkt-Launch schaffst. Und damit erschaffst du ganz nebenbei einen Unternehmenswert.

Wenn ich in Unternehmen mit entweder 100.000 Instagram-Followern oder 10.000 Newsletter-Abonnenten investieren müsste – ich würde mich definitiv für das mit den Newsletter-Abonnenten entscheiden.

Als Launch Rockstar zeige ich meinen Kunden, wie sie ihr Produkt erfolgreich launchen und damit auf den Markt bringen. Wie du bereits erfahren hast, ist Newsletter-Marketing dafür essentiell. Der erste Schritt bei der Zusammenarbeit mit meinen Kunden ist deshalb immer, einen eigenen Newsletter aufzusetzen.

Die Frage ist nur:

WIE BAUST DU DIR MÖGLICHST SCHNELL EINEN RICHTIG GENIALEN NEWSLETTER AUF?

HIER KOMMT MEIN BEWÄHRTER UND ERFOLGVERSPRECHENDER 5-SCHRITTE-PLAN:

1. SCHRITT: ERSTELLE EINEN GUT KONVERTIERENDEN LEADMAGNETEN

Niemand trägt sich "einfach so" in deinen Newsletter ein. Wir hatten das ja schon. Denn wer will sich schon durch noch mehr Mails klicken müssen, wo wir praktisch mit Informationen überflutet werden.

Ein Leadmagnet, auch Freebie genannt, schafft da Abhilfe.

Er ist das Geschenk dafür, dass dir jemand seine heilige E-Mail-Adresse überreicht. Und genauso solltest du damit umgehen.

Damit jemand seine E-Mail-Adresse überhaupt mit dir teilt, musst du einen überzeugenden Leadmagneten erstellen.

Nicht nur der Titel sollte anziehend sein, sondern auch der Quick Win, den ein Nutzer damit erfährt. Deshalb sollte dein Leadmagnet auch schnell zu konsumieren und für dich entsprechend unaufwendig zu produzieren sein.

Er symbolisiert quasi die Eintrittspforte zu einer aufregenden Kundenreise.

2. SCHRITT: ERSTELLE EINE LANDINGPAGE FÜR DEN LEADMAGNETEN

Super, du hast die Idee des Leadmagneten verstanden.

Wenn du deinen Leadmagneten fertig produziert hast, brauchst du noch eines: eine Landingpage.

Es ist jene Seite, auf der deine Besucher landen, nachdem sie einen Link angeklickt haben, der sie zu deinem Leadmagneten führt.

Du fragst dich vielleicht, warum es dazu eine extra Landingpage braucht?

Die Anzahl der Menschen, die sich über eine Landingpage eintragen ist deutlich höher als beispielsweise über einen Link in einem Blogbeitrag. Wir sprechen hier vom Faktor 10. Was meine ich damit? Von einem Blogbeitrag aus laden sich vielleicht 1% bis 5% der Besucher deinen Leadmagneten herunter. Auf einer Landingpage ist mit 15 bis 50% der Besucher zu rechnen.

Das klingt nicht nur nach geballter Energie, sondern ist es auch.

Wie sieht nun aber eine gute Landingpage aus?

Eine gute Landingpage ist minimalistisch und aussagekräftig.

Sie kommt ohne Menüleiste aus, ist für das Smartphone optimiert und hat nur wenig Inhalte.

Eine ansprechende Überschrift sowie die Kombination aus Mockup und wenigen Stichpunkten, um den Mehrwert des Leadmagneten zu beschreiben, reichen vollkommen.

Darunter gehört ein Feld, in dem die Nutzer ihre E-Mail-Adresse eingeben können.

Bestenfalls sollte das Gesamtpaket schnell zu erfassen und zu verstehen sein.

Die goldene Regel lautet beim Landingpage-Design lautet daher: Minimalismus ist King.

Abschließend musst du die Landingpage nur noch mit deinem Newsletter-Programm verbinden.

Fertig ist das Ding.

3. SCHRITT: SUCHE DIR DREI SOCIAL-MEDIA-KANÄLE AUS, AUF DENEN DU ORGANISCH REICHWEITE AUFBAUEN MÖCHTEST

Wie kommt der Bauer zur Frau?

Indem er auf Mutters Sofa rumfläzt?
Eher nicht.

Wenn du für dein Produkt eine Landingpage aufsetzt, willst wohl kaum dem Zufall überlassen, dass hoffentlich ein paar wenige Leute dorthin finden.

Wie also lockst du mehr Nutzer auf deine Landingpage?

Ganz einfach: Du musst sie dorthin führen.

Das geht am besten, indem du dir zuallererst eine vernünftige Reichweite aufbaust.

Und da kommt Social Media ins Spiel.
Mit einem Mix aus mehreren Kanälen bist du für deine Mission bestens gewadmet.

Für den Anfang empfehle ich dir, dich auf drei Kanäle zu fokussieren.
Warum drei?

Zwei sind zu wenig.
Falls ein oder zwei Kanal mal nicht mehr so funktionieren wie erhofft, hast du bei drei Kanälen immer noch Reserve.

Ein Hocker braucht schließlich auch mindestens drei Beine, um zu stehen.
Sonst fängts an zu wackeln und am Ende liegt die lieb gewonnene Yuccapalme verwundet und von Splittern umgeben am Boden.

Das willst du bestimmt nicht.

Und damit nichts wackelt und scheppert, entscheide dich besser für drei Lieblingskanäle.

