

Das Geld steckt im Support!

Kurioses aus der Service-Welt

Die Autorin

Feedback und Leser-Stimmen

Der Kunde ist König

Verkaufen ist gut

Service ist besser

Die Fastfood-Strategie

In den Listen steckt das Geld

Gewinner haben eine Käufer-Liste

Käufer-Listen pflegen

Die Todsünden

Die goldenen Regeln

Welche Software/Script?

Einfach aber gut

Ein Wort zum Schluss

Ressourcen und Surftipps

Copyright und Lizenzbestimmungen

Support-Hinweis

Weitere eBooks



Fragen zum Webprojekt und Angebot von dasgeldstecktimsupport.com richtest Du bitte immer unter Angabe von Vor- und Zunamen an nilisis.com [Support-Portal](http://nilisis.com/Support-Portal).

Kurioses aus der Service-Welt

In der realen Welt, wie in der virtuellen Welt des Internets, werden tagtäglich **neue Dummheiten** und **technische Neuheiten** rund um das Thema „Kunden-Service und User-Support“ eingeführt. Eigentlich sollen ja alle Neuheiten und Maßnahmen dazu dienen, dem Kunden ein noch schöneres Einkaufs- und noch umfassenderes Service-Erlebnis zu verschaffen. Für die Unternehmen und die Betreiber von Online-Businesses wird der Kunden-Service/-Support angeblich kostengünstiger und effektiver. Kurz, für alle Beteiligten eine immer schönere und besser werdende Einkaufs-Erfahrung und rasend schnelle Hilfe für alle Kunden im Fall des Falles...

Okay, aufwachen!! Bis hier hin sind es nur Werbe-Versprechen und kleine Gags, die möglicherweise nur dazu dienen, das eigentliche Angebot (wegen der vielen Dummheiten und technischen Neuheiten) etwas teurer zu verkaufen.

Kennst Du den TV-Werbe-Spot mit der Oma am Marktstand?

„Sagen Sie Äpfel, Orangen oder Bananen...“

„Ich habe Sie nicht verstanden, bitte wiederholen Sie... sagen Sie Äpfel, Orangen oder Bananen...“

Im TV ein echter Brüller, aber hast Du schon mal selbst, nach zig-Versuchen und Wiederholungen, völlig entnervt am Telefon gehangen? Du bist noch nicht einmal über die ersten Eingaben hinweg, der blöde Automat fordert Dich zum xten-mal auf „Wählen Sie 1 für Reklamationen, wählen Sie 2 für ...“, usw.. Wenn Du dann endlich dem Automaten „1, 2, 4“ erfolgreich beigebracht hast, dann gelangst Du in die beliebte Warteschleife „Legen Sie nicht auf... der nächste freie Service-Mitarbeiter wird sich...“. Bis zur freundlichen Band-Ansage hat es lediglich 6 Minuten gedauert und gerade mal 84 Cent gekostet (echtes Schnäppchen, oder?).

Wird man dann endlich dran genommen, stellt sich heraus, dass man im Auswahl-Menü die 5 statt der 4 hätte auswählen müssen. Nein, der Gesprächspartner kann einem nicht weiterhelfen und nein er/sie kann (darf) auch nicht weiterverbinden. Und schon dreht es sich wieder, das Karussell, „Wählen Sie 1 für Reklamationen, wählen Sie 2 für...“. **Autsch!**

Da lobe ich mir doch die gute alte Telefon-Zentrale mit der ewig muffigen „Frau Müller“. Muffig war sie, aber effektiv war sie auch und mehr als so ein nicht funktionierender, Kunden vergraulender Automat kann sie umgerechnet auch nicht gekostet haben. Krank war sie selten und wenn doch, dann gab es immer noch die genauso muffige „Frau Mayer“... Tauschte man mit einer der Damen ein paar Nettigkeiten aus, dann erhielt man auch die Durchwahl-Nummern und die besten Anrufzeiten für die gewünschten Gesprächspartner genannt. Ach ja (großer Seufzer!), die guten alten Zeiten des Kunden-Service.

Ähnliche dumm und geschäftsschädigend sind diese Rabatt-Aktionen für die Neu-Kunden-Gewinnung. Wer sich als Neu-Kunde für den Service X oder Y entscheidet, der bekommt alles zum halben Preis, eine kostenlose Hotline und auch noch eine Tüte Gummi-Bärchen oder eine Baseball-Kappe für die lieben Kleinen. Nein, für Kunden bestehender Vertragsverhältnisse besteht keine Möglichkeit, das verlockende Angebot zu nutzen oder einen bestehenden Vertrag, zumindest teilweise, umzuschreiben und natürlich dürfen Alt-Kunden auch nur über die gebührenpflichtigen Telefonnummern anrufen.

Ich denke, dass die zwei Beispiele aus der realen Welt ausreichen, um deutlich zu machen, wie es um die tatsächliche Service-Bereitschaft und Kunden-Pflege von Unternehmen bestellt ist. Die Unternehmen meinen es natürlich nur gut und wollen zum Wohle der zahlenden Kundschaft alles tun, um guten Service und günstige Preise zu gewährleisten. Wir Kunden sind nur zu doof, um das entsprechend zu würdigen.

Und wie sieht es in der virtuellen Welt des Internets aus?

Natürlich begegnen wir im Internet den virtuellen Kollegen der gebührenpflichtigen Hotlines, der unsinnigen Telefon-Automaten und nicht zu vergessen, den Neukunden-Angeboten. Was die großen Unternehmen erfolgreich in der realen Welt durchgesetzt haben, wird in den betreffenden Internet-Angeboten konsequent fortgeführt.

