

RAHSIA EMEL MARKETING



Edmund Loh

Hak Cipta Terpelihara © Edmund Loh

Tidak dibenarkan mengeluarkan mana-mana bahagian artikel, ilustrasi dan isi kandungan ebook ini dalam apa jua bentuk dan dengan apa jua cara sama ada secara elektronik, fotokopi, mekanik, rakaman atau cara lain sebelum mendapat izin daripada pihak penulis.

Kebanyakan gambar digunakan adalah sekadar hiasan tiada kena mengena dengan artikel atau individu itu sendiri.

Diterbitkan oleh Musemancer SDN BHD (865621-T)

Website: www.InternetMarketingMalaysia.com

FB Page: <https://www.facebook.com/mobilewealthworkshop/>

KANDUNGAN

| | |
|---|----|
| 5,000 E-mel Promo dan 100,000,000 Hebahan Kemudian | 5 |
| 9 Juta Sebab Anda Harus Buat E-mel Marketing | 8 |
| Mengapa Ramai Pemasar E-Mel Gagal (Dan Bagaimana Anda Boleh Hindari Kesilapan Ini) | 12 |
| Formula E-Mel Marketing Power | 22 |
| Formula Siri 5 E-Mel Untuk Prospek | 23 |
| Prinsip Menulis E-Mel Untuk Marketing | 35 |
| Siri 3 E-Mel Untuk Pelanggan | 40 |
| Formula Broadcast E-Mel | 46 |
| Bagaimana Nak Terus Dapatkan Idea Untuk E-Mel | 47 |
| Pengenalan Kepada Autoresponder Untuk Newbie | 54 |
| Apa Itu Autoresponder (AR) Dan Apakah Fungsinya? | 54 |
| 2 Jenis Hebahan E-Mel | 56 |
| Autoresponder Mana Yang Patut Saya Gunakan? | 60 |
| Buka Akaun Dengan Aweber PERCUMA | 60 |
| Bagaimana Setup Aweber (Langkah Demi Langkah) | 62 |
| Langkah 1: Setup E-mail List | 63 |
| Langkah 2: Ciptakan Opt-In Form | 73 |
| Langkah 3: Embed Kod Ke Dalam Landing Page | 79 |
| Langkah 4: Add Subscriber Secara Manual | 79 |
| Bagaimana Nak Setup Kempen E-Mel Dalam Aweber | 85 |
| Bagaimana Nak Setup Kempen E-Mel Follow-Up | 85 |
| Bagaimana Nak Buat Broadcast (Hebahan) | 95 |

RAHSIA EMEL MARKETING

| | |
|---|-----|
| Pemasaran E-Mel: Growth Hacking | 101 |
| Soalan Lazim | 106 |
| Menuju Pembinaan Bisnes Online 5-6 Angka Sebulan Dengan E-mel | 112 |
| Bio Pengarang: Edmund Loh | 114 |

5,000 E-mel Promo dan 100,000,000 Hebahan Kemudian

Terima kasih dan tahniah kerana memilih untuk mendapatkan panduan pemasaran e-mel saya!

Pada masa panduan ini dikarang, saya telah menulis lebih daripada 5,000 e-mel promo dan membuat hebahan melebihi 100,000,000 e-mel sepanjang kerjaya Internet saya. Saya juga telah berjaya menjana jualan dalam lingkungan 7 angka hasil daripada kempen pemasaran e-mel.

Oleh itu, jangan menilai panduan ini daripada bilangan mukasurat tapi kemahiran yang bakal anda kuasai.

Nama saya Edmund Loh dan saya akan kongsi pengalaman dan teknik yang saya gunakan sejak tahun 2005 untuk membina bisnes Internet saya melalui e-mel, dan bagaimana anda boleh roketkan jualan, tingkatkan closing - semua melalui e-mel.

Sedikit sebanyak yang akan saya liputi dalam panduan ini:

- Rahsia E-mel Marketing: bagaimana benar-benar menggunakan e-mel untuk roketkan jualan, tingkatkan closing dan bina hubungan padu dengan prospek, subscriber dan pelanggan
- Tujuan sebenar E-mel Marketing dan mengapa ramai peniaga buat kesilapan ini (supaya anda jangan ulangi!)

RAHSIA EMEL MARKETING

- Formula E-mel Marketing: saya kongsi 4 formula asas tapi power yang anda boleh pakai
- Bagaimana menulis e-mel yang akan dibuka dan dapatkan klik (tingkatkan open rate, click rate)
- Bagaimana mendapat ilham dan idea dan tulis e-mel dalam masa beberapa minit sahaja
- Langkah-demi-langkah bagaimana dapatkan autoresponder dan setup untuk bina database e-mel sendiri walaupun anda bukan orang teknikal
- Siri e-mel 5 bahagian saya untuk bina kredibiliti, tawan hati pelanggan iaitu 'click to customer'
- Berapa kerap patutkah anda hantar e-mel, dan masa / hari paling best
- Bagaimana proses ini boleh di-otomatikkan atau dijadualkan terlebih dahulu (ini hampir mencapai status 'passive income'!)
- Dan banyak lagi...

Saya harap anda excited macam saya juga, dan kalau anda sangsi samada saya ini sekadar jual air liur atau benar-benar dapat results, saya tepek screenshot terkini:

RAHSIA EMEL MARKETING

| | |
|-----------------------|--|
| service@paypal.com.. | Minh [redacted] just sent you \$37.00 USD with PayPal. - [redacted] |
| Living .. Andre 10 | Notification of Payment Received - Sep 27, 2020 08:47:37 SST Tran |
| service@paypal.com.. | Kevin [redacted] just sent you \$19.95 USD with PayPal. |
| service@paypal.com.. | Nimzo [redacted] just sent you \$37.00 USD with PayPal |
| service@paypal.com.. | Nimzo [redacted] just sent you \$8.50 USD with PayPal. |
| David .. That's 37 | Notification of Payment Received - Sep 23, 2020 20:39:28 SST Tran |
| service@paypal.com.. | WIT [redacted] just sent you \$27.00 USD with PayPal. |
| service@paypal.com.. | Amad: [redacted] just sent you \$49.00 USD with PayPal. |
| service@paypal.com | TODAY'S SELLER SNAPSHOT SEE DETAILED STATS |
| service@paypal.com | CLICKS: 1,178 GROSS REVENUE: \$2,503.50 PAID TO AFFILIATES: \$1,378.84 |
| service@paypal.com | VISITORS: 878 |
| service@paypal.com | SALES: 98 |
| Arthur .. Red, VSE 10 | YOUR DAILY PROFIT: \$1,124.66 |
| | TODAY'S AFFILIATE SNAPSHOT SEE DETAILED STATS |
| | CLICKS: 2 GROSS REVENUE: \$1,100.00 |
| | VISITORS: 6 |
| | SALES: 1 |
| | YOUR EARNINGS: \$550.00 |
| service@paypal.com.. | Karen [redacted] just sent you \$17.00 USD with PayPal. |
| service@paypal.com.. | Karen [redacted] just sent you \$37.00 USD with PayPal. |
| service@paypal.com.. | Karen [redacted] just sent you \$8.60 USD with PayPal. - |
| service@paypal.com.. | Karen [redacted] just sent you \$19.96 USD with PayPal. |

Ini hasil dari hebahan e-mel promo ke mailing list saya. Ini cuma satu kempen; saya pernah jana hasil lebih dan kurang daripada ini.

Dan saya juga ingin ambil kesempatan ini untuk 'set expectations': ini tidak bermaksud anda jamin akan dapat hasil yang sama. Mungkin anda jana lebih atau kurang. Terpulang kepada jenis perniagaan anda, harga produk anda, bagaimana anda laksanakan kempen dan strategi pemasaran e-mel masing-masing.

Tapi apa yang saya boleh jamin dengan yakin: selagi anda tambahkan komponen pemasaran e-mel ke bisnes anda, lebih besar kebarangkalian anda akan dapatkan sales yang laju dan paling kurang pun dapat selamatkan sales. Nak buat e-mel marketing bukannya rumit. Janji anda baca panduan ini sekarang, implement pun hari ini juga, k?

Baik, kita mulakan sekarang.

9 Juta Sebab Anda Harus Buat E-mel Marketing

Dalam jangka masa 5 tahun ini, perniagaan Internet saya telah menjana hasil jualan RM 9 juta. Dan sepanjang perniagaan saya sejak tahun 2005, saya telah mencecah 8 angka RM keseluruhan (gross revenue).

Entah anda ini kagum ke tidak, bagi saya ini satu pencapaian yang sederhana jika dibandingkan dengan perniagaan-perniagaan lain yang lebih besar dan menjana sales dalam lingkungan berpuluhan dan beratus jutaan ringgit mahupun USD.

Dan betul juga, bukan semua sales saya adalah hasil dari e-mel; sejak tahun 2017 saya lebih tekankan kepentingan media sosial. Tapi tidak boleh dinafikan, e-mel memainkan peranan utama dan penting dalam strategi pemasaran saya sejak dulu. Saya menggunakan pemasaran e-mel dalam tahun pertama saya mulakan bisnes Internet. Sehingga kini, saya masih pengguna tegar e-mel.

Mengapa saya terus menggunakan e-mel untuk pemasaran sehingga sekarang?

1. E-Mel Masih Saluran Jualan No. 1 Secara Online

Menurut GetResponse, "E-mail Marketing is still the leading sales channel online". [sumber: <https://www.getresponse.com/blog/email-best-marketing-channel>]

Walaupun Internet nampaknya didominasi dengan media sosial, e-mel masih penting kerana ianya benda paling asas yang diperlukan untuk

mendaftar mana-mana akaun secara talian. Juga, e-mel biasanya dibuka dan dibaca terlebih dahulu pada permulaan hari bagi kebanyakan orang serata dunia!

2. Bina Hubungan Profesional

Biasanya ramai orang tak beli pada awalnya ada banyak sebab seperti kurang percaya, rasa tak perlu, tak begitu minat sekarang, tak mampu bayar, dan lain-lain...

Dengan e-mel, anda boleh ambil peluang ini untuk share lebih tentang anda, produk anda, testimonial, cerita dan latar belakang, dan sebagainya. Yang best sekali, dengan e-mel marketing anda boleh setup kempen ini untuk jalan secara otomatis! (saya akan cover ini dengan lebih lanjut dalam panduan ini...)

3. Boleh Follow-Up Dengan Prospek (Juga Secara Otomatik)

Andaikan anda mencapai conversion rate jualan 4%. Ini bermaksud baki 96% leads itu kehilangan kerana tak sempat nak touch base.

Sekarang dengan e-mel marketing, anda masih boleh follow-up dengan mereka dan tingkatkan conversion rate. Kalaupun anda berjaya dapat 2 lagi pelanggan, ini bermaksud ada peningkatan 50% dalam hasil jualan!

4. Jual Lebih Banyak Produk Atau Dapatkan Lebih Banyak Klien

Inilah cara online marketer dan bisnes menjana jualan pada bila-bila masa sebab mereka boleh hantar e-mel kepada list database mereka pada bila-bila masa!

5. Anda Dapat Mengawal Dan Memiliki Database Sendiri

Sedar ke tidak, kita sebenarnya tak memiliki akaun media sosial kita di Facebook, Instagram, dsb. ini semua dimiliki syarikat berkenaan dan mereka berhak suspend akaun bila-bila masa.

Lagipun, kita tak ada details Fans dan followers seperti emel dan no telefon mereka, melainkan kita minta dari mereka. Satu lagi sebab kenapa anda perlu buat e-mel marketing kalau belum buat lagi!

6. E-Mel Marketing Mudah Dikendalikan Dan Kos Amat Rendah!

Nak bincang kos, cuma yuran autoresponder tiap-tiap bulan yang biasanya USD20 atau RM80+ untuk permulaan (upgrade nanti bila database lebih besar)

Bagi yang tak tahu, autoresponder itu satu software untuk simpan database dan ada fitur untuk buat hebahan e-mel. Dengan kos ciput ini, cuma dapat 1 pelanggan dah boleh cover!

Peluang Keemasan

Kalau anda seorang peniaga, marketer, ejen, affiliate, jurujual, coach, consultant, atau jurulatih...

Anda menjual produk atau perkhidmatan...

Anda tengah kejar leads atau sudah ada senarai database pelanggan / prospek...

Anda berpeluang untuk meroket hasil jualan anda sehingga berlipat ganda dengan pemasaran e-mel!

Setup tidak rumit, dan memandangkan ramai lagi bisnes di Malaysia kurang menggunakan e-mel (dengan betul) tak hairan jika anda boleh jadi market leader atau hentam pesaing kaw kaw dengan hanya menambahkan komponen ini kepada strategi pemasaran anda!

Saya juga akan cover ini dengan lebih terperinci nanti dalam panduan ini, termasuk bagaimana nak daftar dan buat setup.

Mengapa Ramai Pemasar E-Mel Gagal (Dan Bagaimana Anda Boleh Hindari Kesilapan Ini)

Pada peringkat awal kerjaya Internet Marketing saya, saya telah bersusah payah untuk kumpul subscriber e-mel seramai... 12 orang sahaja. (Tak silap saya, ada lebih ramai orang hadir upacara pengebumian nenek saya, hmmm...)

Ketika itu, saya selalu pergi ke forum Internet Marketing utama di Internet iaitu Warrior Forum. Di sinilah berkumpul sifu-sifu Internet yang beri nasihat dan petunjuk, dan lahir juga ramai usahawan Internet yang berjaya hari ini. Namun begitu, forum ini tidak begitu aktif macam dulu disebabkan oleh arus perubahan terutamanya media sosial dan bilangan platform yang lebih daripada dulu.

Berbalik kepada cerita saya...

Saya selalu dengar mantra, "**the money is in the list.**"

Maksudnya kalau anda nak bina bisnes Internet, kena bina mailing list (senarai e-mel) dan hantar e-mel kepada mereka. Mantra ini masih relevan hari ini.

Akan tetapi, bila saiz list hanya 12 orang subscriber, dan saya sendiri seorang newbie, saya tidak yakin nak 'hard sell' kepada mereka. Sebaliknya, saya beranggapan bahawa saya patut hantarkan e-mel yang mengandungi tips dan offer percuma, nak e-mel pun sekali seminggu dah cukup kerana kalau selalu hantar akan dianggap sebagai mengganggu. Tunggu nanti baru buat promosi.

Mungkin cara ini terlintas fikiran anda juga. Pendekatan ini macam betul dan masuk akal, kan?

... SALAH!

Waima saya hantar sekali seminggu, e-mel semuanya tips, artikel dan free gift, masih ada seorang subscriber unsubscribe dari list saya!

Malam itu saya susah nak tidur, menanya diri samada saya ada tersilap tulis/kata dalam usaha pendekatan saya terhadap mailing list saya ini. Haha, itulah sebahagian perjalanan seorang newbie nak jadi sifu dalam marketing...

Mengapa saya kongsi cerita ni? Kerana walaupun sekarang Internet Marketing dah lebih maju berbanding dengan masa saya mula pada tahun 2005, masih ada ramai peniaga dan marketer yang mempunyai pelbagai persepsi salah mengenai pemasaran e-mel.

"Saya patut hantar e-mel mengenai tips, artikel, blog post, hadiah percuma..."

"Saya kena tunggu satu, dua minggu baru buat promosi..."

"Saya hantar e-mel sekali seminggu atau sekali sebulan dah cukup, kalau kerap sikit nanti dianggap menjengkelkan..."

Salah. Salah. Salah.

Tujuan Anda Buat E-Mel Marketing Adalah Untuk Make Money. Itu Saja.

Tiada tujuan lain.

Mailing list bukan untuk hiburan subscriber anda.

Mailing list bukan untuk bagi free content semata-mata.

Anda buat tawaran. Anda jana wang. Rinse and repeat. Itu saja.

"Huh? Tapi bukankah cara itu hard sell sangat? Nanti subscriber pun muak juga, kan?"

Fuuu... banyak betul limiting belief ini. Sekarang dah tahulah mengapa saya karangkan panduan ini. Tak apa, biar saya bantu. :)

Cuba pertimbangkan senario-senario yang berikut...

😞 Kalau anda selalu bagi free stuff (benda percuma) macam mana anda nak jana wang nanti??

🤔 Dan kalau anda asyik beri free stuff, bukankan anda hanya melatih subscriber supaya terus expect free stuff sahaja? Mutu mailing list akan kelaut, nak buat promotion nanti pun susah juga nak set balik expectation. "Anything that is given for free is not appreciated."

🕒 Jika anda hantar e-mel sekali sebulan, sekali seminggu sahaja... saya jamin subscriber anda akan lupa anda atau takkan layan anda dengan serius.

