

Published based on [Email Marketing - Maksimalkan Hasil Anda - Part 2](#)

Email Marketing - Maksimalkan Hasil Anda - Part 2

Di bagian dua (terakhir) ini kita akan melanjutkan pada masalah yang dihadapi hampir semua *email marketer* saat mereka baru mulai berusaha menghasilkan uang dari *list* yang mereka bangun: bagaimana meng-konversi daftar tersebut menjadi konsumen yang mau membayar.

7. Beri Saran yang Bernilai

Pelihara hubungan baik dengan *list* anda dengan memberi mereka saran berkualitas secara berkala. Ini adalah hal paling penting untuk membangun *list* yang sukses dan menguntungkan.

Cara terbaik lainnya untuk berinteraksi dengan *list* anda adalah dengan mengajukan pertanyaan yang terkait dengan topik *list* anda pada email berikutnya. Selalu pastikan bahwa mereka dapat menghubungi anda. Ingat, ini adalah proses dua arah; tujuannya adalah untuk membangun hubungan yang hangat.

8. Tawarkan Gratisan

Anda bisa menjaga hubungan dengan memberi beberapa ebook dan mungkin kursus gratis.

Dengan gratisan ini, anda bisa menawarkan *paid upgrade*. Jika mereka menyukai apa yang anda berikan, mereka akan meng-*upgrade* dengan senang hati.

Pada tahap awal, pertahankan harga serendah mungkin. Dengan menawarkan *upgrade* misal sekitar \$7.00, anda akan mendapat kepercayaan lebih. Hal ini juga sebagai sarana pembuktian anda bahwa anda memiliki *list* yang bersedia mengeluarkan uang.

9. Jangan Lakukan *Cross-Sell*

Satu hal yang sangat penting adalah anda harus tetap menjaga *list* anda pada topiknya. Jangan tergoda untuk menawarkan sesuatu diluar topik *list* (*cross-sell*).

Misal, anda mempunyai *list* yang tertarik pada topik fotografi. Anda juga mungkin punya *list* kedua dimana anggotanya tertarik pada topik *weight loss*. Jangan tergoda menjual produk *weight loss* ke *list* fotografi anda. *List* fotografi harus tetap di-supply email-email tentang fotografi, dan begitu pula *list weight loss* harus dikirim materi yang berkaitan dengan *weight loss*.

Tentu saja tidak ada salahnya untuk sesekali mempromosikan topik lainnya di suatu *list*. Misal, anda bisa mendapat member baru untuk *list weight loss* dari *list* fotografi anda dengan menyebutkan sesuatu tentang *weight loss*. Namun perhatikan cara komunikasi anda. Lakukan ini sesekali saja dan dengan cara bahwa anda sedang berbincang dengan mereka.

Kemudian sebutkan bahwa jika mereka tertarik, mereka bisa *signup* untuk *newsletter* atau ebook *weight loss* anda secara gratis. Buat promosi ini sebagai catatan samping atau NB, bukan bagian utama dari email.

10. Hindari Topik Tentang *Internet Marketing*

Saat anda baru saja mulai dengan *email marketing*, saya sangat sarankan agar anda menghindari topik *internet marketing*. Sering terjadi saat anda membangun *list* kemudian menawarkan sebuah produk dan ternyata anggota *list* anda sudah ditawari produk yang sama dengan yang anda tawarkan oleh 20 orang lainnya.

Agar bisa sukses di segmen *internet marketing*, anda harus memiliki *skill email marketing* yang baik dan akses ke bonus-bonus yang luar biasa. Anda harus dapat menawarkan member *list* anda sesuatu yang tidak bisa ditawarkan *marketer* lainnya. Jadi, hindari segmen *internet marketing* sampai anda bisa mengembangkan komponen-komponen tambahan ini agar dapat sukses berkompetisi.