Und wie ist das mit den kleinen, den ganz normalen Online-Businesses, die jedermann mit der eigenen Homepage und einem einfachen Online-Shop betreiben kann und von denen bereits jetzt einige Millionen ihre virtuellen Ladentüren geöffnet haben?

Die Klassiker:

1. Die angegebene Support-Email „bounces“ (Inbox voll, Email existiert gar nicht, usw.).
2. Der Link für das Support-Ticket produziert einen „Fehler 404“.
3. Der Kunde muss, bevor er eine Anfrage abschicken kann, seine Email-Adresse bei einem Anti-Spam-System registrieren und freischalten lassen.
4. „Bitte geben Sie Ihre Kundennummer an!“ - Oh oh, der Grund, warum man den Support kontaktieren will ist, das überhaupt keine Bestätigungsmail für den Kauf eingetroffen ist. Ohne Bestätigungsmail keine Kundennummer und ohne Kundennummer lässt sich das Kontakt-Formular nicht abschicken (*„Bitte alle mit * gekennzeichneten Felder ausfüllen! Bitte prüfen Sie Ihre Eingaben zu: Kundennummer *“*).

Aber wie immer im Leben und so auch im Internet, es geht auch noch viel, viel nerviger für die Kunden. Das Gegenstück zu den Telefon-Automaten (Du erinnerst Dich „Wählen Sie 1 für...“) sind falsch formatierte und schlecht gekennzeichnete Kontakt-/Support-Formulare.

Erwartungsvoll sitzt man vor dem Rechner, endlich hat man das gewünschte Support-Formular gefunden, der Weg für die Frage oder die Beschwerde ist frei. Oh Mann, was die alles wissen wollen: Name, Anschrift, Wohnort, Telefon, Fax, Handy, Email, Homepage, seit wann Kunde, Kundennummer, Bankverbindung, PayPal-Konto, Betreff, Ihre Nachricht, usw....

Gott sei Dank muss ich nur die mit * gekennzeichneten Felder ausfüllen, also Name, Email, Kundennummer, Betreff und Ihre Nachricht. Auf geht's, das ist schnell gemacht. Alles eingegeben, noch einmal schnell kontrolliert und auf „Absenden“ klicken.

Ooops!! Ich bin noch immer auf der selben Seite und plötzlich stehen neben den Feldern Anschrift, Wohnort, Telefon und Bankverbindung, hübsch in „Feuerwehr-Rot“, auch noch die Sternchen * und ganz oben ein Hinweis „Fehlende Angaben, bitte alle mit * gekennzeichneten Felder ausfüllen“. Oh Mann, na gut, dann mach ich das halt schnell... Moment mal, was ist denn mit meinen vorherigen Eingaben passiert? Alles weg, ich muss alles noch einmal eingeben.

Diesmal bin ich schlau und ich fülle sofort alle Felder aus ... Name, Anschrift, Wohnort, Telefon, Fax, Handy, Email, Homepage, seit wann Kunde, Kundennummer, Bankverbindung, PayPal-Konto, Betreff, Ihre Nachricht, usw.. Natürlich will ich denen gar nicht alle meine Daten geben, warum auch, ich habe nur eine einfache Frage zu dem von mir gekauften Artikel. Also gebe ich bei Telefon, Fax und Handy einfach nur Zahlen ein, das selbe bei Konto-Nummer und Bankleitzahl. Siegesgewiss klicke ich erneut auf „Absenden“.

Ooops!! „Die angegebene Vorwahl ist ungültig, die angegebene Bankleitzahl ist ungültig, bitte korrigieren Sie Ihre Eingaben...“ Ich glaube, ich brauche es gar nicht erst zu erwähnen, das Formular ist erneut zurückgesetzt und ich muss tatsächlich noch einmal alles neu eingeben.

Aber wenn Du glaubst, das ist nervig und abschreckend, wie wäre es denn dann mit Werbe-Layern, die über dem Kontakt-/Support-Formular öffnen. Eigentlich willst Du nur eine Frage vor dem Kauf des eBooks oder der Software stellen und bekommst erst mal so eine Art Peep-Show geboten.

„Irgend ein geiles Vergnügen gefällig, ein bisschen swingen oder vielleicht doch nur einen neuen DSL-Anschluss?“ Richtig klasse ist, wenn sich dann erst noch zig neue Browser-Fenster öffnen und die ganze unerwünschte Werbung im Großformat angezeigt wird. Ebenso unterhaltsam die Effekte, wenn der Betreiber der Webseite sein Billig-Hosting mit Werbe-Layern von anderen Billig-Hostern paart. Dann ruckelt und zuckelt es lediglich im Browser, wenn man aber auf „Layer schließen“ klickt, passiert nichts.

Man starrt weiterhin auf die leicht bekleidete Dame, die einem „geile Vergnügen“ verspricht oder sieht nur den Grinser, der den super-schnellen DSL-Anschluss loswerden möchte. Aktualisieren der Webseite hilft nichts, denn dadurch wird das Billig-Hosting auch nicht besser. Javascript deaktivieren und das Werbe-Layer austricksen? Super Idee! Oh, jetzt wird auch kein Kontakt-Formular mehr angezeigt: „Um alle Funktionen auf dieser Webseite nutzen zu können, müssen Sie Javascript aktivieren. Bitte aktivieren Sie Javascript!“.

Kennst Du die „touring images“, die bei vielen Formularen zum Spam-Schutz eingegeben werden müssen? Echt coole Sache und eigentlich sehr sinnvoll, um die Email-Bots auf Abstand zu halten. Leider taugen die Dinger gar nichts, wenn das Formular auf einer Webseite eingebunden ist, die nur für einen bestimmten Browser-Typ optimiert wurde.