📧 Pada masa yang sama, subscriber anda mungkin juga subscribe kepada mailing list pesaing anda. Jadi dia berada di mailing list anda DAN juga pesaing anda. Dan jika pesaing anda lebih kerap hantar e-mel, siapa subscriber akan ingat? Anda atau pesaing anda? Anda sudah tahu jawapannya. Ini seolah-olah "leaving money on the table" untuk pesaing anda.

Jadi apa kesimpulan kita boleh buat?

💰 Jangan manjakan subscriber anda dengan free stuff - sekali boleh (masa mereka opt in), tapi jangan jadi tabiat. Itu bukan tujuan asal mereka subscribe.

💰💰 Semua mesej e-mel anda harus berpandukan tawaran dan promo (saya cover sekejap lagi...)

💰💰💰 Hantar e-mel biar sekerap mungkin. Tiada jawapan betul, tapi kalau nak objektif sikit, saya sarankan hampir tiap-tiap hari. Soal mana nak dapat idea dan ilham itu letak tepi dulu, ini masalah kecil yang saya dah cover dalam bab formula e-mel.

Dan ya, subscriber yang akan tinggalkan list anda itu memang perkara biasa yang patut diterima.

Tak kira prospek ataupun pelanggan.

Tak kira juga anda hantar e-mel sekali seminggu atau tiap-tiap hari, memang akan ada orang yang unsub.

Ini numbers game. Bisnes telekomunikasi pun berdepan dengan pembatalan langganan tiap-tiap hari walaupun ini dikira sebagai keperluan asas, namun bisnes tetap berkembang!

Jadi terima sajalah ini sebahagian daripada menjalankan bisnes dan pemasaran e-mel tidak terkecuali. Yang anda boleh buat ialah membina mailing list anda lebih besar daripada yang unsubscribe, dan ada hikmah juga tiap-tiap kali orang unsubscribe kerana anda hanya nak berurusan dengan subscriber (prospek, pelanggan) yang serius dan benar-benar minat dengan mesej anda.

Rahsia Jual Tanpa Menjual?

Jangan anggap bahawa saya utarakan cara hard sell, ya. Nak buat e-mel marketing pun ada caranya. Yang penting, kita nak dapat results, kita nak dilihat sebagai market leader dan authority figure dalam bidang masing-masing.


Ada satu istilah yang saya praktikkan dalam tulisan e-mel saya iaitu


EDUTAINMENT = Education + Entertainment


Dengan erti kata lain: memberi pendidikan di sambil hiburan.

Jangan tersilap sasaran ya: last-last pun kita nak minta subscriber take action sekarang - klik link pergi website, pergi sales page, beli barang, hubungi anda, dsb.

Fikirkan...

 Kalau anda dalam bidang yang teknikal seperti marketing, Forex, dll. cabarannya ialah bagaimana nak jadikan topik yang bosan ini MENARIK?

 Prospek dan pelanggan anda ada masalah, dan anda ada cara penyelesaian. Mengapa mereka tak nak beli sekarang? Mungkin mereka ada limiting belief juga (mitos, khabar angin, sangkaan salah) sebab itulah anda kena ambil peluang ini buat didikan sikit melalui e-mel anda dan menyangkal semua persepsi tak tepat ini.

 Dalam bidang pacaran (dating) ada satu kepercayaan umum bahawa "your value starts at zero" atau nilai anda mula dari KOSONG di mata temujanji baru anda. Ini juga boleh diaplikasikan kepada marketing. Subscriber yang belum kenal anda anggap nilai anda 0 sekarang, jadi gamenya ialah macam mana nak DEMONSTRATE VALUE melalui e-mel anda? Bahawa anda ini market leader, ada cara penyelesaian, dan mengapa pilih anda? Ini saya cover dalam bab seterusnya...

CALL TO ACTION

Dalam tiap-tiap e-mel saya, saya selalu ada 1 Call To Action (CTA). Satu saja.

Saya ajak subscriber ambil tindakan sekarang - biasanya klik link dalam e-mel untuk pergi website seterusnya. Saya tak beri aneka pilihan. It's either you click here now or don't.

Rasional saya: kalau anda bagi lebih daripada satu pilihan, anda hanya cetuskan kekeliruan. Dan orang yang keliru takkan ambil apa-apa tindakan.

Sebab itu dalam setiap e-mel saya, saya bincang tentang 1 perkara saja, 1 offer saja. Bukan cuba nak muatkan banyak offer dalam satu e-mel.

Dan oh ya...

Jangan Jual Melalui E-mel!

"Huh? Baru tadi ko kata 'make money' sekarang jangan jual?"

Itu tugas sales page.

Tujuan e-mel ialah PRE-SELL iaitu sell the click. Bina rasa ingin tahu (curiosity) dan beri gambaran yang menarik.

E-mel tidak perlu ditulis panjang-panjang; 100 - 300 patah perkataan dah cukup, walaupun saya jarang buat word count. Dari e-mel, saya hantar subscriber pergi sales page, biar sales page yang buat penjelasan terperinci dan jualan.

"Saya Tak Ada Idea Nak Tulis..."

Sebentar lagi, saya akan cover formula menulis e-mel promo. Tapi saya selalu dapat soalan ini. Sebenarnya, idea memang banyak kalau anda tajam pemerhatian atau fikir lebih kreatif.

Apa pun umur anda, saya yakin anda pengalaman dan cerita hidup sendiri, boleh share sikit melalui e-mel anda. Ini juga satu motivasi untuk menjalankan hidup yang lebih exciting sikit.

Dan andaikan anda memang TIADA idea...

Boleh tak 'pinjam' cerita dari akhbar? Kawan lain? Bincang isu semasa dan kaitkan ke offer anda?

"Saya Tak Ada Masa!"

Tulis e-mel tak memakan banyak masa. Saya nak tanya anda, kalau anda luangkan 10 - 15 minit tulis satu e-mel, hantar ke mailing list anda dan dapat sales... berbaloi tak?

Kalau tambah 10% hingga 20% income bulan ini, sudikah anda tulis e-mel?

Ataupun sales 2 kali ganda atau lebih... sudikah anda?

Sudah tentu anda jawab ya!

"Tapi, Saya Tak Pandai Menulis..."

Tak payah 100% tatabahasa (anda baca panduan ini pun tahu saya rojak sikit Bahasa saya) selagi subscriber faham mesej yang anda utarakan itu lebih penting.

Tak kira Bahasa Inggeris ataupun Bahasa Malaysia ataupun bahasa lain.

Kalau tak yakin sangat dengan tulisan anda, saya sarankan perbanyakkan latihan saja. Boleh minta tolong keluarga atau kawan untuk semak tulisan anda sebelum tekan butang "SEND" dalam autoresponder.

"List Saya Kecil... Patutkah Saya E-mel Sekarang Atau Tunggu Nanti?"

Ini kesilapan klasik. Dah hilang kira berapa kali saya dengar marketer cakap tunggu sampai list besar sikit baru nak start hantar e-mel.

Tabiat e-mel marketing kena pupuk dari awal. Tak kira ada 12 orang subscriber (macam saya dulu) atau 1,000 atau 10,000 atau lebih... anda kena hantar e-mel promo dengan frekuensi tetap (hampir tiap-tiap hari paling best) supaya anda boleh latih subscriber nak expect anda.

Lantaklah yang tak suka, seperti saya katakan awal tadi, mereka boleh unsub dan anda tumpukan perhatian atas mesej anda dengan yang serius dan berminat sahaja.

Ingat! Otai-otai marketer lain sudah lama buat e-mel marketing. Syarikat e-com macam Lazada, Shopee, dll. pun buat e-mel marketing juga. Jadi, kenapa anda masih sangsi nak buat lagi? Jom ambil tindakan sekarang!

Formula E-Mel Marketing Power

Bab inilah tumpuan utama panduan ini. Setakat ini, saya share kesilapan umum yang peniaga dan marketer lain buat dengan pemasaran e-mel dan juga utarakan mindset yang betul supaya formula ini baru masuk akal.

Bila orang join mailing list anda pertama kali, biasanya mereka belum kenal anda apa lagi nilai produk atau perkhidmatan anda. Tak kiralah harga produk anda tinggi atau rendah, anda anggap diri pakar atau newbie, baru atau dah lama bertapak dalam bidang anda...

YOUR VALUE STARTS AT ZERO.

Dulu bila saya belajar dating dari seorang Pick-Up Artist dari negara Iran, beliau utarakan idea ini bahawa di mata gadis yang baru jumpa, dia anggap nilai anda 0. Jadi kalau nak tawan hatinya, anda kena DEMONSTRATE VALUE. Sebagai lelaki jantan, kena tonjolkan sifat kelelakian seperti jaga rupa, badan jangan gemuk kalau boleh sado sikit, pandai berbual dan menggoda, dll.

Haha anda mungkin fikir, "eh saya silap beli panduan dating ke?" saya tak lari tajuk, cuma beri contoh. Sebab dari segi tertentu, ini sama dengan marketing. Kalau bukan nak tawan hati gadis idaman, nak menangkan hati pelanggan juga. Nak menangkan hati pelanggan, kena bina kredibiliti cepat dan demonstrate value. Dan salah satu cara nak demonstrate value ialah melalui... ya, e-mel!

Melalui e-mel, anda boleh hebah / hantar mesej yang berpaksikan:

- Pembinaan kredibiliti diri
- Cerita yang prospek / pelanggan anda boleh relate
- Testimoni dan kajian kes
- Breaking limiting beliefs iaitu menghapuskan sangkaan salah dan masalah keyakinan

Ada banyak cara, tapi selepas mencuba berpuluh-puluh jenis formula, saya dah fine tune dan guna formula siri e-mel ini yang anda boleh ikut. Saya juga sertakan contoh supaya anda boleh senang model.

Formula Siri 5 E-Mel Untuk Prospek

Hari 1: Set Expectations

Inilah e-mel pertama dan juga yang paling penting kerana secara virtual, anda sememangnya 'sediakan pentas dan arena'. Pelawat dah lawat website anda, masukkan nama, e-mel dan mungkin nombor telefon, dan baru masuk mailing list anda. Selain iklan dan mesej di Landing Page, dia belum tahu apa-apa lagi mengenai anda.

Selamat Datang: beri sepatah dua kata, ini straight forward.

Link Muatturun: kalau ada janjikan FREE Gift seperti e-book, video, webinar, template, dsb. berikan download link.

Perkenalkan Diri: share sikit kredibiliti diri, mengapa anda buat atau pilih kerja anda, dan bagaimana anda boleh membantu. Ringkaskan asal-usul diri, jangan panjang cerita sangat. Ini kita simpan untuk e-mel akan datang.

Apa Yang Patut Dijangkakan: umumkan apa yang patut expect dalam e-mel seterusnya dan akan datang.

P.S.: Ini peluang pertama anda boleh buat offer. Tak perlu tulis panjang, 1-2 perenggan dah cukup. Ini juga supaya anda tidak dianggap sebagai 'hard sell' malah ada peluang segelintir subscriber akan take action dan beli dulu tanpa menunggu e-mel akan datang. The promotion starts NOW.

Your PDF Book "PLR Mastery" download is here...

It's Edmund Loh here. As promised {!firstname_fix}, here is your download...

[Download My PDF Book "PLR Mastery"](#)

Since 2005, I've sold millions of dollars in digital products and services purely through the Internet. So yes, I've been around for more than a while. :)

Dozens of my products became marketplace bestsellers on JVZoo, WarriorPlus and ClickBank. And here in Malaysia, I have been featured in the local media such as The Star, Borneo Post and Malaysia Management.

I share all these not to brag, but I know how important proof is to you.

Because if you've been marketing online or at least explored this for a couple of months, then you must have heard why you must have your own products and funnels.

And it makes sense; all the successful online marketers are doing it!

But there's just one problem: ACTUALLY creating the product.

What if you're not good at writing?

What if you don't have the time?

What if you're ready to fork out thousands of dollars on content creation?

If you have these concerns, I asked the same questions many years ago.

And I found the answer in Private Label Rights (PLR).

PLR basically means you get the rights to not only resell the product, but also be able to do your own customization such as putting your name and branding, editing the contents, and repackaging to other formats.

It's a lot more affordable, the contents are ready-made, and I'll show you how to take advantage of it in my book PLR Mastery.

So you too can have your first product and funnel in the fastest time possible instead of wasting away weeks or months just getting ready.

And in the coming days, I'll be sharing my insights, strategy and know-how through my newsletter.

Why am I doing this FREE? In a show of value, and soon you'll discover why more than 30,000 Customers choose me.

And if you think my free stuff is awesome, wait until you see what I have in store for you with my paid programs and higher level packages.

Anyways I want us to get on a right start and set the right expectations. Cool?

Look out for my email tomorrow,

Edmund Loh

P.S. Currently I am running a special deal where you can get 9 of my high quality works with Private Label Rights for just one dollar each. Only for my new subscribers.

Hari 2: Drama Klimaks -> Latar Belakang Cerita -> Halangan

Imbas kembali filem, video game dan komik yang anda pernah tonton dan baca. Ada satu teknik cerita iaitu mula dengan klimaks plot, kemudian baru start. Contoh-contoh filem yang menggunakan teknik ini ialah Sonic: The Hedgehog (2020), Deadpool (2016), Forrest Gump (1994), The Greatest Showman (2017), dan banyak lagi contoh "how did I get here".

Itulah cara kita nak tulis e-mel ini. Sebab kalau kita nak start dari mula-mula, akan mudah bosan dan kena tunggu build-up. Subscriber nak tengok benda-benda yang menarik SEKARANG. Apa benda menarik itu? RESULTS. OUTCOME!

Drama Klimaks: share results yang anda dapat sekarang, huraikan pengalaman, perasaan. Ini kena jadi objek atau tumpuan idaman prospek.

Latar Belakang Cerita: tapi ini bukan selalunya macam itu, satu ketika dulu anda juga macam prospek anda. "I was just like you" ini penting sebab walaupun anda ada results boleh share, ini masih tak cukup

RAHSIA EMEL MARKETING

meyakinkan dan ada tanggapan anda ini istimewa atau berbakat. Oleh itu, kena relate balik kepada prospek dalam keadaan SEKARANG.

Halangan: lepas share hidup atau keadaan anda sebelum TRANSFORMASI, nyatakan 1 HALANGAN itu. Halangan itulah yang prospek anda tengah struggle nak atasi.

I froze up on stage...



This was me speaking on stage to a crowd of 400 people in 2009. I was nearly 4 years into the business, and people were billing me as one of the fastest rising Internet Marketers in Asia.

Thing is, I didn't quite see myself as a guru (still don't today) and I was like, "how did I get here??"

Because just a few years before, I was anything but THAT.

I mean, if you take a look at my resume, it's far from impressive...

○ I had zero business experience prior to going online. Heck, I worked an office boy's job (does that count?)

💰 I tried to succeed online by being an affiliate and reseller of other people's products

👤 But I felt I wasn't smart or qualified enough to make my own product or content

🙄 And because I was just another 'me too' marketer, why should people listen to me? Because of this catch-22 situation, I struggled to make sales let alone grow my online business

😱 It came to a point I was months behind on rent and bills that I was *this close* to being evicted!

Can you relate {!firstname_fix}?

Because if you're trying to build your business online, you're probably told things like

"Build your email list"

"Have your own products and funnels"

"Be an authority figure and dominate your niche"

While true, the problem is... it takes a lot of time to develop a product. Or deep pockets to hire talent to do it. And I had the luxury of NEITHER.

I continued to struggle for months until I discovered a shortcut.

It is this 'shortcut' that enabled me to come up with my first product confidently - with my name on it - and generated my first few hundred dollars that month.

Which later go on to hit a few thousand dollars per month... then five figure months...

I went from absolute nobody to becoming a recognized name in the Internet Marketing arena within the first few years, that I got featured in the local media here in Malaysia and invited to speak on stage - even though I am a private person.

I continued to spawn multiple products and funnels that sell in a rather short time. What normally takes other people weeks or months, I took only a couple of days tops.

How would you like to know what I did and how you can do it too?

I cover this in my next email tomorrow, so keep your eyes peeled for it!

Edmund Loh

P.S. If you want to cut the chase on content creation and start with a collection of ready-made products you can rebrand and sell as your own, you might be interested to know I am doing a Subscribers Only special deal now.

[Click here](#)

I'm letting go 9 of my ready-made Internet Marketing titles you can take over and make do as your own. I also include the sales letters and graphics so you can edit and customize.

My Customers have been crushing it with my works - and I want you to experience that power. That's why in this special deal, they're going for only one dollar each!

[Click here](#)

Hari 3: Kesedaran -> 1 Rahsia

Kita sambung balik cerita dari e-mel semalam. Dalam Bahasa Inggeris, ini dipanggil "Epiphany" atau revelation.