11. Cari Segmen/*Niche* Yang Anda Kenal

Jauh lebih mudah mengasah *skill* anda di segmen/bidang yang anda kenal baik. Memiliki pengetahuan pada segmen tersebut memungkinkan anda untuk menetapkan posisi anda sebagai *expert* dengan cepat. Dan orang akan cenderung mengikuti saran dan rekomendasi dari seorang ahli, sehingga menjual di *list* tersebut akan lebih mudah.

Jangan pernah coba-coba untuk 'menggertak' *list* anda. Hampir bisa dipastikan akan ada orang di *list* yang tahu lebih banyak!

12. Memulai

Hal pertama yang harus anda lakukan adalah menulis 10 *newsletter*/email atau lebih dengan isi tentang *general advice* dan tips pada topik tertentu. Kemudian tambahkan pesan-pesan tersebut ke *autoresponder* yang anda gunakan.

13. Tetapkan Jadwal, Jaga Agar Mereka Tetap Tertarik

Tentukan berapa sering anda ingin pesan-pesan tersebut akan dikirimkan ke anggota *list* anda dan set *autoresponder* untuk mengirim pesan-pesan ini sesuai jadwal yang anda tetapkan. Saran saya, seminggu sekali adalah frekuensi yang baik untuk memulai. Pada email-email awal ini, berikan bantuan dan saran sebanyak mungkin. Kalau anda membuat member tetap tertarik pada tahap ini, maka mereka akan tetap menjadi anggota *list* anda untuk waktu yang lama.

Sekarang kita loncat pada minggu 10 (pesan ke-10). Anda bisa mulai mengirimkan *newsletter* mingguan yang sudah anda buat sebelumnya. Anda bisa berbicara tentang pengembangan dan penemuan terbaru pada sektor tersebut dan memberi saran yang lebih *up-to-date*.

Pada saat ini juga bisa jadi waktu yang bagus untuk memberi *list* anda penawaran CPA (*cost per action*) yang baik dan terkait dengan topik, idealnya penawaran yang bersifat gratis. Misal, kalau anda memiliki *list* tentang golf, anda bisa mencari tawaran CPA yang bisa memberi member anda bola golf gratis. Beri mereka detail tentang tawaran ini dan cantumkan *affiliate link* anda.

Tawaran CPA gratis seperti ini adalah *win-win solution*. Anggota *list* anda mendapat bola golf gratis, dan anda mendapat *income*. Plus, anda baru saja membuktikan nilai *newsletter* anda kepada para anggota *list*, dan anda berada pada jalur yang tepat dalam mengelola *list* yang *profitable*.

14. Hasil Akhir: Penjualan

Kita telah melihat bahwa dengan menjaga hubungan baik, anda bisa yakin bahwa *list* anda reponsif terhadap penawaran anda saat anda menawarkannya. Ingat, jangan perlakukan *list* anda sebagai target penjualan dan sekedar angka, perlakukan mereka sebagai teman yang butuh bantuan dan saran anda, dan anda dengan senang hati akan memberikannya. Anda lakukan ini, dan anda akan terus menghasilkan penjualan untuk tahun-tahun berikutnya.

Pengalaman pertama kebanyakan *affiliate marketer* tentang *email marketing* adalah saat mereka menjadi *member list* seorang '*marketing guru*'. Mereka mendapat kesan yang salah bahwa *email marketing* adalah tentang mengirimkan tiga atau empat email per minggu, menawarkan setiap produk baru yang muncul.

Semoga, setelah membaca dua artikel ini, anda sekarang tahu bahwa *email marketing* tidak seperti itu. *Email marketing* bagi kita adalah tentang membangun hubungan berdasarkan rasa percaya.

You can also find this article published on [Email Marketing - Maksimalkan Hasil Anda - Part 2](#), and on the

tag pages [Affiliate Marketing](#), [Communication](#), [Cross Sell](#), [Email Marketing](#), [Internet Marketing](#).