Da sitzt er nun, der passionierte Nutzer des Internet Explorers, füllt alle Felder des Formulars aus (auch die nicht mit * gekennzeichneten Felder – man lernt ja dazu...), erreicht das „touring image“ und da ist gar keins. Lediglich in klitzekleiner Schrift steht da geschrieben: „Bitte geben Sie den Sicherheitscode ein! Wenn Sie den Sicherheitscode nicht lesen können, dann klicken Sie auf *neu generieren*“. Man klickt auf *neu generieren* und nichts, noch ein Klick - nichts, das blöde „touring image“ will einfach nicht anzeigen. Ohne Sicherheitscode kann aber das Formular nicht abgeschickt werden. Es kann lange dauern, bis man von selbst dahinter kommt, dass ein anderer Browser-Typ als der Internet Explorer benutzt werden muss, um auf dieser Webseite ein Kontakt-Formular erfolgreich abzuschicken.

Ach ja, zum Glück gibt es ja noch die „0900-extrem-überteuert“-Hotline für nur 2,99 Euro/Minute.

Übertrieben? Ganz bestimmt nicht und ich bin mir sicher, dass so oder so ähnlich schon jeder Internet-User und Kunde seine eigenen Erfahrungen mit den unterschiedlichsten Webseiten und Angeboten rund um Kunden-Service/-Support gemacht hat.

Kennst Du auch einen „Klassiker“ aus der Kunden-Service-Wüste Internet?

Wenn Du Lust hast, Deine Erfahrungen mit anderen Lesern zu teilen, dann schreib mir über das, was Du erlebt hast. Du erreichst mich über [Nilisis-Support](#) und ich verspreche Dir, Du wirst nicht ins Schwitzen kommen, wenn Du mir eine Nachricht schicken möchtest. Aber immer daran denken, alle mit * gekennzeichneten Felder auszufüllen. ;-)

Die Autorin



Liebe Leser, mein Name ist Nur Sharina Shariff. Ich komme aus dem schönen Singapur und bin mit Leib und Seele bekennende Verkäuferin.

Ich habe in einer der schwierigsten Branchen (High-Fashion und Designer-Mode), mit den wohl schwierigsten Kunden (eitle, reiche Frauen), das Verkaufen, den Umgang mit Menschen und Kunden-Service von der Pike auf gelernt.

Meine große Leidenschaft ist das, vor dem die meisten Menschen – online wie offline – zurückschrecken: der Verkauf! Die Erfahrungen von 20 Jahren – in der realen Welt - im Umgang mit Menschen und dem Verkauf, prägen meine Online-Aktivitäten und die Webprojekte, die ich betreibe und natürlich auch die Webprojekte, die ich für andere Webmaster gestalte und betreue. Meine Hobbys – [Kunst](#) und [Photographie](#) - haben über viele Jahre meine Kreativität entwickelt und mir dabei geholfen, Dinge mit „anderen Augen“ (aus einem anderen Blickwinkel) zu sehen. Eine sehr erfolgreiche Kombination: Verkaufstalent – Kreativität und die Gabe, über den „Tellerrand“

hinaus schauen zu können.

Vor allem aber haben mich meine Aktivitäten bei den verschiedenen Webprojekten in Kontakt mit den unterschiedlichsten Menschen gebracht. Menschen aus 4 Kontinenten, so verschieden in Sprache, Traditionen, kultureller Hintergründe, usw. und doch in einem Punkt sind alle Menschen, auch über 4 Kontinente hinweg, gleich. Der Wunsch nach Respekt und die Erwartungshaltung, ordentlich und zuvorkommend behandelt zu werden, steckt in allen Menschen.

Aus Tausenden von Kunden-Kontakten und vielen unterschiedlichen Anregungen, die ich über die verschiedenen Webprojekte erhielt, ist „**Der Kunde ist König**“ entstanden. Als bekennende und begeisterte Verkäuferin ist für mich ganz selbstverständlich, dass „**Der Kunde König ist**“, *der nicht immer recht hat*, aber immer das Recht hat, gut behandelt zu werden und immer das Recht hat, erstklassigen Service für sein Geld zu erhalten.

Als Profi-Verkäuferin behaupte ich, dass es nichts Schöneres gibt, als Kunden zufriedenen zu stellen und erstklassigen Service und vor allem auch Support zu leisten. Übrigens, ein Hinweis für alle diejenigen, für die sich Kunden-Service und -Support nach zu viel „Arbeit“ anhört: „**Das ganz dicke Geld steckt im Support und im Kunden-Service**“.

Gemeinsam mit Beatrix Rauchegger und Manfred Hangemann betreibe ich [eBook-in-a-Box.com](#) und [Die eBook Geldmaschine.com](#). Neben einigen deutschsprachigen Webprojekten engagiere ich mich auch auf dem englischsprachigen Internet-Markt. Zu den englischen Angeboten gehört unter anderen der [Easy Niche Store](#), [AutoPaySwitch](#) und der [Payment Page Protector](#). Von letzterem wurde auch ein erfolgreiches [deutschsprachiges Webprojekt](#) abgekoppelt. Meine Aktivitäten im englischsprachigen Internet haben mir viele Anregungen und Ideen für weitere deutschsprachige Webprojekte geliefert. Für alle Webprojekte, bei denen ich aktiv mitarbeite, bzw. die ich betreue gilt: „**Der Kunde ist König**“!

Ich wünsche Dir viel Spaß beim Lesen und viel Erfolg!

Nur Sharina Shariff

Feedback und Leser-Stimmen



Liebe Sharina, ich danke Dir dafür, dass ich wieder einmal eines Deiner Webprojekte testen und das eBook vorab lesen durfte!