Dalam erti yang lebih mudah difahami, ini adalah satu kesedaran.

The One Thing: kalau nak selesaikan masalah ini, kena buat 1 benda itu.

The One Secret: ... dan untuk buat 1 benda itu, anda barulah temui 'rahsia' ini yang selesaikan masalah itu!

Ingat! Jangan bagi list panjang-panjang. Rumuskan dalam 1 rahsia, supaya mudah difahami, prospek anda sekarang patut rasa lebih yakin dia juga boleh buat.

Turning monthly income into weekly income

Hey {!firstname_fix},


In the first few months I started my Online Business, I struggled to make even just a couple hundred dollars. I was making a bit of sales here and there, but hey never wing it on luck because it will run out eventually!

I believe success leaves clues so I studied what other top marketers were doing, what they have in common...

I arrived at a revelation that they normally have their own products and one-time offers (which evolved into sales funnels as we know it today)

And that was also when I learned about this thing called Private Label Rights.

There are typically 3 ways to create your own digital product...

 Do It Yourself: not everyone has a flair for writing and even if you do, it's just very time- and effort-consuming.

🙄 Pay Someone Else To Do It: almost every established information business and digital publishing company have their own in-house team or freelance writers to keep coming up with fresh content. But this requires deep pockets - something I didn't have at the time.

So is there still a way? Yes...

◆ Private Label Rights: I explained this in my book PLR Mastery. This might come as a surprise, Private Labelling is not exactly a new concept; it's been around as long as the industrial age. This happens all the time with supplements, shampoos, consumables, etc. and the concept found its way into Internet Marketing.

Think about it...

Instead of spending thousands of dollars on custom content creation, you can just purchase the Private Label Rights to existing content at a much more affordable price.

Instead of wasting weeks or months of your precious time, you can practically start TODAY - and that was exactly what I did.

All I needed to do was just change up maybe 20% to 30% of the content - change the title, covers, add in some of my own remarks, and off I go.

And because the Internet is huge (and the number of online users grow daily) there's little chance for saturation.

I remember making my first \$500 selling an information product. At the time, it felt like 'big money' but I appreciate the fact that it took only a day to get it up and running!

I would go on to 'create' multiple offers and funnels, several of which hit six figure launch weeks.

As an added bonus, my Customers and other top marketing names thought I was a 'guru' too! But now you know better :)

Would you like to know how you too can get started with your own product line today, and be up and running within the next couple of days instead of forever?

I record a short video for you here

Check it out and let me know what you think.

Write soon,

Edmund Loh

P.S. One of the reasons why most people fail is because they take nearly forever to even get started. It doesn't have to be like that at all.

If you remove the product creation process (the most time consuming part) you practically cut the chase and focus on other things that are more important such as marketing.

That means you can put out more products to sell = more income streams

In other words: you'd turn a monthly income into weekly income.

This will help you cut the chase

Hari 4: Direct Promo

Sekarang kita boleh direct sikit. Prospek anda dah terima 3 e-mel setakat ini, kita boleh straight forward dengan e-mel promo. Di sini, saya guna formula P-A-S.

Problem: kita qualify prospek dengan nyatakan masalah-masalah yang dia hadapi.

Agitate: kita memperbesarkan masalah ini dengan "apakah kos atau akibat kalau anda tak selesaikan masalah ini sekarang?" Boleh juga ambil kesempatan ini ulaskan cara solusi lain tapi tidak begitu ideal berbanding dengan cadangan anda kemudian...

Solution: ... sekarang baru utarakan offer sendiri. Senaraikan juga list benefits kalau ada ruang. Akhiri dengan call to action.

{!firstname_fix}, I'm running a *crazy* sale right now...

I am running a special *CRAZY* sale today, and I'm letting go 9 of my high quality E-Book packages -complete with Private Label Rights - for just one buck each!

I've been creating and manufacturing hundreds of digital products for thousands of marketers to private label and rebrand as their own for years.

For the record, my licenses rarely ever sell for dirt cheap.

This time, I'm making a *tiny* exception as a token of appreciation for my subscribers.

For just one buck each, you can get all 9 products here that you can put your name as the author, edit the contents if you want - and sell them for 100% profits!

[Click Here To Get Them All For One Dollar Each](#)

This is one of those rare chances you can legally 'steal' some of my best works for pennies on the dollar.

So if you want to have your own hot selling products but been struggling to create them, this is your shortcut!

To Your Marketing Success,

Edmund Loh

Hari 5: Peringatan + Urgency

Kita buat peringatan dan kali ini kita tambahkan juga urgency. Urgency boleh buat 3 jenis:

Tawaran masa terhad: harga diskaun ini sah sebelum 30hb September 2020

Tawaran kuantiti terhad: dapatkan sekarang sempena stok masih ada

Tawaran bonus: kalau anda tempah hari ini, saya juga akan tambahkan Bonus 1, Bonus 2, Bonus 3... jumlah nilai RM 1,997 sekarang PERCUMA dengan pembelian offer saya.

Your bonuses for my 9 Bucks PLR

It's Edmund here with a reminder that I am doing a special subscribers only deal where you can get 9 of my marketing titles – with Private Label Rights – for just one dollar each!

[Go here if you haven't seen it yet](#)

And for a limited time, I'm also throwing in some fast action bonuses. I don't do this all the time, and these bonuses are selling at their own prices on my websites.

But if you decide to take my up PLR deal, you get all these Bonuses at no extra cost.

[Claim your bonuses when you get my 9 Bucks PLR](#)

Edmund Loh

P.S. Not going to spoil them here. Go to the link above and see what the Bonuses are about!

Prinsip Menulis E-Mel Untuk Marketing

1. Jangan jadi cikgu!

Ya, anda akan rasa ini langsung tak intuitif dan masuk akal. Sebanyak boleh, jangan cuba nak ajar benda baru dalam e-mel walaupun anda sangat semangat dan mendalami bidang kepakaran anda.

Ini kerana suka tak suka, ramai orang pada tahap ini (prospek, belum lagi beli) biasanya dalam mood menimba "tid bit information". Jangan lupa! Benda berharga yang diberi percuma, jarang dihargai. Nak ajar step by step (how to), itu simpan untuk produk berbayar anda.

2. Sebaliknya break limiting beliefs

Ini bukan terhad kepada e-mel sahaja; mulai sekarang cara anda tulis Post dalam media sosial, sales page, bertutur pun... tumpukan 80% fokus nak "break limiting beliefs" iaitu menyangkal persepsi salah dan kepercayaan-kepercayaan yang menghalang prospek anda dapat results.

Contoh: anda jual supplemen bakar lemak. Prospek nak hilangkan berat badan.

Mengapa dia tak beli sekarang? Mesti ada sebab.

Senaraikan semua sebab / alasan prospek mungkin ada, atau kepercayaan sesat dia ada samada mengenai diri sendiri atau secara umum.

- "Saya cuma perlu bersenam, boleh hilang berat badan dan bakar lemak." - sebenarnya nak hilang berat badan dan bakar lemak dua benda berbeza. Rahsia nak capai dua-dua gol ini patutnya 70% diet 30% bersenam.
- "Saya cuma perlu makan sihat iaitu sayur, buah-buahan, masak di rumah..." - prospek dah amalkan gaya hidup kurang sihat dan tabiat buruk seumur hidup dia, sekarang dia ingat dia boleh jadi sihat dengan segera? Supplemen ini boleh mempercepatkan proses bakar lemak.
- "Saya dah tua..." - boleh kongsikan testimoni pelanggan lain yang sebaya dengan prospek
- "Saya telah cuba banyak program, semua pun tak berhasil. Saya hampir nak putus asa. Supplemen ini sekarang apa beza?" - kongsikan cerita sendiri, berikan gambaran masa depan 90 hari

hingga 5 tahun nanti, apa hasilnya jika dia teruskan keadaan hampa ini vs. ambil keputusan buat perubahan sekarang (one supplement away from change)

Dah dapat rentak, ya? Setiap 1 limiting belief, boleh tumpukan 1 e-mel nak hapuskan kepercayaan sesat itu. :)

3. Karangan e-mel patut pendek.

Jangan tulis esei panjang-panjang. 100 hingga 400 patah perkataan dah cukup. Nak hujah lebih, kasih link ke sales page atau blog post, biar laman web beri semua penjelasan terperinci.

4. Tiap-tiap e-mel mesti ada Call To Action!

- Klik link pergi sales page
- Klik link baca blog post
- Balas e-mel ini
- Ambil survey
- Join FB Group, like on medial sosial

Selalu mesti ada arahan untuk subscriber ambil tindakan. Jangan tulis omong-kosong atau tanpa tujuan, kalau begitu baik jangan hantar e-mel.

Tapi nak pupuk respons dan biar mailing list anda dalam keadaan aktif, saya sarankan lebih ideal anda fikirkan alibi dan tujuan hantar e-mel - boleh promote balik produk sama tapi pakai angle lain, cari affiliate program untuk promote, buat survey dengan pelanggan, dll.

Tak kira apa pun tindakan, EVERY EMAIL MUST GIVE COMMAND TO YOUR SUBSCRIBER.

5. The promoting starts from the first e-mail

Biasanya newbie marketer salah anggap nak cuba promote produk, kena tunggu beberapa hari atau beberapa e-mel nanti baru nak pitch. SALAH. Usaha promosi mula dari e-mel pertama.

Kalau anda rujuk balik formula siri e-mel yang saya baru share tadi, perhatikan dari e-mel pertama dah ada link pergi sales page. Kita jangan tunggu sampai nanti, ada sebilangan prospek nak beli sekarang. Betul, kita tak nak buat cara hard sell. Jadi pendekatan kita ambil ialah EDUTAINMENT serta beri peluang beli dari awal.

6. Jadikan mesej anda menghiburkan, tapi last-last pun kena promote juga

Seperti pernah dijelaskan, kalau anda terlibat dalam bidang yang teknikal atau bosan, cabaran utama ialah bagaimana kita nak jadikan topik itu menarik. Sebab itu kita pakai teknik cerita, analogi mudah sampai budak tadika atau sekolah rendah pun boleh faham. Last-last juga ini kena lead on ke sales page promotion.

7. ALWAYS Demonstrate Value!

Ya saya kena ulang lagi kerana ini memang penting. Biasanya prospek nak tahu:

"Siapakah anda?"

"Apa sumbangan atau bagaimana anda boleh tolong saya?"

"Mengapa saya kena pilih anda?"

"Mengapa saya kena beli sekarang?"

Inilah 4 soalan umum mereka akan tanya, dan nak jawab semua ini kena tampilkan kredibiliti, cerita, testimoni, hasil... apa-apa yang boleh bangunkan anda sebagai authority figure atau market leader.

8. Sell your Character!

Bila tulis e-mel ataupun apa-apa mesej, jangan nak jadi watak generic ya. Don't become a 'me too' marketer. Dengan erti lain, jangan cuba nak blend in sehingga anda pun susah nak dibezakan dengan pesaing lain.

Kalaupun anda rasa produk atau perkhidmatan anda tak istimewa, atau anda kerja dalam ruangan kompetitif dan dikawal selia (contoh: insurans, MLM, affiliate), anda masih boleh bezakan diri dari yang lain melalui cerita dan identiti. Tak semestinya kena ada karisma tinggi (saya pun bukan orang begitu, padahal saya ini lebih suka keseorangan) Tapi saya masih mampu menarik pelanggan dan klien sendiri yang suka mesej saya atau boleh relate dengan.

9. Teks hitam, latar belakang putih

Jangan gila-gila dengan warna mesej e-mel anda. Plain is best. Jangan sampai warna-warni seolah-olah anda ini webmaster laman web LGBT.

10. Me-to-you communication

Walaupun ramai orang bakal dapat dan baca mesej e-mel anda, melayari web selalunya private experience (atau pengalaman keseorangan). Jangan tulis "you all" "kamu semua" cuma "kamu" "anda".

11. 1 e-mel, 1 tawaran

Jangan cuba masukkan banyak offer berlainan dalam satu e-mel. Mengelirukan subscriber saja.

12. Anda boleh mula tulis siri e-mel follow-up dengan asas mengikut formula yang saya telah beri tadi.

Kalau nak tambah lebih nanti, terpulang kepada anda. Tapi saya selalu sarankan minima 4-5 e-mel, test dulu respons dan perbaiki mana yang perlu. Kerana kalau e-mel pertama atau 5 e-mel ini tak dapat respons dan conversions, tak guna juga. Inilah e-mel awal yang dibaca dan paling penting untuk create first impression.

13. Jadualkan e-mel untuk dihantar selang sehari.

Jangan hantar e-mel selang seminggu, selang sebulan macam itu. Nanti subscriber pun tak boleh serius dengan anda.

Siri 3 E-Mel Untuk Pelanggan

Saya cover formula e-mel marketing untuk prospek dan prinsip menulis e-mel terlebih dahulu, kerana nak tulis mesej e-mel untuk pelanggan hampir sama tekniknya.

Cuma anda kena tahu selepas prospek beli offer anda, mereka dah jadi PELANGGAN. Di peringkat ini, mereka bukan lagi 'cold audience' iaitu tak kenal anda langsung; mereka sekarang 'hot' audience iaitu dah

kenal anda, dah cukup yakin dan percaya untuk beli offer. Jadi nak tulis mesej kepada pelanggan, kena lain sikit.

Kesilapan umum newbie marketer asyik (tak) buat ialah teruskan kegiatan pemasaran e-mel. Cuma kerana mereka dah beli sekali, ramai newbie marketer mudah excited sangat sampai lupa sambung kempen e-mel! Ya, kita raikan kejayaan kecil dan besar but the show must go on.

Juga dulu saya belajar dari mentor, "the sale does not end with the purchase." Sebaliknya, hubungan kita dengan pelanggan baru saja bermula!

Jadi lepas beli, kita nak pindah prospek ke list baru dan dapat mesej follow-up yang baru.

Tujuan cuma 2 dengan follow-up e-mel ini:

1. Ucapkan terima kasih kepada pelanggan, biar mereka 'feel smart' (rasa bijak) buat pilihan tepat serta tolong 'hadamkan' produk (terutamanya info produk), dan
2. Nak gerakkan pelanggan masuk funnel anda lebih mendalam - biasanya beli upsell offer atau back-end offer (contoh: premium package, VIP service, coaching)

Hari 1: Terima Kasih Dan Penghantaran

Terima Kasih: ucapkan terima kasih kerana memilih anda. Juga bagi keyakinan bahawa pelanggan anda membuat pilihan tepat dan bijaksana.

Link Ke Produk: kalau produk digital, bagi download link (link muatturun) dan minta kerjasama Customer jangan kongsi akses. Kalau produk fizikal, beritahu bahawa order akan disediakan dan tracking number akan diberi nanti.

Peringatan Upsell: Akhirkan e-mel dengan peringatan upsell offer anda. Tak perlu tulis panjang-panjang; 1-2 perenggan dah cukup dan kasih link ke sales page.

Thank you for choosing my PLR deal!

Hey it's Edmund here...

I just want to say thanks and I am honored that you choose my PLR deal out of everyone else in the marketplace!

You should have gotten to the download page by now, but just in case you missed it after making your purchase(s), you can still access it via your JVZoo Customer Portal.

[LOG INTO YOUR ACCOUNT HERE](#)

If you haven't taken advantage of the amazing upgrade, here it is again

[Ultimate Fast Track Option](#)

I trust you will like what you see, as had tens of thousands of customers who have benefited from my works.

Thanks again, and hope to continue doing business with you long term!

Edmund Loh

Hari Ke-2: Unannounced Bonus

Siapa-siapa pun suka Bonus. Lebih-lebih lagi kalau bonus ini diberi secara kejutan dan bukannya dari offer asal. Barangkali anda dah rancang ini dari awal, tapi bagi pelanggan baru mereka tidak jangkakan ini, jadi sudah tentu perasaan puas hati dan kesetiaan akan dipupuk.

Tapi jangan terlalu taksab asyik beri 'bonus free gift' nanti pelanggan pun akan dimanjakan tidak lain daripada subscriber biasa, nanti mereka pun akan selalu expect 'bonus gift'.

Tawarkan Bonus Rahsia: sekali lagi, mulakan e-mel dengan ucapan terima kasih. Sebagai hadiah, anda akan beri satu lagi bonus (contoh: missing chapter, extra component, software, templates) yang relevan dan bernilai. Klik link ini untuk claim dan sekali lagi, jangan kongsi link ini dengan sesiapa.

Tip Penggunaan: Kalau tak ada bonus nak beri, boleh gantikan e-mel ini dengan tip-tip / arahan mudah penggunaan produk.

