

## Mailsequence: er is hulp (mail 2 tot en met 5)

### Mail 2

<i>Onderwerpregel</i>	
Je behaalt resultaat	
<i>Tekst</i>	
Wat verleidt beter? <ol style="list-style-type: none"><li>1. Je ontdekt hoe je moet schrijven</li><li>2. Je ontdekt hoe je moet schrijven zodat mensen bij je gaan kopen</li></ol>	
Nummer 2 (duh). Maar wat is het verschil?	
Bij nummer 1 wordt beschreven wat er gaat gebeuren (het proces). Bij nummer 2 gaat het over het resultaat dat je als lezer behaalt.	
Je lezer is niet geïnteresseerd in het proces, wel in het resultaat.	
Hoe je van processen en producteigenschappen voordelen voor je lezer kunt maken, daarover gaat de <a href="#">tweede les</a> van de Turbo Training Copywriting.	
Ga er meteen mee aan de slag.	
Succes met schrijven. En met toepassen.	
groet, Peter	
PS. Je vindt de tweede les <a href="#">hier</a> .	
PPS. Morgen: hoe hard moet je schreeuwen in je teksten?	

*Duh is zo'n woordje waarmee je je lezer laat zien dat je gewoon een mens bent. Ik neem vaak dat soort woorden in mijn teksten op.*

*Kort uitleggen hoe het zit (= hoe interessant dit is).*

*Simpele Call To Action*

*De PPS: typisch voorbeeld van Open Eindjes-techniek.*

## Mail 3

### *Onderwerpregel*

Hoe hard schreeuwen jouw teksten?

### *Tekst*

Je denkt dat niemand je hoort.  
Daarom ga je schreeuwen.  
Eerst gewoon hard, al snel nog veel harder.

En nog steeds is er niemand die je hoort.

Als je teksten hard schreeuwen, heb je meestal niet de juiste woorden gebruikt. Geen woorden die verleiden, geen woorden die krachtig en helder zijn.

In plaats daarvan grijp je naar een ander middel... FOUT

Hoe dat zit leer je in [de derde les](#) van de Turbo Training Copywriting

Be Good.

Peter

PS. Morgen de grote blunder in veel verkooppagina's waardoor de meeste ondernemers omzet mislopen. Vraagje: maak jij hem?

*In vier zinnen geschetst wat het probleem nou eigenlijk is, zonder er te diep op in te gaan.*

*In dit stukje zit een stukje van de oplossing en het resultaat.*

*Wat zou dat dan zijn? Doe ik dat ook...? Snel kijken.*

*De PS: nog zo'n intrigerende vraag waar de echt geïnteresseerde lezer nu al over gaat nadenken: "wat zal die fout dan zijn?"*

## Mail 4

Onderwerpregel
Maakt jouw verkooppagina deze fout?

  

Tekst
<p>Hoi &lt;NAAM&gt;, Verkooppagina's zijn ondingen. Lange lappen tekst. Veel werk om te schrijven. En er gebeurt niets. ...misverstand...</p> <p>Matthias Moens had ook dat probleem. Met <a href="#">ipadleren.be</a> helpt hij (vooral oudere) mensen hun ipad gebruiken. Zo blijven ze in contact met hun (klein)kinderen. En met de wereld om hen heen.</p> <p>Mooi product. Weinig klanten. Minimale omzet. Want zijn verkooppagina werkte niet goed.</p> <p>Nu wel. Nu behaalt hij bijna 7,51% conversie: <b>van elke 1000 bezoekers kopen er 75 zijn product</b>. Matthias zet nog maar af en toe de verkooppagina open. Anders wordt het te druk, vanuit zijn nieuwe vaderland Mexico.</p> <p>Waarom werkt het nu wel? Omdat een verkooppagina heel nauw luistert. Het is precisiewerk. En er wordt vaak iets essentieels over het hoofd gezien.</p> <p><a href="#">Wat dat is? Bekijk les 4 van de Turbo Training Copywriting.</a></p> <p>groet, Peter</p>

*Ik leg niet de fout uit. Wel dat er met verkooppagina's een probleem is waardoor ze niet goed werken. Ik vertel niet wat het is, want ik wil dat mensen de Turbo Training gaan doen.*

*Dit is het resultaat dat Matthias behaalde. Veel ondernemers dromen hiervan (=vrijheid)*

*Je ziet: ik blijf het niet verklappen. Mensen moeten echt de les doen.*

PS. Matthias is een van de ondernemers die ik help met copywriting. Hij haalt veel waarde uit de krachtige community van 'Winnen met Woorden', exclusief voor cursisten.

PPS. Morgen de laatste les uit deze Turbo Training. Dan leer je over smakelijke teksten...

*Deze PS is de inleiding naar de verkoop die over een paar dagen begint. Ik laat alvast zien dat er een training copywriting is...*

*En de Open Eindjes-techniek...*

## Mail 5

<i>Onderwerpregel</i>
Hoe je je teksten lekker maakt...
<i>Tekst</i>
<p>Hoi &lt;NAAM&gt;, Schrijven is net koken. Vandaag laat ik je zien hoe je teksten smakelijk kruidt —dat vindt je lezer lekker. Als je dit middel precies voldoende gebruikt, kan je lezer zich er van alles bij voorstellen. Je komt dan al aardig uit bij beeldend schrijven. <a href="#">Meteen aan de slag met de laatste les van de gratis Turbo Training Copywriting</a> Succes. Peter PS. Hou je woorden eenvoudig. Dat is ook de truc met koken. PPS. Dit was de laatste les. Over een paar dagen heb ik nog een voor je: verkopen op de automatische piloot (hou je mailbox in de gaten).</p>

*Niet zo moeilijk dus...*

*Het is echt niet zo moeilijk en er zit een duidelijk resultaat in: Je lezer kan zich er van alles bij voorstellen.*

*Dit is nog een waardevolle extra tip (weetje: Winston Churchill zei 'Short words are best'.)*

*En weer de Open Eindjes-techniek, nu met de mededeling dat er nog een extra verrassing aankomt.*