Das eBook ist der Hammer! Ein kompletter Businessleitfaden für jedermann. So einen leicht umzusetzenden Leitfaden, hab ich bis jetzt im I-Net noch nicht gefunden. Ich bin heilfroh, dass Du mir - bereits vor über einem Jahr - über den Weg/Browser gelaufen bist :-) Alleine wäre ich mit meinem Internetgeschäft noch lange nicht da, wo ich jetzt stehe. Danke!

Das eBook ist verständlich und wie immer witzig und unterhaltsam geschrieben. So macht Lernen Spaß und ich bin schon dabei, das Gelernte in meinen Webprojekten anzuwenden.

Deine Preispolitik hat bestimmt auch einen besonderen Grund. Wäre es mein eBook, dann würde ich es viel teurer verkaufen.

Name: Denis Kramer

Email: contact@templates-und-tools.com

URL: www.templates-und-tools.com



Das Geld steckt im Support - wie wahr, wie wahr...

Dieses Ebook trifft den Nagel genau auf den Kopf!

Jeder, der sich ein wenig im Marketing auskennt, weiß, dass es bis zu 10 Mal teurer ist, einen Neukunden zu gewinnen, als einen Stammkunden zu halten. Meist sind es nur ein paar Kleinigkeiten, die den Unterschied zwischen einem zufriedenen Kunden und einem unzufriedenen Kunden ausmachen.

Die Autorin zeigt auf unterhaltsame Weise, wie einfach es doch eigentlich ist und wie viel Geld regelmäßig verschenkt wird. Zufriedene Kunden sind Wiederholungstäter, sprechen Empfehlungen aus, sind loyaler. Geld, das hier investiert wird, zahlt sich in jedem Fall wieder aus.

Dieses Buch ist eine Pflichtlektüre für alle, die ihr Business langfristig und professionell betreiben wollen. Gerade im Internet ist die Konkurrenz immer nur einen Mausklick entfernt. Die Investition in dieses Ebook wird sich schon mit dem ersten Zusatzverkauf wieder amortisiert haben.

Name: Power-Webbie (Armin Bartsch)

Email: contact@power-webbie.de

URL: www.power-webbie.de

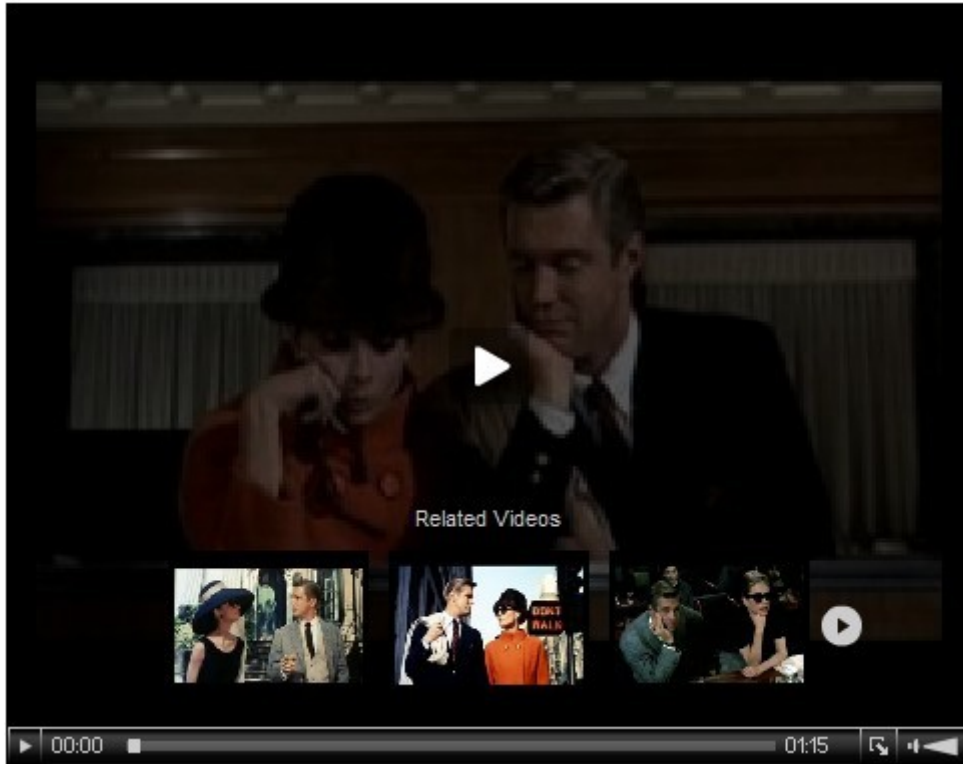


Weitere Feedbacks und Leser-Stimmen auf meinen Webseiten von „[Das Geld steckt im Support!](#)“.

Der Kunde ist König

Ach ja (Seufzer!), die gute alte Zeit!

Die meisten von uns haben es selbst nicht mehr erlebt und kennen es vor allem aus alten Schwarz-Weiß-Filmen oder den richtigen Hollywood-Klassikern, wie „Breakfast at Tiffany's“. Wenn Du keine Vorstellung davon hast, wie „Der Kunde ist König“ *funktioniert*, dann empfehle ich Dir den Film „Breakfast at Tiffany's“ und speziell die Szene, in der Audrey Hepburn und George Peppard bei Tiffany's einkaufen. Eine klassische Szene für „Der Kunde ist König“!



Quelle 1: IMDb The Internet Movie Database - Leider ist das Video nicht in allen Ländern verfügbar!