Peringatan Upsell: sama seperti e-mel pertama, akhiri e-mel ini dengan peringatan sekali lagi kalau belum tengok lagi offer upsell anda, klik sini untuk maklumat lanjut.

What to do with your new purchase (unannounced bonus)

Edmund here again. Hope you like what you see so far in your newest purchase!

I had been selling information and creating content since 2005. I started out working solo for the first many years before I hired freelancers and started my own team.

As you can see, it's not easy to do everything on your own. That is why I hope my solutions can help at least halve your content creation time and effort, if not more.

As an unannounced bonus, I've prepared a PLR training tutorial for you!

[Access Your Bonus PLR Tutorial Training Here](#)

So you can get started in the fastest time possible - I'll show you how to add your own Buy Button, upload the files to your website, and overcome your technical challenges.

I will also point you to some of the resources and programs I use all the time to private label my products and sites before selling.

I want to help get you started a.s.a.p. because we are living in exciting times. And today is the BEST time to be in this business.

Hope this helps you get started, and in the coming days I'll share some more tips on how you can build a business out of this.

Edmund Loh

P.S. If you missed out these special Customer deal earlier...

[Enroll For My Ultimate Fast Track Partnership Program](#)

Hari Ke-3: Direct Promo Upsell

E-mel ini lebih straight forward. Boleh terus buat direct promotion tentang upsell offer anda.

Anda boleh tambah lagi siri e-mel follow-up, tapi yang penting 3 e-mel pertama ini bertujuan nak enroll pelanggan, dan sempena mereka masih 'hot' audience ingatkan upsell offer anda.

Pakar marketer biasanya setuju kalau upsell offer anda boleh dapat 20% conversions (20 dari 100 pelanggan pilih untuk beli upsell) ke atas dah kira bagus.

Kalau pelanggan baru ini diberi peluang lihat upsell offer anda lagi, anda boleh tambahkan conversions begitu saja tanpa usaha ekstra!

3 Secrets to 7 figures

If I were to sum all my years of experience making money online - what has always worked - it would be these 3 things...

1. Creating a Sales Funnel
2. Sending in traffic (only 1 type matters)
3. And sending emails to my list

If you're struggling to make money consistently, chances are you're not doing any one of these (or all of them)

Gone are the days where you can wing it with just 1 product; today the more products you have means the more income streams you build.

You don't need hundreds of thousands or millions of people to visit your website to start gaining traction; in fact my daily site visitors averages around hundreds or the low thousands daily - that's not a lot. Because I focus on targeting people with intention to buy.

So I focus on converting visitors into customers or at least prospective buyers, and I follow-up with them by email (in the same way I'm writing to you now)

This approach works regardless of whichever niche you're in or the nature of your business. And the cool part? It's scalable.

It's the same business model I used to go from a few hundred dollars a month to \$10K-\$20K months, and eventually a 7 figure business.

Scalable, my friend.

Now you can do it yourself - which is what I did when I first started out and it took me years of trial and error before mastery...

... Or you can work smart.

I Have A Fast Track Option For You

Read what I have to say and how I can help you achieve results faster than if you were on your own.

And I've already helped many others succeed and become profitable online entrepreneurs in their own rights.

Edmund Loh

Formula Broadcast E-Mel

Seperti mana saya telah jelaskan dalam bab sebelum ini, Broadcast (hebahan) lain sikit daripada Follow-Up di mana anda boleh jadualkan e-mel ini untuk dihantar pada bila-bila masa yang anda tetapkan (segera atau masa depan)

Teknik Broadcast e-mel sesuai bila nak buat promosi tawaran terhadap, pelancaran atau pelancaran semula produk dan teruskan pembinaan hubungan dengan mailing list anda. Ini kerana selepas subscriber anda habis terima semua follow-up e-mel, mereka takkan terima e-mel lagi melainkan anda sambung buat Broadcast.

Bagaimana Nak Terus Dapatkan Idea Untuk E-Mel

Sekarang cabaran utama ramai e-mel marketer baru ialah bimbang akan ketandusan idea atau tak tahu apa nak tulis nanti. Ini juga salah satu limiting beliefs (dah nampak pattern, kan?)

Nak buat e-mel Broadcast, formula hampir sama dengan siri follow-up e-mel yang saya baru share tadi.

E-mel Ber-episod: seperti drama dan siri TV, bila tulis e-mel nak buat macam gaya episod. Tiap-tiap e-mel ada satu arka cerita. "Arka cerita" itu bertujuan menyangkal limiting belief yang prospek ada, dan gerakkan dia ambil tindakan sekarang (Call To Action)

Cerita: apa yang telah berlaku hari ini? Semalam? Beberapa hari lalu? Kaitkan dengan offer yang anda nak promote itu.

Cerita Orang Lain: kalau sendiri tak ada cerita, boleh share kisah orang lain seperti sejarah, teladan public figure lain, dll. cerita dan kisah tiada had!

Jawab Soalan: ada prospek yang tanya soalan? Beri jawapan dalam e-mel dan hebah kepada semua; soalan yang ditanya satu prospek mungkin orang lain tanya juga.

Testimonial: ada success story terbaru? Ada kajian kes (case study)?
Ada testimoni?

Statistik: boleh google saja atau kalau terlintas akhbar online. Kaitkan balik dengan cerita dan offer anda.

Limiting Belief: apa kepercayaan sesat atau persepsi salah yang biasa didokong oleh prospek dan perlu diperbetulkan?

Why learn Digital Marketing if it's always changing...

Yup {!firstname_fix}. Legit straight up someone asked that in one of my FB Posts.

That's like saying why bother brushing your teeth if it's going to smell anyway...

Now granted, things will always change. And digital marketing for sure.

But some people have a strange limiting belief that digital marketing changes at the speed of Forex - thankfully, it's nothing quite like that.

Take Google Adwords. If you were in the 2000s and you know how to advertise on Google for just a few cents a click, what would you do?

You would have doubled down, tripled down... gone all in, right?
And you had a good 10 to 12 years to do this.

While Google Adwords (now Google Ads) is still around, unfortunately it's not like in the hayday because a click alone can cost a few dollars.

Today, there are Facebook and Instagram.

As of now, advertising on FB and Instagram are relatively inexpensive. These platforms had spawned even more Internet millionaires than the last decade.

Will you take your own sweet time and by the time it's too late, you'd wish you started earlier?

Or crack the code and strike while the iron is hot?

I'm doing a 2 hour live class on digital marketing very soon. Join me and other serious entrepreneurs and together we go all in for 2020.

[Check for upcoming available sessions this month](#)

Edmund Loh

If you have RM2,500, where will you advertise on?

This is a good comparison case study, as I know 2 different business owners that spent the same amount on different advertising methods.

The first business owner, selling fridges, spent RM2,500 on distributing nice looking flyers in KL neighborhoods.

The second business owner, running an aesthetics clinic, spent the same amount on FB Ads.

Their nature of business isn't really important, let's talk about results...

* The aesthetics business owner got 109 leads in 1 month. That's like having 109 people knocking on your door, asking about your product or service.

* Now take a guess how many leads the other business owner got from flyers? Do you honestly think you'd get that many people responding to your flyers? How about half? Or a quarter?

In reality - ZERO.

That's why I say conventional advertising is either dead or dying. It's not the 90's or 2000's anymore, ladies and gentlemen.

Most of your prospects, customers and clients are all hanging out in 1 place these days i.e. their phone.

And if you want to know how to tap into the most prized skill today, you owe it to yourself to join my Business Wealth Workshop and I'll be sharing my digital marketing mastery for the next 2 hours in person.

[Register here](#)

Edmund Loh

What if you started 12 months ago?

... or even 6 months ago?

If you did just a couple of things differently back then, how will your business look like today? How will life be now?

Sometime ago, I shared how my business was in trouble at one point in time. I was using gradually obsolete marketing methods, and I had given up on and off on learning how to advertise on social media.

But when I finally committed to go all in - and dropped all my excuses and pretense - here's what happened within the next 12 months...

✳ I started to be able to sell my products again (I was getting 2-8X return on ad spend!)

✳ I stopped relying on affiliates and referral partners that kept coming and going (after so many years of being at their mercy)

✳ I converted prospects into Customers without wasting weeks or months of 'good will' building (8 in 10 of them never heard of me before this)

✳ I roped in Clients paying me up to 6 figures in a year for marketing agency work for the first time

✳ I won BNI Networker Award TWICE for referring the most business in my chapter (no prize for guessing how I did that)

✳ I revisited and revived the seminar part of the business again (previously I didn't do well here because I kept depending on third party organizers)

✳ I am able to rescue my current students that learned my previous (now old) marketing strategy - and showed them the NEW way (this one means the most to me, out of everything in the list)

You can say you wouldn't have heard of me if I didn't do this back then.

And imagine how many more people would have heard of you or be able to work with you and get their lives changed somehow, if you

first master the craft of digital marketing and social media advertising.

The Musemancer Team and I will be doing Business Wealth Summit again on 13-15 March 2020 in KL.

If you've seen this invitation before, you wanted in but been passing it up for whatever the reason...

If not you, then WHO?

If not now, then WHEN?

To truly transform your business and outcome, you have to do what I did: drop all the excuses.

And do whatever it takes to make it.

The most expensive thing to an entrepreneur is the sales you're not making.

My 3-day program is happening in March. You have ample time and early heads up.

[Go to this link to get the full details](#)

As the event is exclusive, to get enrolled you need to apply a simple form, and get on call with me or the team.

If you have questions like "how do I know if this is for me?" "I need to seek some clarity" "Is there an easy payment plan?" we'll have them answered in the call.

[Here is the link again](#)

Take care,

Edmund Loh

Kesimpulannya... idea memang banyak dan tidak terhad. Dan tiap-tiap hari dan dalam tiap-tiap e-mel, anda berpeluang menyampaikan mesej anda kepada mailing list anda. Jangan taksud dengan satu, dua idea sahaja manakala anda boleh test sebanyak boleh.

Semoga sukses dalam pemasaran e-mel anda dan ingat, ini kemahiran yang wajar dikuasai kerana bila anda dah dapat rentak, dapat sales, dapat memupuk pelanggan setia, anda takkan sesal dan mujurlah anda ada take action sementara kebanyakan orang lain masih buntu jalan atau gerak terlalu perlahan. :)

Pengenalan Kepada Autoresponder Untuk Newbie

Baik. Anda dah siap tulis siri e-mel anda dan bersedia nak buat setup. Tapi anda tanya, "Macam mana saya nak hebahkan e-mel saya kepada senarai prospek dan pelanggan saya?"

Takkan anda nak hantar e-mel kepada prospek dan pelanggan anda satu per satu? Sepuluh orang pun dah banyak kerja... kalau seratus orang atau beribu-ribu orang? Saya baca ayat ini pun dah rasa letih, haha

(Juga, anda sebenarnya tidak dibenarkan hantar e-mel promo secara manual kepada orang lain kerana amalan ini dianggap sebagai spam iaitu 'unsolicited messages sent over the Internet')

Jadi, apa cara penyelesaiannya? **AUTORESPONDER.**

Apa Itu Autoresponder (AR) Dan Apakah Fungsinya?

Autoresponder ialah satu perisian (software) yang membolehkan anda kumpulkan butiran subscriber dan buat hebahan e-mel sekaligus dari akaun dan alamat e-mel anda.

Bila saya guna istilah 'subscriber', subscriber biasanya merujuk kepada sesiapa yang subscribe (langgan) kepada mailing list anda. Subscriber boleh terdiri daripada:

- (a) prospek yang mahu masuk mailing list dan/atau tahu lebih lanjut tentang offer anda
- (b) pelanggan yang sudah beli produk atau perkhidmatan dari anda
- (c) dan lain lagi tujuan

Yang Penting Dan Nak Ditekankan ialah PERMISSION MARKETING

Maksudnya subscriber ini kenal anda dan beri keizinan untuk terima e-mel anda. Inilah satu sifat yang membezakan teknik pemasaran e-mel anda daripada orang lain yang spam buta-buta kat Internet.

Oleh itu, jangan sesekali buat amalam spamming dan cuba hantar e-mel kepada orang lain yang tidak kenal anda dan tidak tunjukkan minat!

Nak tegaskan juga mana-mana servis autoresponder mengamalkan prinsip anti-spam jadi semua subscriber yang anda kumpulkan mestilah 'opt-in' dan melalui 'permission marketing'.

SALAH:

- ✗ Sengaja masukkan dalam mailing list alamat e-mel orang yang tak kenal anda
- ✗ Juga masukkan alamat e-mel orang yang tidak beri keizinan

BETUL:

- Pelawat datang website anda dan sendiri masukkan butiran e-mel untuk langgan ke list anda

- Anda tanya prospek yang anda jumpa bersemuka dan dia beri keizinan

- Pelanggan atau Klien beli dari anda, dan sedia maklum akan masuk mailing list anda

2 Jenis Hebahan E-Mel

Selain mengumpulkan butiran subscriber anda masuk database mailing list, fungsi utama Autoresponder ialah untuk membuat hebahan e-mel kepada mana-mana subscriber dalam akaun autoresponder anda.

Subscriber biasanya boleh dibahagikan kepada segmen (contoh: prospek, pelanggan, klien VIP, dsb. terpulang kepada setup masing-masing)

Adalah amalan biasa juga bahawa subscriber yang berlainan akan terima mesej e-mel yang berlainan. Contoh:

Bagi prospek: mesej e-mel mereka biasanya untuk pujuk mereka beli tawaran utama anda

Bagi pelanggan baru: nak buat upsell kepada tawaran yang advanced

Bagi pelanggan tegar: bonus, tawaran nak masuk higher end offer, dll.

Ini contoh sahaja, dan tak semestinya anda harus ikut cara ini. Cuma nak beri gambaran autoresponder itu mampu buat hebahan kepada list yang berbeza.

Cara anda boleh setup hebahan e-mel ada 2 jenis:

A. Follow-Up Email

Bila subscriber baru subscribe ke mailing list, dia akan terima siri e-mel dari mula hingga akhir, mengikut jadual (interval)

Sebagai contoh, anda setup 5 e-mel yang akan dihantar setiap 1 hari. Jadi kalau subscriber join hari ini,

- E-mel #1: terima serta-merta (instant)
- E-mel #2: terima keesokan hari
- E-mel #3: terima 2 hari nanti
- E-mel #4: terima 3 hari nanti
- E-mel #5: terima 4 hari nanti
- Dan seterusnya...

Anda boleh set juga selang berapa hari (interval) dan tetapkan masa e-mel itu akan dihantar (berdasarkan time zone subscriber)

Jadi tak kira subscriber join hari ini, minggu depan, masa depan... bila join, siri e-mel ini akan start.

Kempen Follow-Up Email sesuai digunakan untuk convert prospek jadi pelanggan, dan pelanggan baru untuk upgrade ke next offer.

B. Broadcast Email

Lain dari Follow-Up Email, Broadcast (Hebahan) adalah time sensitive iaitu hantar pada tarikh dan masa yang ditetapkan.

Contoh:

- Send NOW (serta merta)
- 20 September, 8:00 AM

Pada tarikh dan masa ini, e-mel akan dihebahkan kepada semua subscriber yang anda target itu.

Ini sesuai untuk buat tawaran masa terhad, nak buat reminder, dan juga terus aktifkan subscriber supaya terus dapat khabar daripada anda.

Ini juga bermaksud sesiapa yang subscribe mailing list anda selepas tarikh dan masa ini, sudah tentu tidak akan dapat e-mel ini.

Nanti saya akan cover lebih lanjut mengenai pendaftaran autoresponder dan bagaimana nak buat setup (ingat, tak rumit! Ini mudah!) Sekarang anda sudah faham inilah fungsi-fungsi utama autoresponder dan anda sudah tahu kalau nak buat e-mel marketing, wajib kena ada autoresponder.

Apabila anda dapat e-mel dari syarikat-syarikat dan jenama seperti Lazada, Shopee, dll. itu ialah kerja autoresponder, bukan staf hantar satu per satu. Sebenarnya, seorang marketer telah mengarang e-mel itu, tetapkan jadual, dan tekan butang hantar. Siap.

(Dan ya, apabila anda terima e-mel dari saya juga... adakah itu e-mel yang saya tulis secara peribadi, atau kerja autoresponder?) ;)

Sekarang bayangkan apa anda boleh buat dengan kelebihan ini sekarang...