Mehr als drei sind wiederum zu viel und könnten zu massiver Überforderung und Zeitnot führen. (Außer du stellst dir natürlich einen eigenen Social Media Marketer ein).

Pistole auf die Brust. Überlege dir jetzt welche drei Kanäle du für deine Social-Media-Strategie wählen möchtest:

- Blog
- Facebook/ -gruppen
- LinkedIn
- Xing
- Instagram
- Pinterest

- Youtube
- Podcast
- E-Book/ Amazon

	Zielgruppe	Implementierungs-Geschwindigkeit	Lead-Qualität	Vorteil	Nachteil
Blog	Jeder	--	++	Nachhaltig	Dauert lange
Facebook	Jeder ab ca. 30	+++	+/-	Für jedes Thema	Organisch schwierig
LinkedIn	B2B	+++	+	Starke Interaktion	Nur B2B
Xing	B2B	+++	+	B2B in DACH	Nur B2B, altbacken
Instagram	Bis 40/45	+++	+/-	Starke Bindung	Medienbruch schwer
Pinterest	Weiblich, Do-it-yourself	++	+	Schnelles Wachstum, direkte Verlinkung	Zielgruppe eingeschränkt
Youtube	Jeder	+/-	++	Google, Verlinkung	Dauert etwas, Video
Podcast	Jeder	+/-	+++	Sehr starke Bindung	Medienbruch
E-Book/ Amazon	Jeder	---	+++	Bezahlte Leadgenerierung	Schreiben dauert

4. SCHRITT: ÜBERLEGE DIR EINE STRATEGIE, MIT DER DU AUS DEINEN FOLLOWERN NEWSLETTER-ABONNENTEN MACHST

Viele Follower zu haben, bedeutet nicht gleichzeitig, dass sie dir viel bringen.

Das ist ein weit verbreiteter Irrglaube.

Tatsache ist:

Wenn du deine Follower nicht in Newsletter-Abonnenten konvertierst, passiert rein gar nichts. Davon kannst du dir nicht mal einen Kaugummi aus dem Automaten holen.

Aus diesem Grund muss eine Strategie her.

Einfallreichtum und Kreativität sind hierbei gefragt.

Wie eine gewinnbringende Strategie aussehen könnte, dazu ein Beispiel:

Jedem neuen Instagram-Follower schickst du eine persönliche (Sprach-)Nachricht, in der du mit ihm bzw. ihr den Link zu deinem Freebie teilst.

Wenn diese Strategie funktioniert, optimierst und skalierst du sie anschließend.

Das erreichst du, indem du beispielsweise das Anschreiben an eine virtuelle Assistenz auslagerst.

Wenn deine Strategie keine Wirkung zeigt, dreh an den vorhandenen Stellschrauben. Oder probiere gegebenenfalls einen komplett neuen Social-Media-Kanal aus.

Übrigens: In meinem Newsletter-Booster-Kurs ([den du beim Citizen Circle erwerben kannst](#)) zeige ich dir für jeden Kanal eine praxiserprobte Strategie, mit der du deine Follower in wertvolle Newsletter-Abonnenten verwandelst.

5. SCHRITT: SCHALTE ZUSÄTZLICH EINE FACEBOOK-ANZEIGEN-KAMPAGNE

Erstelle eine Kampagne, die du zehn Tage mit zehn Euro Tages-Budget laufen lässt.

Dadurch findest du heraus, wie deine Anzeigen konvertieren.

Wenn du einen niedrigen Preis pro Conversion zahlst, kannst du die Anzeigen einfach weiterlaufen lassen (oder sogar noch weiter skalieren). Denn damit gibst du deinem Newsletter-Wachstum ordentlich Brennmaterial.

Mithilfe der Kombination aus drei Social-Media-Kanälen und einer wirksamen Anzeigenstrategie befindest du dich auf dem garantiert richtigen Pfad.

In kurzer Zeit kannst du so bis zu 1.000 Newsletter-Abonnenten gewinnen.

Ungelogen.

Denn für die Märchenstunde bist du hier an der falschen Stelle.

Bist du jetzt schon heiß darauf, deine ersten 1.000 Newsletter-Abonnenten so schnell wie nur möglich für dich zu gewinnen und alle Schritte in die Praxis umzusetzen?

“Der Newsletter-Booster – Wie du mit der richtigen Strategie deine ersten 1.000 Newsletter-Abonnenten gewinnst“ von der Citizen-Circle-Akademie ebnet dir den steinigen Weg dorthin und zeigt dir alles und viel mehr, was du wissen musst, um erfolgreich deine Newsletter-Liste aufzubauen.

Zum Beispiel?

Im Kurs gehen wir im Detail auf die 5-Schritte-Strategie ein und du erhältst praxiserprobte Taktiken. Darunter: Wie du dir erfolgreich Reichweite auf verschiedenen Social-Media-Kanälen verschaffst und wie du diese in treue Newsletter-Abonnenten konvertierst.

Außerdem wirst du mit zahlreichen Tipps und Tricks zum Newsletter-Versand und vielem mehr ausgestattet.

Neugierig?

[Dann klick hier](#) und sichere dir 10% Rabatt auf den Newsletter-Booster Online-Kurs.

Im schlimmsten Fall kannst du etwas lernen. Im besten Fall ...

Das bleibt vorerst ein Geheimnis.

Aber ein buntes Einhorn, das aus dem heiligen Gral trinkt, kommt schon nah ran.

Ich wünsche dir viel Erfolg beim Aufbau deiner Newsletter-Liste.

Dein Launch Rockstar Jan