Da stehst Du inmitten eines Geschäfts, dass unter anderem Schmuck und Juwelen zu Stückpreisen von mehreren Millionen verkauft und Du wirst behandelt wie ein König, obwohl Du nur nach dem Weg, einer Visitenkarte oder einem kleinen, versilberten Bilder-Rahmen fragst. Die Aufmerksamkeit und die Wertschätzung, die Dir als potentieller Kunde entgegengebracht und geschenkt wird, ist einzigartig. Jeder, der das Geschäft betritt, wird gleich behandelt, egal ob Du Millionen aus gibst oder nur mal gucken möchtest.

Im Film „Breakfast at Tiffany's“ kaufen Audrey und George eigentlich nichts, sondern lassen sich lediglich einen Ring, der ursprünglich aus einer Erdnuss-Tüte stammt (materieller Wert = NULL) gravieren. Der Verkäufer bedient die beiden aber so, als ob sie eine Kopie der Kronjuwelen kaufen.

Alles nur Hollywood-Theater oder steckt da mehr dahinter?

Solltest Du irgendwann einmal nach New York kommen oder in irgendeine andere Stadt, in der Tiffany & Co eine Filiale haben, dann empfehle ich Dir einen Besuch. Du wirst mit einem wahrhaftig einmaligen Einkaufs-Erlebnis belohnt. **Lucky me!** Ich war schon mehrfach in New York und dort auch bei Tiffany & Co und glücklicherweise gibt es in Singapore auch Tiffany und ich kann jeden Tag dort vorbeischaun und mich von der gelebten Geschäfts-Philosophie „**Der Kunde ist König**“ aufs Neue inspirieren lassen.

Der Tiffany-Effekt

Es gibt ein Gefühl und Audrey beschreibt es in dem kurzen Video-Clip so: „Ist es nicht großartig? Verstehst Du jetzt, was ich meine, wenn ich sage, hier (bei Tiffany) kann Dir nie etwas Schlechtes widerfahren?“ Das nenne ich den Tiffany-Effekt – sich willkommen, sicher und geborgen fühlen in einem Laden-Geschäft! Wenn Du es schaffst, für Dein Internet-Business das Gefühl und den Flair von „Tiffany“ zu vermitteln, dann wirst Du ein erfolgreiches Internet-Business betreiben und **Dich um Geld nie sorgen müssen**. Der Tiffany-Effekt ist für jedermann (und -frau) erreichbar, denn er basiert schlicht und ergreifend auf einer ganz entscheidenden Einsicht/Erkenntnis:

Der Kunde ist König, weil der Kunde mein Arbeitgeber ist!

Die allermeisten Menschen, die ein eigenes Geschäft (on- oder offline) betreiben, vergessen etwas ganz entscheidendes: Ohne die Kunden kein Geschäft – ohne Geschäft kein Geld – ohne Geld kein Einkommen und ohne Einkommen nicht die Möglichkeit, Rechnungen zu bezahlen, den Kühlschrank zu füllen, die Kinder angemessen großzuziehen, usw....

Die Haltung ist bei den meisten Menschen eher: „Ich bin hier der Boss, ich habe das Sagen und Du Kunde darfst froh sein, dass ich mir die Mühe und Arbeit mache, Dir meine Waren anzubieten...“.

Wer ist der wahre Boss?

Denk mal drüber nach, auch wenn es Dir jetzt in dieser Minute etwas komisch vorkommt. Würdest Du angestellt irgendwo arbeiten, dann würdest Du immer (auch dann, wenn Du nach außen hin den „Cool-Max“ raushängen lässt) darauf achten, Deinem Chef nicht auf die Füße zu treten. Am Ende des Monats ist doch der Chef derjenige, der Deinen Gehalts-Scheck unterschreibt und deshalb muss man sich mit dem Chef immer gut stellen, oder nicht?

Treu nach dem Motto: „Man beißt nicht die Hand, die einen füttert“!

Nehmen wir mal an, Dein Chef betreibt ein Laden-Geschäft und Du bist für den Verkauf angestellt und stehst im täglichen Kunden-Kontakt oder Du arbeitest in der kaufmännischen Abteilung oder Du bist einfach nur der Nachtwächter – egal, suche Dir die Rolle aus, in der Du Dir am besten gefällst. Dein Chef stellt Dir zwar pünktlich zum Monatsende den Gehalts-Scheck aus, aber er würde das nicht tun können, wären da nicht die vielen Kunden, die tagtäglich in das Laden-Geschäft kommen und einkaufen – in anderen Worten, ihr Geld ausgeben.

Dein Chef schreibt den Gehalts-Scheck, die vielen Kunden bezahlen Dein Gehalt!

- „Die muffige alte Dame“, die jede Woche vorbeischaud und immer etwas zu nörgeln hat, weil das „Fräulein“ nie schnell genug zur Stelle ist – sie bezahlt einen Teil Deiner Miete.
- „Der Typ“ mit den bescheuerten „Aufreißern“ aus den 50er Jahren, der nicht müde wird, jedem „Rock“ im Laden nachzuspringen – er bezahlt einen Teil Deiner Handy-Rechnung.
- „Die Zicke“, die jedes zweite Teil mit den Worten „Passt nicht!“ umtauscht, auch dann, wenn das Stück sehr deutliche Gebrauchsspuren aufweist – sie zahlt einen Teil Deines Urlaubs.
- Und die vielen ungezogenen „Rotzlöffel“, die regelmäßig ihre Kaugummis an die Ständer kleben und den Laden verwüsten – sie zahlen einen Teil Deiner Altersversorgung.
- Die ewigen „Schnäppchen-Jäger“ und „Dauer-Feilscher“, für die nichts mehr als einen Euro kosten darf – sie alle bezahlen einen Teil der Weihnachtsgeschenke Deiner Kinder.
- „Der alte Herr“, der immer nur mit dem ...