- Anda pergi cuti hujung minggu ini. Anda boleh set e-mel dulu dan dijadualkan untuk hebahan sempena anda pergi makan angin. Bila pulang, boleh check email tengok berapa sales you dapat (hmm... macam income pasif ya!)
- Atau ramai prospek belum take action, belum buat keputusan sebelum ini... boleh follow up dengan e-mel dan hebah kepada semua subscriber sekaligus. Kalau boleh convert beberapa lagi Klien, ini dikira "saving lost sales!"
- Anda ada produk yang anda ingin terus jual atau nak clear stock... boleh e-mel list anda beberapa kali
- Atau anda nak umumkan pelancaran produk baru... boleh mula dengan database sedia ada dan buat internal product launch!
- Mungkin anda ada pelanggan setia dan anda nak beri hadiah sikit... boleh umumkan insentif, bonus, voucher, kupon, dll.

Idea baik memang banyak, dan dengan autoresponder pemasaran e-mel anda boleh serbaguna juga.

Autoresponder Mana Yang Patut Saya Gunakan?

Berbanding dengan zaman Internet awal, sekarang ada banyak jenama besar autoresponder dalam pasaran. Yang biasa didengar termasuk Aweber, GetResponse, MailChimp, Sendlane, ActiveCampaign, dan banyak lagi...

Berdasarkan pengalaman saya, saya cadangkan Aweber kerana:

- ✓ Mudah belajar dan dikuasai
- ✓ Dah bertapak lama sebagai top 3 autoresponder dalam pasaran
- ✓ Support bagus dan pantas
- ✓ Delivery rate boleh tahan
- ✓ Yuran bulanan adalah kos rendah bila start (USD20 sebulan)
- ✓ Dulu boleh start dengan trial, sekarang Aweber tawarkan akaun PERCUMA (tapi dengan fitur-fitur terhad)

Buka Akaun Dengan Aweber PERCUMA

Klik di sini untuk daftarkan akaun anda:

<https://EdmundLoh.com/Aweber/>

Sebagai permulaan, fitur-fitur Autoresponder anda terhad kepada:

- 1 list
- Simpan 500 subscriber max
- Hebah 3,000 e-mel sebulan

Kalau masih baru, boleh start dengan ini dulu. Nanti baru upgrade.

Next level ialah paid iaitu USD20 sebulan dan kapasiti 2,500 subscribers. Yuran bulanan terpulang kepada saiz mailing list anda. Semakin besar list, semakin tinggi yuran bulanan.

Tapi ini masih dikira kos ciput kerana pada tahap USD20 sebulan, anda hanya perlu 1 sale untuk cover kos ini. Dan bila list lebih besar, ini biasa bermaksud bisnes pun bagus juga. :)

Jangan bimbang hal masa depan. Sekarang sign up saja di sini:

<https://EdmundLoh.com/Aweber/>

Bab seterusnya, saya cover semua langkah menggunakan Aweber.

Kalau anda nak pilih Autoresponder lain, tidak apa tapi maklumlah bahawa istilah dan interface akan berlainan walaupun fungsi-fungsi utama adalah sama.

Bagaimana Setup Aweber (Langkah Demi Langkah)

Baik. Anda sudah daftarkan akaun dengan Aweber. (Kalau belum buat, jangan sambung! Pastikan anda sudah daftarkan akaun dengan Aweber kemudian teruskan dengan setup...)

Bahagian di sini lebih cenderung kepada teknikal. Saya sertakan screenshot untuk tiap-tiap langkah. Sekali lagi, setup ini tak rumit seperti sangkaan ramai orang dan yakinkan diri, anda juga boleh buat!

NOTA 1: seperti laman web dan Internet secara umum, kadang-kala anda akan dapati screenshot yang ditepek di sini berbeza sedikit dengan laman web sebenar. Ini adalah kerana pihak Aweber - atau mana-mana website - selalu jalankan update dan kerja naiktaraf dari semasa ke semasa. Tapi perubahan biasanya secara luaran sahaja; secara umum fungsi dan cara menggunakan autoresponder ini sama dan tidak berubah selama bertahun-tahun ini. Jadi kalau anda dapati screenshot dan laman web sebenar lain sikit, jangan panik.

NOTA 2: besar kemungkinan anda akan mula dengan akaun percuma Aweber. Ini bermakna fitur-fitur dalam akaun anda adalah terhad. Akaun saya adalah berbayar jadi anda mungkin dapati ada fitur-fitur yang samada terhad atau tiada dalam akaun anda. Namun begitu, kalau anda baru mula secara kecil-kecilan, akaun percuma boleh digunakan buat sementara waktu. Saya sarankan anda upgrade kepada akaun berbayar nanti bila saiz list e-mel anda berkembang. Saya akan kembali ke topik ini pada hujung bab ini.

Ok jom, kita mula sekarang...

Langkah 1: Setup E-mail List

Apabila anda baru daftarkan akaun Aweber anda, langkah pertama ialah anda kena ciptakan List pertama. Semua subscriber yang bakal anda kumpulkan akan dimasukkan dalam List ini.

List boleh digunakan untuk tujuan-tujuan seperti:

- prospek yang belum beli produk
- pelanggan yang telah beli produk atau perkhidmatan
- affiliate dan ejen
- dan lain-lain lagi

Untuk contoh ini, saya akan ciptakan list untuk prospek yang belum beli produk.

Set Up Your List

[✕ Leave the Setup Process](#)

A list is a group of subscribers who have given you permission to send them broadcasts (one-time messages and newsletters) or campaigns (automated series of messages) via email. Think of it as a group of people or contacts with common interests who want to hear from you.

Your Company Name

A.

Your Company Website

B.

What address would you like to include at the bottom of your emails? [Explain This.](#)

C.

Use a different address

Address 1

C.

Address 2

City

State/Province/Region

Postal Code

Country

What sender name and email address should appear with your emails?

Sender Name

D.

Sender Email

E.

F.

A. Your Company Name: letak nama syarikat di sini. Kalau tak ada syarikat, boleh letak nama sendiri.

B. Your Company Website: laman website sendiri.

C. Address: letak alamat penuh di sini, wajib mengikut akta CANSPAM 2003. Alamat anda akan dipaparkan di bawah sekali (footer) tiap-tiap e-mel yang anda hebahkan. Boleh letak alamat pejabat kalau ada. Kalau tak ada pejabat, letak alamat rumah.

D. Sender Name: letak nama sendiri.

E. Sender Email: alamat e-mel tak boleh pakai akaun percuma seperti Gmail, Yahoo! dan Hotmail. Sebabnya ialah tiada kredibiliti dan tidak diterima autoresponder secara umum. Kena gunakan alamat domain e-mail seperti yourname@yourname.com.

F. Lepas selesai, tekan **NEXT STEP**. (jangan bimbang, butiran yang diisi dalam semua langkah-langkah ini boleh dipinda nanti)

Describe Your List

What would you like to name your list?

List Name

G.

Briefly describe the emails your subscribers are going to receive.

List Description 68/400

H.

Your subscribers will see this description. [Where?](#)

I.

G. List Name: boleh letak apa-apa nama untuk list ini. Boleh juga dipinda nanti. Contoh: bm-webinar-rahsia-produk-digital

H. List Description: tak perlu tulis panjang lebar, penerangan patut jelas dan 'straight to the point'. Subscriber anda akan lihat butiran ini hanya bila/jika nak unsubscribe.

I. Dah selesai, tekan butang **NEXT STEP**.

Approve Your Confirmation Message

✕ Leave the Setup Process

A confirmation message can be sent to a new subscriber when they join your list. It asks for their permission to receive email from you.

By customizing the message your subscribers are more likely to confirm if you use this option. [More Info](#).

Language

Choose a language for pre-approved subject lines and default message content.

J.

Subject line

Choose an approved subject line or request a custom one. This is your current subject line.

K.

[Request a custom subject line](#)

Message preview

This is the confirmation message your subscribers will receive when they sign up for your list.

L.

Please click the button below to confirm that you'd like to receive email from {!listname}.

[Confirm my subscription](#)

Thank you!
{!company_name}

[Edit message content](#)

M.

[Go Back](#)

[Approve Message & Create List](#)

J. Language: secara default, bahasa ialah Inggeris. Kalau nak Bahasa Malaysia, boleh pilih Malay.

(Di seksyen ini, mesej pengesahan ini khususnya untuk double opt-in iaitu nak sahkan subscriber benar-benar nak masuk list ini - saya akan jelaskan dengan lebih terperinci pada hujung panduan ini. Tapi secara am, kita tiada keperluan nak guna double opt-in. Jadi langkah ini tak perlu serius sangat nak setup...)

K. Subject Line: pilihan di sini adalah terhad. Boleh pilih mana-mana subject line yang anda suka.

L. Message Preview: walaupun boleh diabaikan, secara peribadi saya ada mesej sendiri saya akan buat sedikit perubahan di sini. Boleh pakai dan edit templat saya:

Salam {!firstname_fix},

Anda telah minta untuk menyertai list saya NAMA LIST.

Sila klik butang di bawah untuk mengesahkan bahawa anda ingin menerima e-mel dari saya.

BUTTON TEXT: Sahkan Langganan Saya

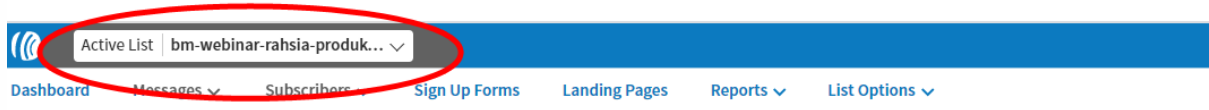
Terima kasih!

{!signature}

M. Double check sekali lagi, baru tekan butang hijau **Approve Message & Create List.**

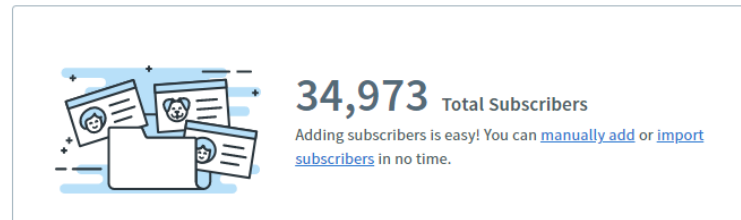
SIAP! Mudah, kan? :)

RAHSIA EMEL MARKETING



Hi there! ❤️

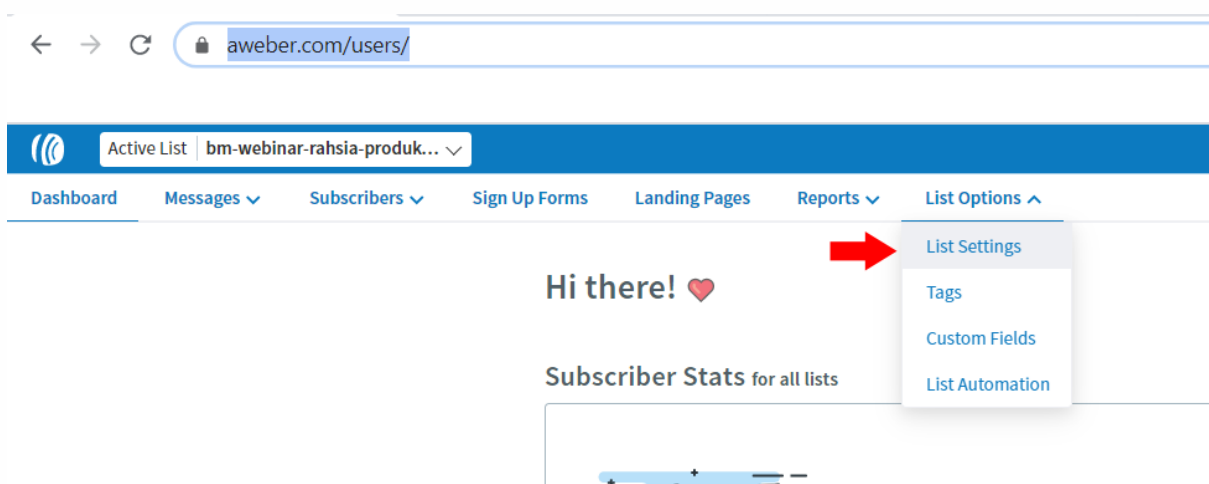
Subscriber Stats for all lists



List anda sudah dicipta. Apabila autoresponder anda mula mempunyai pelbagai list, pastikan List yang anda edit itu betul dan anda boleh pastikan dengan merujuk kepada hujung atas kiri skrin anda.

Ada satu tempat kita kena pergi untuk perkemaskan butiran dan setting List yang kita baru ciptakan.

Dekat menu atas, pergi ke **List Options -> List Settings**.

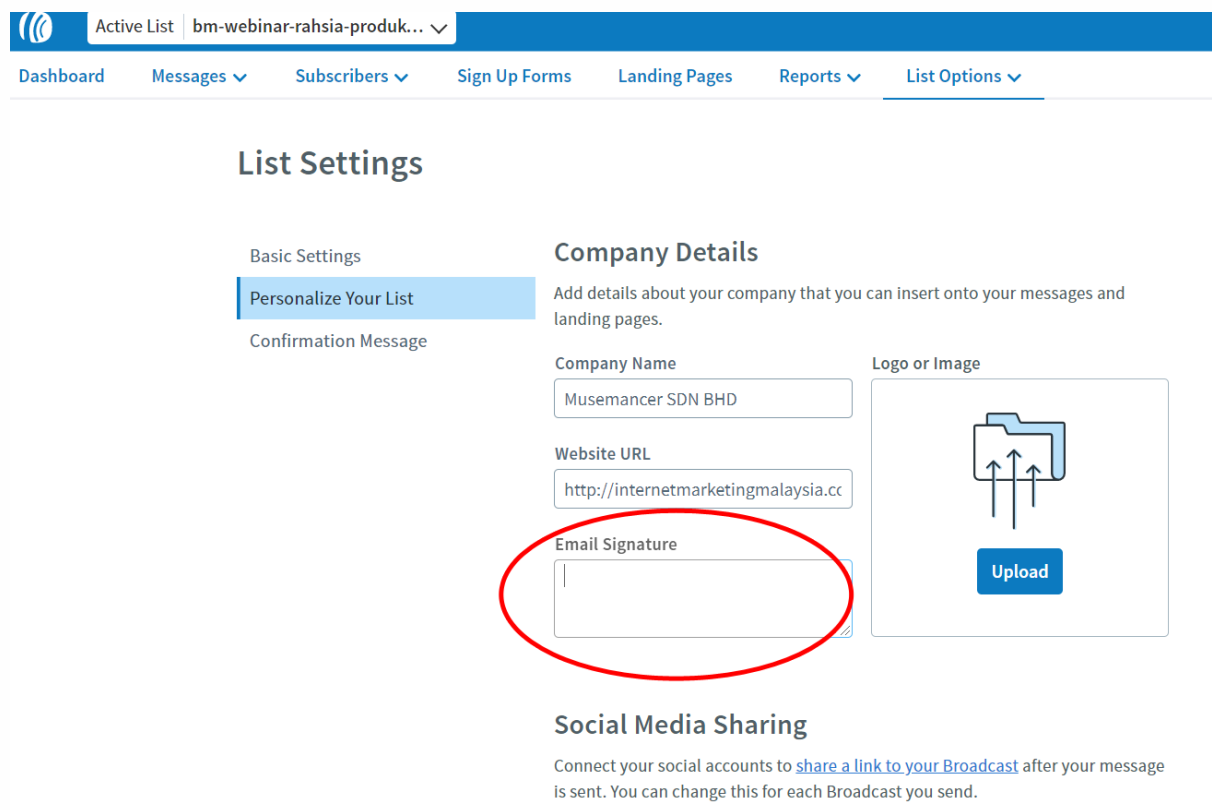


RAHSIA EMEL MARKETING

Di halaman ini, anda sudah pasti kenal butiran-butiran ini kerana anda baru isikan info tadi. Di sini, anda boleh buat apa-apa pindaan kemudian tekan **SAVE ALL SETTINGS**.

Ada dua lagi tempat kita nak pergi dan buat pindaan ringkas.

Pergi ke "**Personalize Your List**" (di menu kiri)



Active List | bm-webinar-rahsia-produk... ▾

Dashboard Messages ▾ Subscribers ▾ Sign Up Forms Landing Pages Reports ▾ List Options ▾

List Settings

- Basic Settings
- Personalize Your List**
- Confirmation Message


Company Details

Add details about your company that you can insert onto your messages and landing pages.

Company Name

Website URL

Email Signature

Logo or Image


Social Media Sharing

Connect your social accounts to [share a link to your Broadcast](#) after your message is sent. You can change this for each Broadcast you send.

Anda akan dapati ruang di Email Signature adalah kosong. Isikan nama sendiri (contoh: Edmund Loh)

Jadi lain kali bila anda pakai tag {signature} ia akan paparkan Email Signature anda.

Semua pilihan di bawah boleh diabaikan. **SAVE ALL SETTINGS**.

