

## zehn Tage

7. Überlegen Sie sich eine Newsletter-Routine: Wie oft? Sie können zum Beispiel ungefähr alle sieben Tage einen Newsletter versenden. Bitte nicht immer am gleichen Wochentag! Welcher Schreibstil? Welche Informationen? Verbreiten Sie nur interessante Dinge – Ihr Newsletter soll kein reiner Verkaufsprospekt sein.
8. Legen Sie weitere, spezifische Sequenzen an:
  - für Stammkunden oder Vielkäufer
  - für Prospects, die viele E-Mails lesen, aber bislang noch nichts gekauft haben
  - für Prospects, die sich bereits Produkte angeschaut, aber noch nichts gekauft haben

- für Kunden, die lange nicht mehr gekauft haben

Für weitere Ideen können Sie sich in [Kapitel 18 E-Mail-Marketing](#) inspirieren lassen.

9. Sammeln Sie E-Mail-Leads: Setzen Sie Social-Media-Kampagnen auf, um die Zielgruppe dazu zu bringen, Ihnen ihre E-Mail-Adresse zu hinterlassen.
10. Analysieren Sie Ihre E-Mail-Performance und optimieren Sie Ihr Vorgehen.



## **CHECKLISTE »AMAZON«**

Sie müssen das Potenzial von offenen Marktplätzen wie Amazon nutzen, um idealerweise ein Grundrauschen an

## Verkäufen zu generieren:

1. Legen Sie einen Seller-Central-Account an.
2. Falls Sie eine offiziell registrierte Eigenmarke haben, lassen Sie diese bei Amazon registrieren.
3. Entscheiden Sie, ob der Versand durch Amazon oder Sie selbst erfolgen soll.
4. Legen Sie Produkt-Listings an:
  - Keywords recherchieren
  - Variantendarstellung gut überlegen
  - Texte für den Kunden formulieren
  - Keywords in Texte und Backend einarbeiten
  - Professionelle Bilder hochladen
  - Als Markeninhaber

## »Erweiterte Markeninhalte« anlegen

5. Planen Sie einen strukturierten Produkt-Launch. Starten Sie damit direkt nach dem Setup des Produkts!
  - Erste Verkäufe generieren und an ein paar initiale Kundenbewertungen kommen. Dafür können Sie zum Beispiel Ihren E-Mail-Verteiler nutzen.
  - Sponsored Product Ads starten. In jedem Fall Auto-Kampagnen für jedes unterschiedliche Produkt. Idealerweise auch manuelle Kampagnen für alle Produkte starten – zum Launch mit eher aggressiven Angeboten. Zunächst zählt nur Umsatz, keine Profitabilität!

- Externen Traffic nutzen, um in der Anfangszeit täglich Verkäufe zu erzielen.
6. Setzen Sie einen Brand Store auf.
  7. Starten Sie Sponsored Brand Ads.
  8. Bespielen Sie weitere Länder.
  9. Bauen Sie für weitere Kundenrezensionen einen Review Funnel auf.
  10. Professionalisieren Sie die Sponsored Product Ads und automatisieren Sie sie gegebenenfalls.

■

## **IHRE MASTERCHECKLISTE**

Auf die folgende Mastercheckliste können Sie immer wieder zurückgreifen. Sie soll Ihnen als Vorlage für all Ihre Online-