Die Liste ist noch viel länger...

Verkaufen ist gut

Ohne Verkauf kein Geld! Auch wenn es die meisten Internet-User nicht wahrhaben wollen, dass was den meisten Menschen überhaupt nicht liegt - Verkaufen – ist der einzige Weg, um online wie offline Geld zu verdienen.

Inhalt gekürzt...

Service ist besser

Kaufst Du im Internet ein, dann kann schnell der Eindruck des „Dauer-Karnevals“ entstehen. Werbe-Versprechen und laute Sprüche ohne Ende, aber nur die wenigsten Angebote halten, was sie versprechen und bei vielen Webseiten und Online-Shops hapert es an der Technik und vor allem am Kunden-Service.

Inhalt gekürzt...

Das Internet verzeiht keine Fehler!

Die Fastfood-Strategie

Jeder kennt die Burger-, Pizza- und Hähnchen-Ketten der weltweiten Fastfood-Industrie. Und ganz bestimmt sind jedem Internet-User auch schon einmal die bewährten Verkaufsmethoden der Fastfood-Ketten im Internet begegnet. Bereits seit über 20 Jahren - also lange, bevor es Internet-Angebote gab, wie wir sie heute kennen – wenden Fastfood-Restaurants zwei sehr effektive Verkaufsmethoden/-strategien an:

1. Verkaufsmethode - Upsell

2. Verkaufsmethode – Der Kunde hat recht!

Inhalt gekürzt...

In den Listen steckt das Geld

Ich weiß, der Spruch „In den Listen steckt das Geld“, ist abgedroschen und wird von vielen unsinnigen Internet-Angeboten zum Kunden-Fang benutzt - aber er stimmt nach wie vor. Trotz immer größer werdender „Email-Müdigkeit“ der Internet-User - ohne Mailing-Listen für Newsletter, eKurse, Kostenloses, usw. tut sich jedes Online-Business schwer mit dem Geld verdienen. Die unsortierten Mailing-Listen sind für die allermeisten Internet-Businesses das Fundament, über das gezielt Angebote verbreitet werden und mit dem das „erste Geld“ verdient wird.

Inhalt gekürzt...

Der Spruch „In den Listen steckt das Geld“ hat noch eine andere Bedeutung. In Deinen Mailing-Listen steckt nämlich nicht nur das Geld, welches Du in Zukunft verdienen kannst, sondern auch ein wesentlicher Teil des Geldes, welches Du für allgemeine Marketing-Kampagnen und gezielte Werbung bereits ausgegeben hast. Jeden Eintrag in Deiner Mailing-Liste hast *Du teuer mit Zeit und Geld bezahlen müssen!*

Gewinner haben eine Käuferliste

Mailing-Listen sind gut – Käuferlisten sind besser!

Inhalt gekürzt...

Kunden und Käufer aktiv ansprechen

Inhalt gekürzt...

Käufer-Listen pflegen

Inhalt gekürzt...

Kunden-Service/-Support und Mailing-Listen

Was hat Kunden-Service/-Support mit Deinen Mailing-Listen zu tun?

Inhalt gekürzt...

Kunden-Anfragen

Inhalt gekürzt...

Käufer-Listen

Inhalt gekürzt...

Die Todsünden

Es gilt, viele **Fehler und „Todsünden“** im Kunden-Service/-Support zu vermeiden. An dieser Stelle möchte ich nur die aus meiner Sicht wichtigsten besonders erwähnen und hervorheben. Der Internet-User, der die nachfolgenden **„Todsünden“** (oder Fehler) vermeidet, wird immer (meistens, denn nicht alle Kunden lassen sich zufrieden stellen!) zufriedene Kunden haben und kann sich an seinem erfolgreichen Online-Business erfreuen und Spaß haben.

Wobei, es gibt auch so etwas wie **„Ober-Todsünde“**, von der alle allzu blauäugigen Internet-User betroffen sind, die ihre Online-Businesses von vornherein nicht richtig vorbereiten und planen. Es kann nur der Internet-User überhaupt Kunden-Service/-Support leisten, der auch **Kosten und Zeit** für Kunden-Service/-Support in sein Online-Angebot **mit einkalkuliert hat**.

Zeit ist Geld – Time is money!

Inhalt gekürzt...

Todsünde Nr. 1:

Inhalt gekürzt...

Todsünde Nr. 2:

Inhalt gekürzt...

Todsünde Nr. 3:

Inhalt gekürzt...

Todsünde Nr. 4:

Inhalt gekürzt...

Todsünde Nr. 5:

Inhalt gekürzt...

Todsünde Nr. 6:

Inhalt gekürzt...

Grenzenlos dumm...

Inhalt gekürzt...

Sei kein Narr!

Inhalt gekürzt...

Die goldenen Regeln

In der Ruhe liegt die Kraft und in der guten Vorbereitung und Planung der Erfolg!

Routine ist das A und O und nur wer gut vorbereitet und geübt auf Kunden zugeht, strahlt Sicherheit und Kompetenz aus. Kunden lieben es, wenn sie es nicht mit einem „Deppen“ zu tun haben und das Gefühl bekommen „der/die weiß, wovon die Rede ist – hier bin ich in „guten Händen“.