Kemudian pergi ke **Confirmation Message** (sekali lagi, di menu kiri)

Sahkan langganan saya


Terima kasih!

{!signature}

[Edit message content](#)

Confirmation Message Settings

AWeber strongly recommends leaving confirmed opt-in on for deliverability reasons. Customers who use a confirmation message see on average **53%** more opens and **155%** more clicks over time from their subscribers.

-  Send a confirmation for AWeber Sign Up Forms
- Send a confirmation for subscriber imports
- Send a confirmation for subscriber added via API [Request to change](#)

Confirmation Success Page

Subscribers go to this page after clicking the link in your confirmation message. The [default success page](#) will be used unless you add a custom success page URL.

Custom success page URL



- Personalize success page with subscriber information (Ex: first name)

[Save All Settings](#)

Di sini, kita nak toggle OFF untuk "Send a confirmation for AWeber Sign Up Forms". Ini kerana kita akan gunakan single opt-in, bermakna subscriber anda tidak perlu buat pengesahan dan masuk terus ke dalam list anda.

Ramai pakar Internet Marketer berdebat isu ini bahawa respons dari subscriber yang buat double opt-in itu lebih bermutu daripada subscriber yang masuk secara terus (single opt-in) tapi rasional saya begini:

- kalau anda buat iklan berbayar, sudah pasti anda nak maksimumkan usaha dan hasil anda. Anda akan rugi kalau kurang leads masuk.

- berdasarkan pengalaman saya buat pasaran e-mel kepada audiens Malaysia, ramai orang tak kenal konsep double opt-in. Oleh itu, kebanyakan mereka tidak tahu mereka perlu sahkan langganan mereka jadi tak masuk list pun (dan mereka terdiri daripada para pelanggan dan hadirin seminar!)

Jadi kesimpulannya: pakai single opt-in. :)

Seterusnya... **Confirmation Success Page**

Inilah laman web yang subscriber anda akan pergi selepas isi borang opt-in. Kalau sudah ada, isikan alamat web di sini. Kalau belum, boleh abaikan dulu dan isikan nanti.

Contoh Confirmation Success Page:

plxtreme.com/freebook/thank-you/

Thanks! We're Preparing Your Book Download...



Check Your Inbox In A Few Minutes. If You Still Didn't Receive It, You Might Want To Check Your Spam Folder To Be Sure.

In The Meantime, I Have Something To Show You...

Click On The Button Below To Get The Private Label Rights To 9 Of My Popular Internet Marketing Titles... For Just \$1 Each!

Jangan lupa klik **SAVE ALL SETTINGS**, ya!

Langkah 2: Ciptakan Opt-In Form

Satu-satunya cara utama prospek dapat masuk list e-mel kita ialah melalui proses yang dipanggil opt-in.

Anda sudah pasti pernah melihat proses ini (cuba fikir balik macam mana anda dapat berkenalan dengan saya dan masuk mailing list saya sejak awal lagi...)

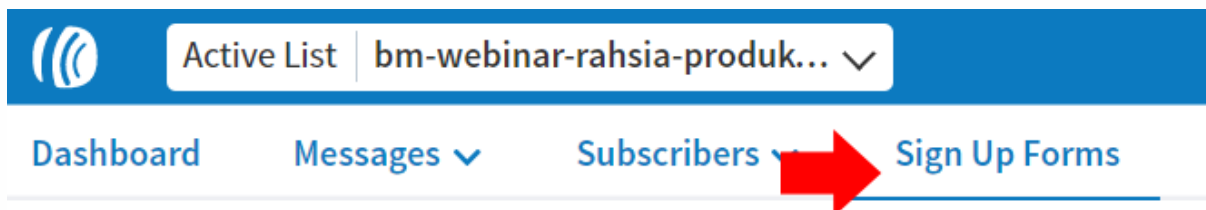
Prosesnya macam ini...

RAHSIA EMEL MARKETING

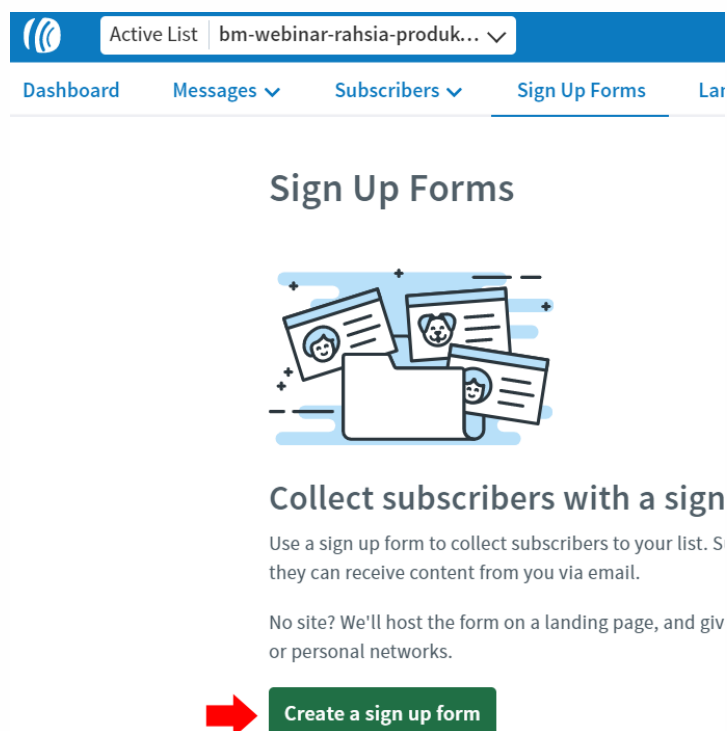
VISITOR -> LANDING PAGE -> THANK YOU PAGE (enter e-mail list)

Mudah, kan? Sekarang kita dah nak masuk Langkah 2 iaitu ciptakan Opt-In Form.

Dalam akaun Aweber anda, rujuk menu di atas dan pilih **SIGN UP FORMS**. (Peringatan untuk pastikan Active List anda adalah betul sekiranya anda pernah ciptakan lebih daripada 1 list)



Seterusnya, klik butang **CREATE A SIGN UP FORM**.



RAHSIA EMEL MARKETING

Dalam interface berikutnya, anda boleh pilih dan edit Design opt-in form anda.

The screenshot shows a 'Design' interface for customizing an opt-in form. At the top, there are tabs for 'Design', 'Settings', and 'Publish'. Below this, there are buttons for 'Hide Template Gallery' and 'Preview'. The main area is divided into several sections:

- Add Fields:** A section for choosing fields to add to the form, with input fields for 'Name' and 'US Address', and a 'Create a New Custom Field' button.
- Form Automation:** A section for adding tags to anyone who submits the form, with a text area for 'Separate tags with commas'.
- Template Gallery:** A section showing various form templates categorized by 'Popular' and 'New'. The 'New' category is selected, showing templates like 'Sale', 'Bright', 'Diagonal', 'Shadow', and 'Simple'.
- Elements:** A section for adding elements to the form, including 'Header', 'Footer', 'Privacy', 'Counter', and 'Powered By'. There are also buttons for 'Add Image', 'Add Divider', and 'Add Text'. Below this, there are settings for 'Form Type', 'Type' (set to 'In-Line'), 'Width' (set to '225 px'), 'Pop-up Behavior' (set to 'Default'), and 'Recurrence' (set to 'Always Display').

At the bottom right, there are buttons for 'Save Your Form' and 'Go To Step 2'.

Untuk pengguna pertama kali, barangkali anda rasa overwhelm sikit, tak mengapa. Yang penting, kena ada Name dan Email.

Anda boleh pilih design yang anda suka dari Template Gallery.

Tip 1: hilangkan Footer, Header, Privacy, Counter, Powered By. Kita tak perlukan semua ini.

Tip 2: Background pun biar lutsinar (transparent) supaya sesuai dibubuhkan di mana-mana Landing Page dalam Langkah 3 nanti.

Tip 3: Butang Submit tukar kepada warna **oren** atau **kuning** untuk lebihkan conversions.

Tip 4: Kalau nak minta nombor telefon, boleh juga, cuma "Create A New Custom Field".

Lepas siap, klik **GO TO STEP 2**.

Settings


Edit your form's properties and choose a thank you page.

Basic Settings Customize your forms properties.

A. Form Name*:
PROSPECTS

B. Thank You Page:
Custom Page
https://plxxtreme.com/freebook/thank-you/
 Open this in a new window

C. Already Subscribed Page:
Custom Page
https://plxxtreme.com/freebook/thank-you/

 Show Advanced Settings

D.

Di bahagian Settings ini:

A. Form Name: boleh bagi apa-apa nama. Ini untuk rujukan anda sendiri. Tiada orang lain boleh lihat.

B. Thank You Page: sama seperti dijelaskan di Langkah 1, inilah halaman web yang subscriber anda akan pergi lepas isikan borang opt-in. Kalau dah ada alamat laman web, isikan di sini sekarang.

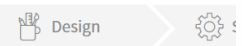
C. Already Subscribed Page: kadang-kala akan ada subscriber yang subscribe lebih daripada satu kali. Biasanya saya ulang saja B. iaitu letak balik alamat Thank You Page di sini.


D. **GO TO STEP 3** lepas selesai. Boleh skip "Show Advanced Settings".

Di halaman berikutnya...

Publish

Place your form on your site.



 **You must save your form before it can be published.**

Your form currently has unsaved changes. If you are ready for these changes to appear on your site, choose save for your form, otherwise continue working.

E.

[Go Back](#) [Save Your Form](#)

Have an integration with a website builder like Weebly or WordPress? You're all set! Head back to that site to complete the configuration.

Klik **SAVE YOUR FORM** saja.



Active List | bm-webinar-rahsia-produk... ▾

Dashboard Messages ▾ Subscribers ▾ Sign Up Forms Landing Pages Reports ▾ List Options ▾

Publish

Place your form on your site.

Who Will Publish This Form To Your Website?



I Will Install My Form

You are comfortable with HTML and have access to edit your pages

Javascript Snippet
The Quick and Easy Version

Raw HTML Version
Advanced Design Customization

Recommended

- If you change your form here, you won't have to update your website.
- Track statistics in your account.

You can paste the snippet below anywhere between the body tags of your website:

6.

```
<div class="AW-Form-1418709083"></div>  
<script type="text/javascript">(function(d, s, id) {  
  var js, fjs = d.getElementsByTagName(s)[0];  
  if (d.getElementById(id)) return;  
  js = d.createElement(s); js.id = id;  
  js.src = "//forms.aweber.com/form/83/1418709083.js";
```



My Web Designer Will Install My Form

Send an email to your designer containing the HTML and the instructions they need

Ok sekarang anda sudah ciptakan Sign Up Form anda.

Ada 3 pilihan: anda akan pilih "I Will Install My Form" (pilihan pertama) dan ia akan tunjukkan kod Javascript.

Anda boleh copy paste ini nanti ke dalam Landing Page anda.

Langkah 3: Embed Kod Ke Dalam Landing Page

Oleh kerana terdapat banyak jenis page builder dan cara untuk membina laman web hari ini, saya akan gunakan page builder OptimizePress sebagai contoh bagaimana saya nak embed kod ke dalam Landing Page.

Maklumlah, bagi tiap-tiap page builder yang berlainan ada cara sendiri untuk embed kod. Tapi secara amnya, nak embed kod itu kena buka elemen "Custom HTML", copy paste masuk kod dari Langkah 2, dan borang Opt-in itu akan muncul dalam laman web.

Kalau tak kepastian, boleh merujuk kepada dokumentasi atau support page builder yang anda pakai.

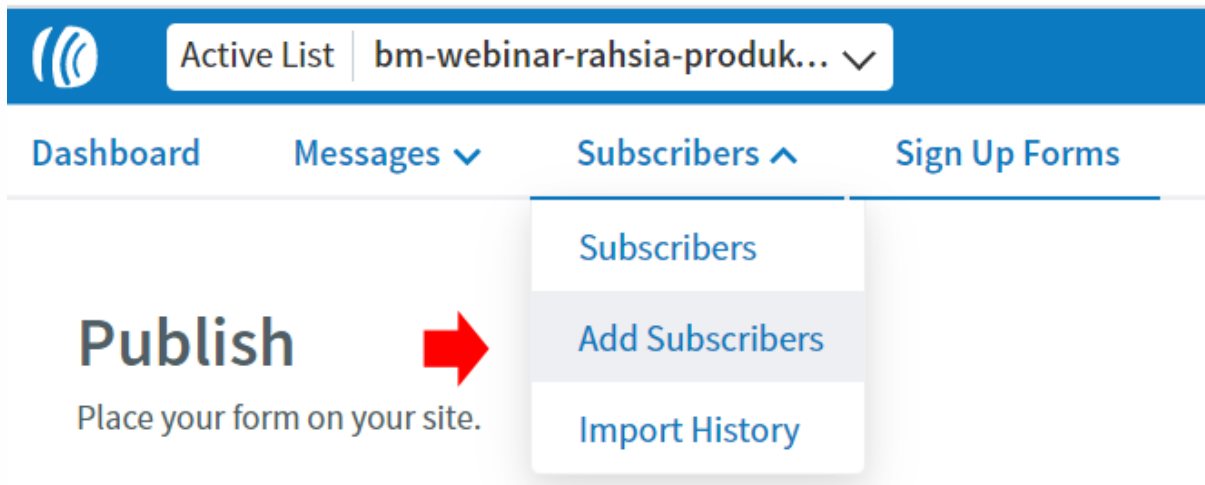
Langkah 4: Add Subscriber Secara Manual

Kadang-kala anda ada prospek atau pelanggan yang telah beli barang anda, tapi anda kena add mereka secara manual ke dalam mailing list anda.

Saya tunjukkan semua step di bawah.

NOTA: anda boleh sediakan fail CSV (exported leads) atau fail teks yang mengandungi butiran dalam format NAMA, EMEL dan NO TELEFON (optional)

Dalam akaun Aweber anda, pergi ke **Subscribers -> Add Subscribers**.



Who Will Publish This Form To Your Website?

Di sini, pilih **IMPORT MULTIPLE**.

Add Subscribers



Add subscribers to your list

You can manually import subscribers one at a time. Have more than 10 subscribers to subscribers or upload a file containing their information. [Learn more about adding su](#)

Have subscribers from another service that you'd like brought into AWeber? Click "Have Migration specialists will transfer in your subscribers - and content - for free!"

Add one at a time

Import multiple

Have AWeber do it for me



Dari sini, anda kena ikut 5 langkah untuk import subscribers.

Pertama sekali, anda boleh pilih untuk muatnaik fail CSV (kalau ada)

RAHSIA EMEL MARKETING

Atau copy paste senarai subscribers seperti contoh format dalam screenshot ini.

Import Subscribers

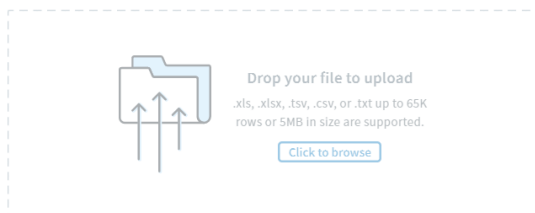
Upload or import subscribers to the **bm-webinar-rahsia-produk-digital** list.

- 1 Import Subscribers
- 2 Map Subscriber Info
- 3 Confirm Opt-in
- 4 More Options
- 5 Background Info

Add subscribers you want to import to **bm-webinar-rahsia-produk-digital** list

Read our [Imports Guidelines](#) to learn more about our best practices. To add a single subscriber, you can also use the Add a Subscriber form

Drop or browse to upload your file



Type or paste subscribers

OR

```
NAMA, EMEL@EMEL.COM, NO TELEFON
John, johnsmith@gmail.com, 60123456789
Ali, aliahmad@yahoo.com, 60123456789
Siti, sitisiti@hotmail.com, 60123456789
```

Separate each field with a comma and enter each subscriber on a new line.

Next: Map fields

Kemudian klik **NEXT: MAP FIELDS**.

Map the data you want to include to your subscriber fields

Email is the only required subscriber field. If you don't want to include a detail, simply skip mapping that column, or select "Skip" from the menu.

| Column headers | Subscriber fields |
|----------------|---|
| NAMA | <input checked="" type="radio"/> First Name |
| EMEL@EMEL.COM | <input checked="" type="radio"/> Email |
| NO TELEFON | <input type="radio"/> Select a field |

Start over

Next: Confirm Opt-in

Di sini, anda perlu kaitkan Subscriber Field dengan butiran yang betul.