Eine Support-Ticket oder eine Email mit einer Beschwerde muss als ganz natürlicher Geschäftsvorgang angenommen und verstanden werden. Jede Beschwerde muss als erwünschter und willkommener Kunden-Kontakt angesehen werden. Vor dem Kauf reißen sich alle Betreiber von Online-Businesses sprichwörtlich die Beine aus, um mit potentiellen Kunden zu kommunizieren, es wird viel Geld für Werbung ausgegeben, usw.. Wenn sich also der Kunde nach dem Kauf mit einer Beschwerde oder anderem Anliegen von sich aus meldet, dann sollte man dafür dankbar sein, die Chancen erkennen und nutzen. **Das Geld steckt im Support!**

Regel Nr. 1:

Inhalt gekürzt...

Regel Nr. 2:

Inhalt gekürzt...

Regel Nr. 3:

Inhalt gekürzt...

Regel Nr. 4:

Inhalt gekürzt...

Regel Nr. 5:

Inhalt gekürzt...

Regel Nr. 6:

Inhalt gekürzt...

Regel Nr. 7:

Inhalt gekürzt...

Regel Nr. 8:

Inhalt gekürzt...

Welche Software/Script?

Inhalt gekürzt...

Der „Email-Typ“

Inhalt gekürzt...

Was sind Deine Anforderungen?

Inhalt gekürzt...

Dein Budget

Inhalt gekürzt...

Einfach aber gut

Inhalt gekürzt...

Ein Wort zum Schluss

Inhalt gekürzt...

Ressourcen und Surftipps

Inhalt gekürzt...

Das komplette eBook [für nur 24,99 Euro kaufen!](#)

Copyright und Lizenzbestimmungen

Allgemeine Lizenzbestimmungen für das eBook: „Der Kunde ist König“

- Du darfst das eBook für den persönlichen Gebrauch benutzen, ausdrucken und falls nötig, auch eine Sicherungskopie davon anfertigen. Das Urheberrecht und Copyright aller Inhalte – Texte und Images/Grafiken - liegt, sofern nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, bei Nur Sharina Shariff, Singapore – nilisis.com. Ein Verkauf oder die kostenlose Weitergabe des eBooks im Ganzen oder in Teilen, das Ausgliedern und Abkoppeln, der mit diesem eBook ausgelieferten Inhalte, ist grundsätzlich nicht gestattet.

Allgemeine Lizenzbestimmungen für etwaige Bonus-Downloads und Sonderboni, die mit Deinem eBook ausgeliefert wurden:

- Die zum eBook gehörigen Bonus-Downloads und/oder Sonderboni, ganz gleich ob eBooks, Scripte, Tools, Templates, etc., sind ebenfalls durch Urheberrecht geschützt und dürfen nur im Rahmen der entsprechenden Lizenzbestimmungen benutzt werden. Ein Weiterverkauf, die kostenlose Weitergabe, das Ausgliedern und Abkoppeln, der mit diesem eBook ausgelieferten Downloads ist grundsätzlich nicht gestattet!

Allgemeiner Hinweis: Der Autor hat bei der Erstellung dieses eBooks nach bestem Wissen und Gewissen gehandelt. Trotzdem übernimmt er keinerlei Gewährleistung bezüglich Vollständigkeit, Genauigkeit und Praktikabilität der in diesem eBook vorgestellten Informationen.

Es werden ferner keinerlei Garantien bezüglich der zu erzielenden Gewinne gegeben. Jeder Leser trägt selbst die Verantwortung für die Nutzung und Umsetzung der in diesem eBook vorgestellten Informationen. Eine Haftung für Fehler und daraus resultierende Folgen ist ausgeschlossen. Gleiches gilt für Internetangebote, auf die eventuell per Link verwiesen wird. Alle in diesem eBook genannten Firmennamen und Produktbezeichnungen sind gesetzlich geschützte Marken, bzw. Markennamen der jeweiligen Eigentümer.

Support-Hinweis

Fragen zum eBook und der dazugehörigen Lizenz richtest Du bitte immer unter Angabe der PP-Zahlungsbestätigung/Deiner Bankverbindung an den [Nilisis-Support](#).

Antworten auf Anfragen – Reaktionszeiten

Abhängig von der Tageszeit und dem Wochentag kann es bis zu 12 Stunden dauern, bis Du eine Antwort auf Deine Fragen erhältst. In der Regel werden alle Emails und Support-Tickets innerhalb von 6 Stunden bearbeitet und beantwortet.

Hinweis: Die Reaktionszeiten verkürzen sich erheblich, wenn Du Deine Emails und Support-Tickets mit vollständigen und korrekten Daten versiehst. Name und Email, die z.B. im PayPal-Konto hinterlegt wurden, sind nicht immer gleich mit Deinem *gewöhnlich* benutzen Namen und der bevorzugten Email. Bitte achte darauf, wenn Du Kontakt mit uns aufnimmst! In jedem Fall bist Du aufgefordert, die Transaktions-Nummer(n) und Artikel-Nummer(n) anzugeben - die Du beim Kauf automatisch per Email (z.B. an die PayPal-Email) zusammen mit den Download-Informationen erhalten hast.

Weitere eBooks



„**Die eBook Geldmaschine**“ ist eine sehr umfangreiche Anleitung – für Anfänger und Internet-Profis zugleich – die das erfolgreiche Schreiben und Vermarkten von eBooks vermittelt. Es ist kein Geheimnis, dass mit eBooks im Internet sehr viel Geld verdient wird. Und es ist auch schon lange kein Geheimnis mehr, dass Internet-User mit einem eigenem digitalen Produkt (also keine Reseller, etc.) das meiste Geld verdienen. Was liegt also näher, als Internet-Usern den einfachen Weg zum eigenen digitalen Produkt – einem eigenen eBook – näher zu bringen?