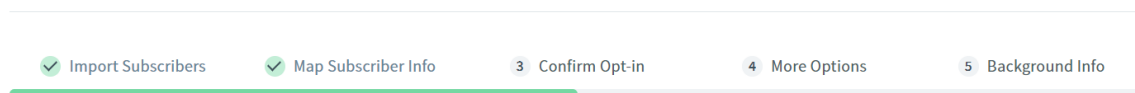
Nama dan E-mel memang dah ada.

Bagi No Telefon (atau Custom Fields lain) kena buat baru. Anda boleh ciptakan Field baru dan beri nama "No Telefon".

Selepas ini, klik **NEXT: CONFIRM OPT-IN**.

Import Subscribers

Upload or import subscribers to the **bm-webinar-rahsia-produk-digital** list.



Decide if you want new subscribers to confirm their subscription to this list [?](#)

- No, they do not need to confirm to join my list
- Yes, send my confirmation message to my new subscribers

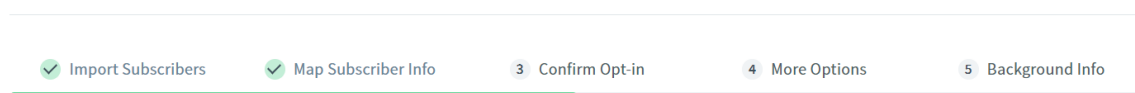
Back

Next: More Options

Tak perlu buat apa-apa pindaan. Klik **NEXT: MORE OPTIONS**.

Import Subscribers

Upload or import subscribers to the **bm-webinar-rahsia-produk-digital** list.



Decide if you want new subscribers to confirm their subscription to this list [?](#)

- No, they do not need to confirm to join my list
- Yes, send my confirmation message to my new subscribers

Back

Next: More Options

Di sini anda ada pilihan untuk buat tagging kepada Subscribers anda.

Bagi advanced email marketers, fungsi ini ada kegunaan. Tapi kalau anda masih newbie, tak perlu buat apa-apa di sini. Saya pun tak selalu pakai function ini.

Klik **NEXT: BACKGROUND INFO.**

Import Subscribers

Upload or import subscribers to the **bm-webinar-rahsia-produk-digital** list.

✓ Import Subscribers ✓ Map Subscriber Info ✓ Confirm Opt-in ✓ More Options 5 Background Info

How did these subscribers join your list? ?

- They signed up on my website
- They gave me their info in person
- They bought my product or service
- I purchased this list
- Other

Let us know if you are importing these subscribers from another email provider

- No, they are not coming from another provider
- Yes, they are coming from another provider

Back Submit your import

Ok step ini penting. Kena nyatakan sumber leads ini datang dari mana.

AMARAN! Autoresponder seperti Aweber ada syarat-syarat ketat untuk kemasukan leads ini. Jadi jangan cuba buat benda yang bukan-bukan seperti import leads dari sumber yang tak sah, spam, dan yang seumpamanya.

Yang penting, ini semua leads yang genuine iaitu mereka kenal anda, mereka dah sedia maklum akan masuk mailing list anda (contoh: pelanggan, prospek)

Jadi boleh pilih mana-mana jawapan yang tepat (yang kena highlight itu, biasanya pilihan saya)

Lepas itu, tekan **SUBMIT YOUR IMPORT** dan dah selesai.

Bagaimana Nak Setup Kempen E-Mel Dalam Aweber

Nasihat saya sebelum kita mulakan bab ini: karang semua e-mel anda dalam aplikasi Notepad atau Word. Nanti mudah kita copy paste masuk Aweber.

Sekarang saya anggap anda sudah daftarkan akaun anda dengan Aweber (kalau belum buat, daftar sekarang: <https://EdmundLoh.com/Aweber>)

Juga pastikan anda sudah ciptakan sekurang-kurangnya 1 List dalam akaun Aweber anda - kalau belum juga, rujuk balik bab sebelum ini dan buat sekarang!

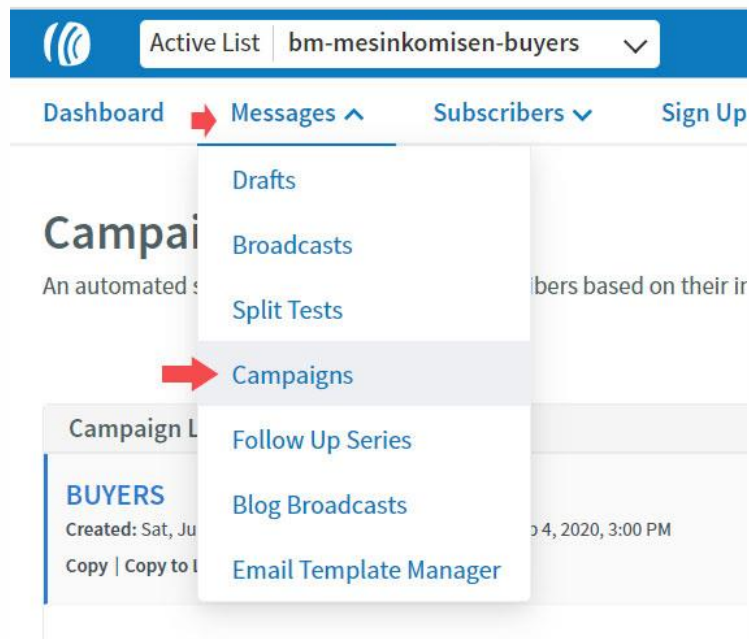
Dan kalau anda pakai autoresponder lain, panduan dalam bab ini mungkin tak begitu tepat kerana interface lain, istilah pun lain sikit walaupun semua autoresponder mempunyai fungsi yang serupa.

Bagaimana Nak Setup Kempen E-Mel Follow-Up

Langkah 1: Dalam akaun Aweber, pilih **Messages -> Campaigns**.

PERHATIAN: Jangan pilih Follow-Up Series ya. Bukannya salah, cuma setup ini cara lama, saya ajar cara baru dan lebih fleksibel.

RAHSIA EMEL MARKETING

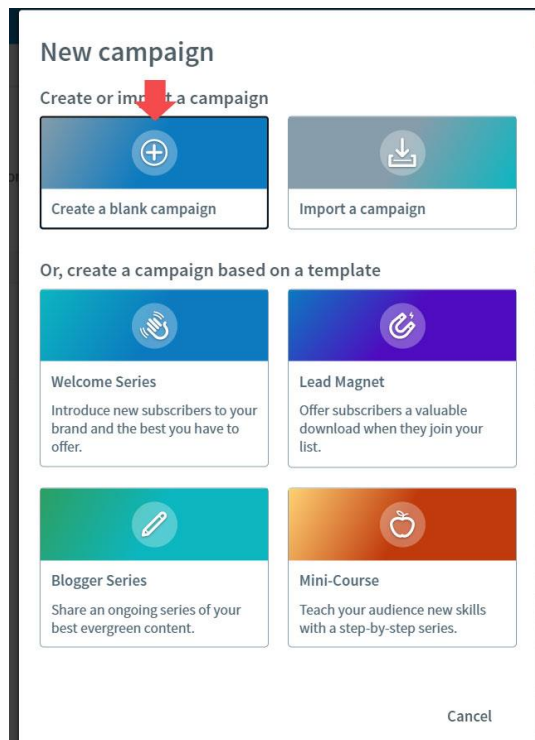


Klik butang hijau paling kanan **Create A New Campaign**.



Dalam window ini, pilih **Create A Blank Campaign**.

RAHSIA EMEL MARKETING



Boleh bagi apa-apa nama untuk kempen ini. Tiada lain orang akan tahu secara umum; ini untuk kegunaan sendiri. Lepas itu **CREATE**.

New campaign

Give your campaign a name:

Don't worry, you can always change this later.

Cancel

Create

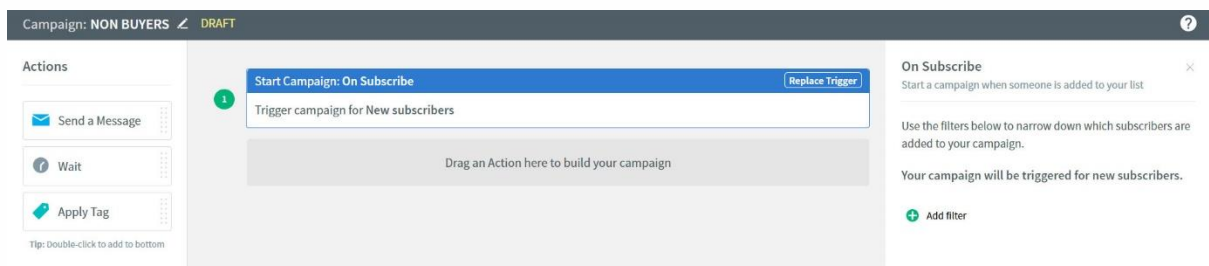
Langkah 2: Baik, sekarang kita dah ciptakan kempen ini. Kita boleh buat 3 perkara secara am:

- Tambah / Delete Mesej E-mel
- Tetapkan Jadual (interval or wait)
- Apply Tag

RAHSIA EMEL MARKETING

Cara setup kempen ini ialah secara visual dan drag and drop. Nanti bila anda dah buat sikit setup, anda akan faham setupnya macam mana juga.

Pertama sekali, klik "**On Subscribe**".



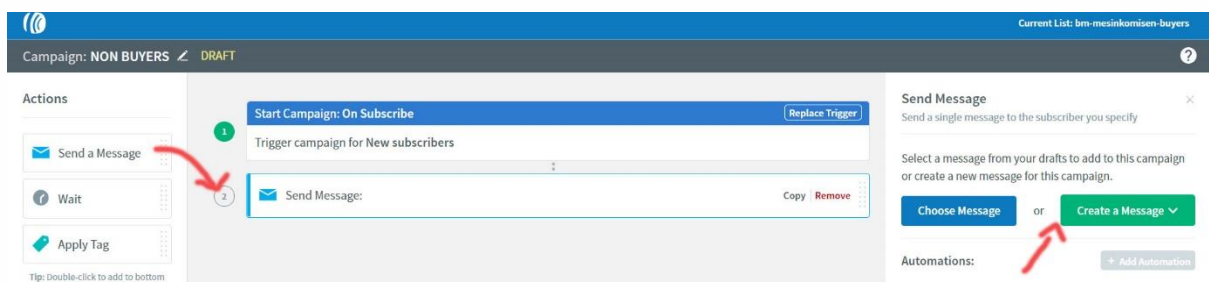
Ini bermaksud bila subscriber dah daftar nak masuk mailing list ini, kempen ini akan trigger.

Belum faham lagi? Tak apa, kita teruskan.

Langkah 3: Kita add e-mel pertama kita.

Perhatikan 3 pilihan Actions di sebelah kiri. Gunakan tetikus untuk drag and drop elemen ke dalam interface utama.

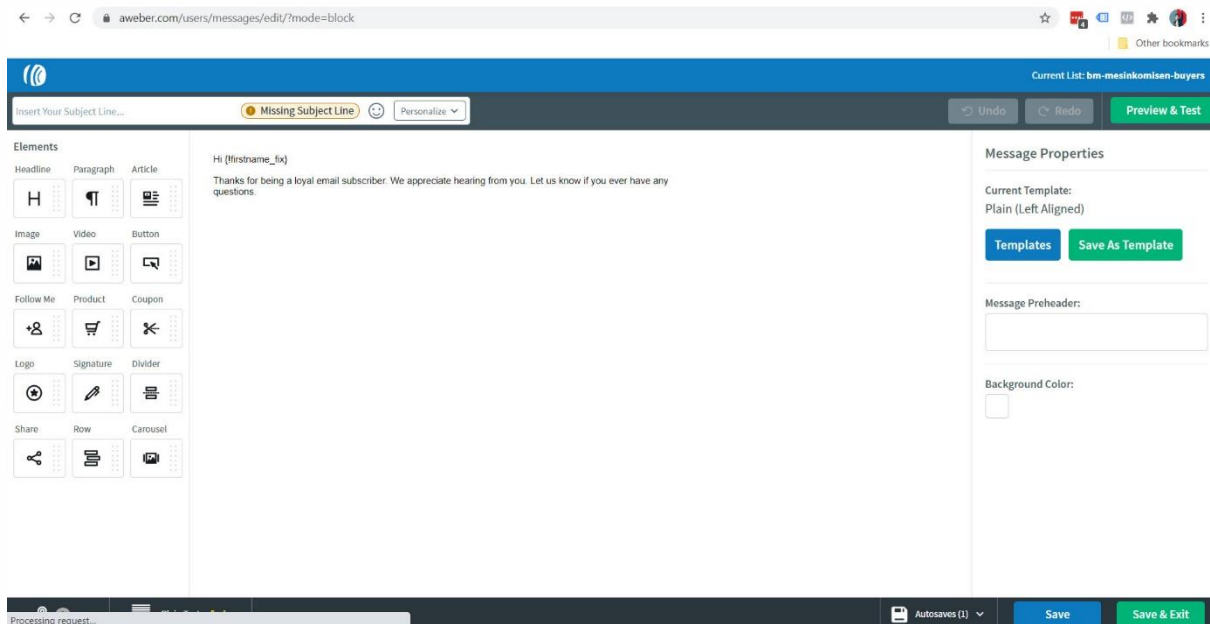
Kita pilih **Send A Message**.



RAHSIA EMEL MARKETING

Lepas drag & drop, next kita nak pilih **Create A Message** di sebelah kanan.

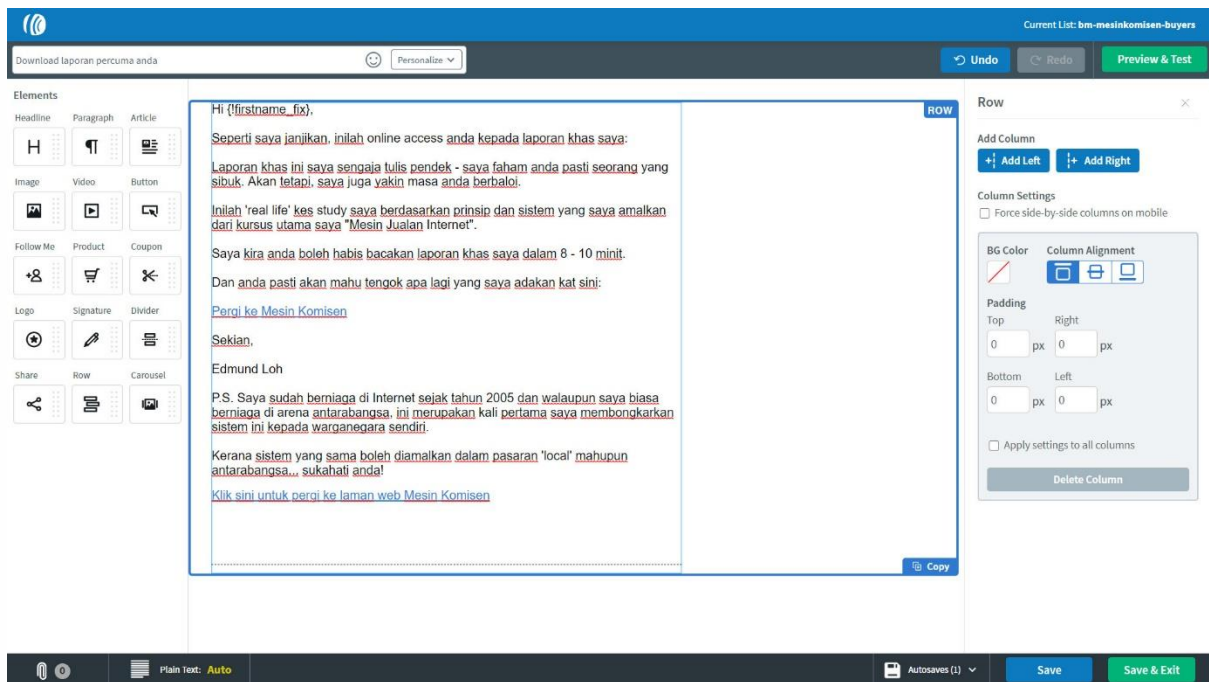
Akan ada dropdown menu, pilih **Email Drag & Drop Builder**.



Ini adalah interface di mana kita nak tulis e-mel. Boleh tulis sini terus, atau saya galakkan anda tulis dalam Notepad atau Word dulu nanti boleh copy paste sini saja. Kemudian anda boleh format dan perkemaskan e-mel anda.