„**Die eBook Geldmaschine**“ besteht aus einem eBook und einer Serie von „Mini-eBooks“ (auch Mini-Reports genannt). Das Angebot unterscheidet zwei Versionen der **eBook Geldmaschine**, die „**Special Edition**“ mit drei „Mini-Ebooks“ und einem Bonus-Report und der „**Club Edition**“ mit insgesamt 8 „Mini-eBooks“ und einem Bonus-Report. Für User der „Club Edition“ stehen über den Login im User-Account weitere wertvolle Anleitungen, Tipps und Informationen zur Verfügung.

Die „**Special Edition**“ umfasst weit über 100 Seiten und die „**Club Edition**“ umfasst weit über 175 Seiten geballtes Wissen rund um die Themen eBooks, eBook-Marketing und Internet-Marketing im Allgemeinen. Viele wertvolle Anleitungen und Information und vor allem viel praxisbezogenes Wissen zum Thema eBook und eBook-Marketing für Deinen Erfolg im Internet.

Mit eBooks zum Erfolg im Internet!

Ein Motto für „**Die eBook Geldmaschine**“ lautet „Erfolg im Internet durch eBooks“ und man könnte auch sagen „*wegen eBooks*“, *weil ich ein eigenes eBook veröffentlicht habe, weil ich die PDF-Strategie beherrsche, weil ich das langlebigste und kostengünstigste Werbemittel benutze, etc....*

Die umsichtigen und erfahrenen Internet-User haben schon lange verstanden, dass ein eigenes eBook oder eine ganze Serie von Mini-eBooks, ein hervorragendes und vor allem kostengünstiges Werbemittel für das eigene Internet-Angebot sind. Dabei ist es ganz gleich, ob ein „*klassisches*“ eBook-Business betrieben wird oder z.B. auch physische Produkte wie Handys, Games, Spielzeuge, usw. angeboten werden. eBooks sind **1a-Content** für Besucher und Suchmaschinen zugleich und, richtig eingesetzt, die reinsten **Besuchermagneten**.

Ich möchte Dir gerne „**Die eBook Geldmaschine**“ und die daraus resultierenden eBooks und die eBook-Serie näher bringen. An dieser Stelle kann ich Dir nur einen kleinen Einblick verschaffen. Viel ausführlichere Informationen über das Webprojekt findest Du auf den Webseiten und der beste Einstieg ist meiner Meinung nach [der Newsletter!](#) Du kannst Dich aber auch ohne den Newsletter ins eBook-Vergnügen stürzen :-)

Ich würde mich freuen, wenn Du Dir die Zeit nimmst und „**Die eBook Geldmaschine**“ genau unter die Lupe nimmst und ich Dich schon ganz bald im Kreise der zufriedenen Leser und User begrüßen darf!



Copyright-Piraten.com ist ein Webprojekt über eine Serie von sehr nützlichen eBooks, die zum Thema „Schutz vor Copyright-Missbrauch“ und „Content-Klau“ angeboten wird. Dazu gehören z.B. auch effektive Wege zur Absicherung von eBooks und wie ein Autor geschickt seine eBooks so gestalten kann, dass selbst die unerlaubte und/oder kostenlose Weitergabe seiner Werke durch Dritte keinen großen Schaden anrichten kann. Im Gegenteil, jeder Autor kann trotz der unerlaubten Weitergabe, selbst von PDF-eBooks, gerade durch die „Verbreitung“ seines Werks auch noch richtig viel Geld verdienen. Wie? Das erklären die eBooks der „**Copyright-Piraten**“. Der aktuelle Titel lautet: [Kampf den Copyright-Piraten](#).

Teil 2. „Die Piraten-Insel“ erscheint im Laufe des Jahres 2009.

„**Webseiten mit Turbo-Effekt**“: Webseiten, die rasend schnell in jedem Browser laden!

Zeit ist Geld und von beidem haben die meisten Menschen heute zu wenig!

„**Webseiten mit Turbo-Effekt**“ - Rasend schnelle und effektive Webseiten selbst erstellen! Das neue eBook von eBook-in-a-Box.com zeigt Dir, wie Du alle Deine normalen HTML- und PHP-Webseiten "tunen" kannst!

Deine Verkaufsangebote, Deine Informationen... alles wird blitzschnell und sauber in jedem Browser dargestellt. **Mit der Technik der Großen** (Google, Dell, Wordpress, Mozilla, Digg, usw.) kommen **die Webseiten der „Kleinen“ ganz groß raus!**

Alles, was Du auf Deinen Webseiten als Content darstellst - allgemeine Informationen und News, Dich selbst, Verkaufsangebote, Kostenloses, Nützliches, Witziges, Deine Hobbies, etc. - **muss** für Deine Besucher schnell zugänglich sein.

Viele Internet-User surfen regelmäßig nur zum Spaß und Zeitvertreib, hätten alle Zeit der Welt, sich ein paar Sekunden zu gedulden, aber in der schnelllebigen Zeit des 21. Jahrhunderts sind die wenigsten Menschen bereit, sich ein paar Sekunden zu gedulden. Alle sind immer nur in Eile und alles, selbst das Aufrufen einer interessanten Webseite, muss schnell, schnell gehen.

Webseiten, die nicht schnell genug im Browser laden, gehören bei interessierten Besuchern und seit neuestem auch bei den Suchmaschinen (*langsam = schlechtes Ranking!*) blitzschnell zu den Verlierern!

Webseiten, die langsam laden, haben keine Chance in der Kommunikation mit dem Besucher. Die Verkaufsbotschaft kommt entweder gar nicht erst an (time out) oder viel zu spät. Dabei ist es **egal, ob Du NUR Dich selbst darstellst** (verkaufst) oder versuchst, ein Produkt an den Mann (oder die Frau) zu bringen.