Ini contoh preview:

RAHSIA EMEL MARKETING



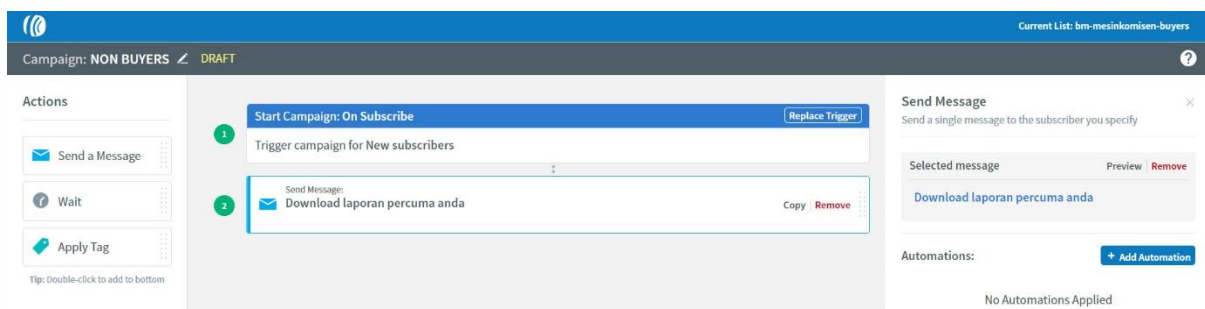
Beberapa poin saya nak tekankan bila mengarang dan format e-mel:

- **Subject Line:** masukkan tajuk e-mel (jangan lebih 45-50 character, di bawah 25-30 kalau nak mobile compatible juga)
- **Elemen:** semuanya drag and drop, boleh pilih dari senarai di sebelah kiri. Elemen semuanya asas, jelas dan mudah digunakan. Saya sarankan sebagai test awal, cuba saja semua elemen supaya anda faham kegunaan masing-masing. Jangan bimbang, e-mel ini hanya draft dan takkan dihantar kepada subscriber secara tidak sengaja.
- **Format e-mel anda:** boleh tukar rupa dan saiz font (Arial, 16 lebih baik)
- **Paragraph:** semua teks biasa dan kandungan akan masuk sini.

RAHSIA EMEL MARKETING

- **Personalize Tag:** antara tag-tag yang biasa digunakan ialah {!firstname_fix}. Ini merujuk kepada First Name bila subscriber isikan info ini di opt-in form. Ada tag-tag lain yang boleh digunakan, tapi First Name biasanya paling kerap digunakan. Anda boleh masukkan tag dengan memilih "Personalize".
- **Masukkan link:** lebih baik hyperlink teks daripada membongkarkan URL (begini boleh dapatkan lebih banyak sikit clickthrough)
- **Boleh masukkan imej kalau nak:** disarankan maksimum 1
- **Divider:** saya cadangkan letak Divider di paling hujung bawah sekali. Sebab setiap e-mel yang dihebah akan masukkan juga alamat anda bersama option unsubscribe link. Tak elok kalau kandungan e-mel dekat sangat. Jadi letak Divider, boleh juga letak 3 spacing macam saya buat dalam e-mel ini.

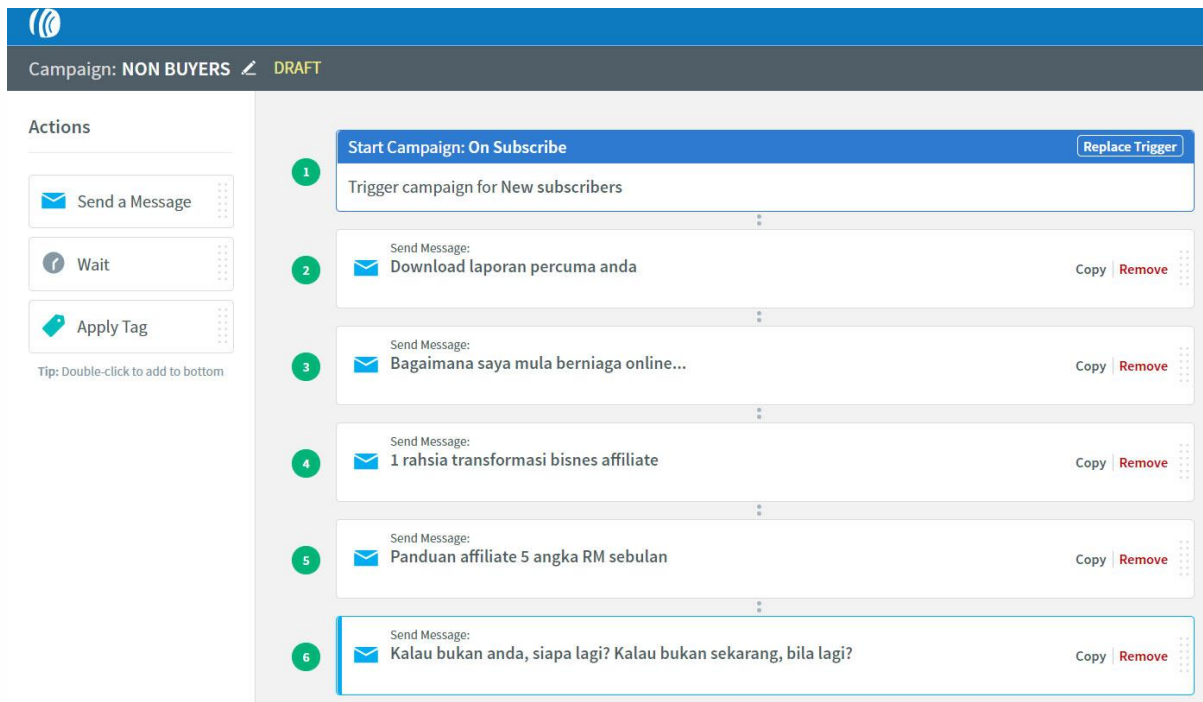
Pastikan e-mel ini dah elok dan kemas, semuanya betul, baru klik **Save & Exit**.



Sekarang kita ada e-mel pertama dalam kempen ini! Ini bermaksud siapa yang subscribe, akan dapatkan e-mel ini dengan serta merta.

Langkah 4: Tentukan jadual selang hari

Bila nak letak e-mel kedua, ketiga dan seterusnya, kita ulang balik langkah 3.



Tapi kalau buat begini, setup sekarang bermaksud subscriber akan terima SEMUA e-mel ini sekaligus! Sudah tentu kita tak nak itu berlaku.

Jadi kita kena setup **WAIT**.

Pilih Wait dari menu sebelah kiri, drag and drop masuk interface ini seperti biasa.

RAHSIA EMEL MARKETING

Campaign: NON BUYERS DRAFT

Current List: bm-mesinkomisen-buyers

Actions

- Send a Message
- Wait
- Apply Tag

Tip: Double-click to add to bottom

- Start Campaign: On Subscribe (Replace Trigger)
Trigger campaign for New subscribers
- Send Message: Download laporan percuma anda
Copy Remove
- Wait: 1 day before performing the next action
Time: 9:00 am on Any Day
Copy Remove
- Send Message: Bagaimana saya mula berniaga online...
Copy Remove
- Send Message: 1 rahsia transformasi bisnes affiliate
Copy Remove
- Send Message: Panduan affiliate 5 angka RM sebulan
Copy Remove

Wait

Choose how long to wait before your next action

Set Interval

Perform the next action 1 days after the previous action.

Set Custom Time

Day

| | | | | | | |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Sun | Mon | Tue | Wed | Thu | Fri | Sat |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|

Selected days are shaded blue

Time

9am

12:00 4:00 8:00 Noon 4:00 8:00 12:00

+ Add New Send Window

Cancel Save & Exit

Kita selit Wait action ini di antara e-mel-e-mel ini. Dah masuk akal sekarang kan?

Ya, sekarang kita tengah tentukan jadual selang sehari (atau beberapa hari, terpulang) dan kalau nak, boleh juga set masa subscriber terima e-mel.

Tip: dalam kempen follow-up e-mel, selang sehari lebih baik, jangan lebih lama. Dan masa e-mel baik letak waktu pagi 8:00 AM - 10:00 AM. Melainkan ada sebab nak buat masa lain, waktu pagi biasanya dapat respons lebih.

Ulangi penambahan Wait sehingga kempen rupa macam ini:

RAHSIA EMEL MARKETING

Current List: bm-mesinkomisen-buyers

Campaign: NON BUYERS DRAFT

Actions

- Send a Message
- Wait
- Apply Tag

Tip: Double-click to add to bottom

Wait: 1 day before performing the next action
Time: 9:00 am on Any Day

Send Message: Bagaimana saya mula berniaga online...

Wait: 1 day before performing the next action
Time: 9:00 am on Any Day

Send Message: 1 rahsia transformasi bisnes affiliate

Wait: 1 day before performing the next action
Time: 9:00 am on Any Day

Send Message: Panduan affiliate 5 angka RM sebulan

Wait: 1 day before performing the next action
Time: 9:00 am on Any Day

Send Message: Kalau bukan anda, siapa lagi? Kalau bukan sekarang, bila lagi?

Wait configuration:
Choose how long to wait before your next action
Set Interval: Perform the next action 1 days after the previous action.
Set Custom Time: Day (Sun-Sat), Time (9:00 am)

+ Add New Send Window

Cancel Save & Exit

Kalau dah siap, dah confirm, baru **SAVE & EXIT** di hujung bawah kanan sekali.

Sekarang Campaign List ini dalam Draft mode.

Campaigns

An automated series of messages sent to subscribers based on their interactions.

| Campaign List | Status |
|---|--------|
| NON BUYERS Created: 27 minutes ago Last Updated: 1 minute ago Delete Copy Copy to List Sharing Options | Draft |
| BUYERS | |

Activate Campaign

Klik butang kanan untuk **Activate Campaign** - dan siap!

| Campaign List | Status |
|---|--------|
| NON BUYERS Created: 27 minutes ago Last Updated: now Copy Copy to List Sharing Options | Active |

RAHSIA EMEL MARKETING

Kempen anda sudah aktif. Kalau nak test, cuba opt-in sendiri tengok ada terima e-mel ke tidak.

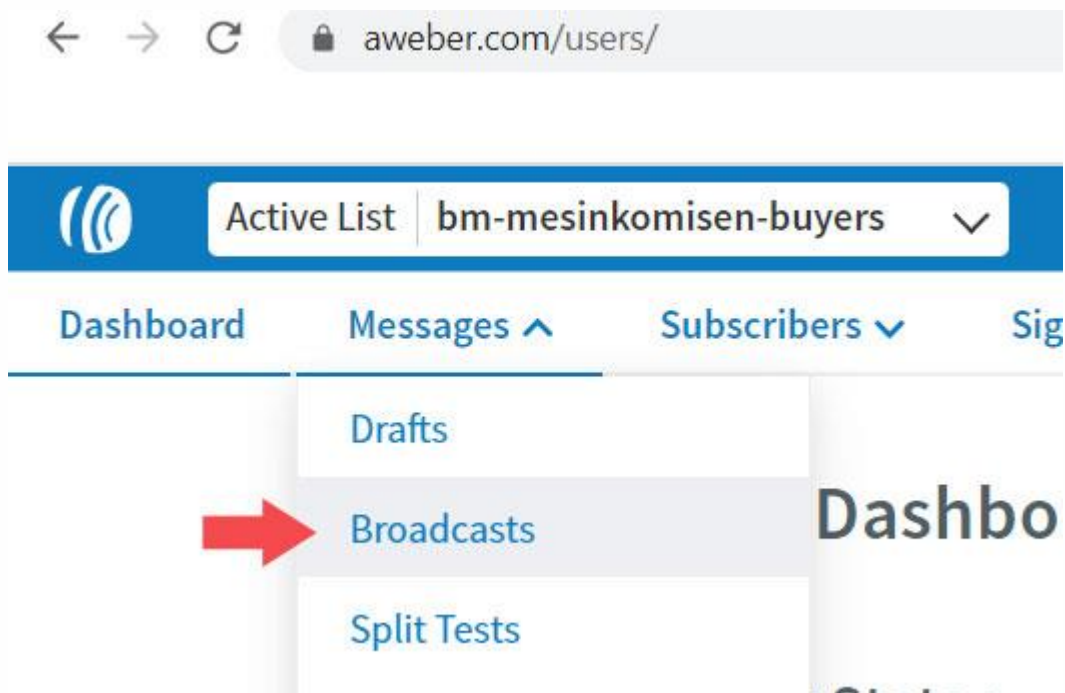
Jangan bimbang, kalau nak edit, boleh balik dan buat ubahsuaian nanti.

Dan kalau tak nak list ini lagi, boleh tukar status kepada Pause Campaign atau Stop Campaign.

Bagaimana Nak Buat Broadcast (Hebahan)

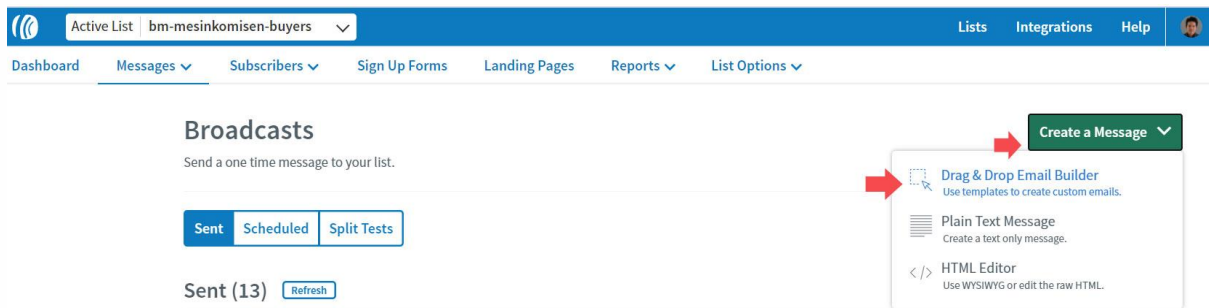
Nak buat Broadcast lebih terus terang prosesnya.

Di menu atas, pergi ke **Messages -> Broadcast**. Peringatan bahawa anda telah pilih List yang betul (rujuk balik "active list" di hujung atas kiri)

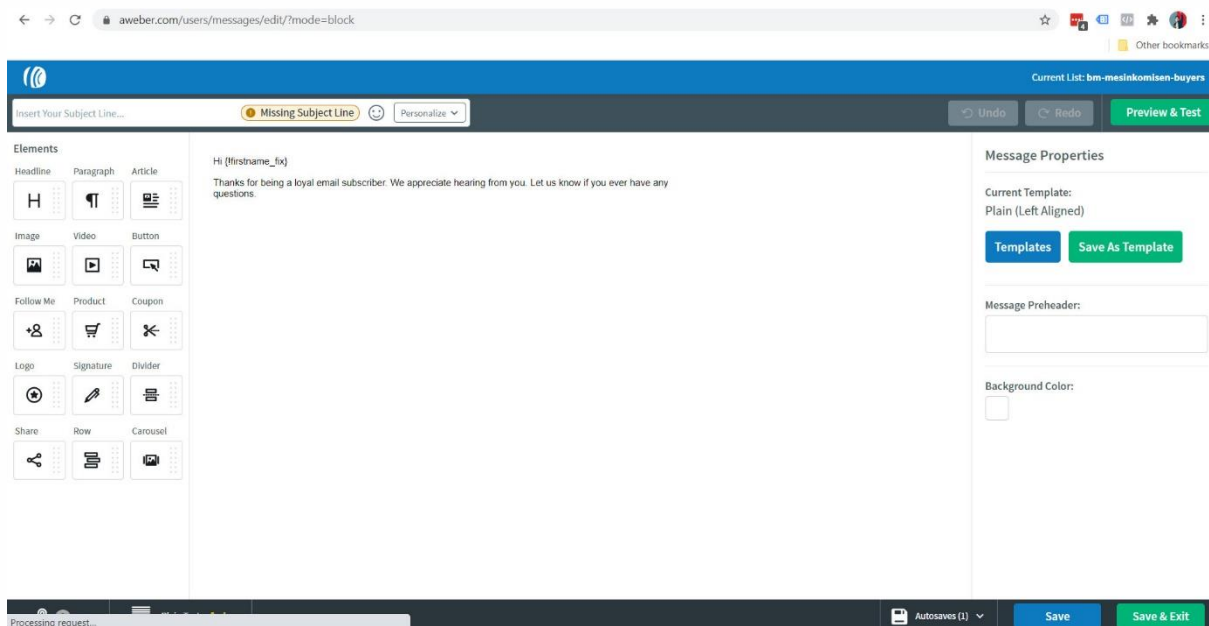


RAHSIA EMEL MARKETING

Seterusnya, klik butang hijau paling kanan **Create A Message** kemudian pilih **Drag & Drop Email Builder**.



Di sini, anda boleh karang e-mel anda.



Kalau dah tulis e-mel dalam Notepad atau Word, boleh copy paste isi kandungan masuk.

Dan seperti pernah diajar tadi, anda boleh:

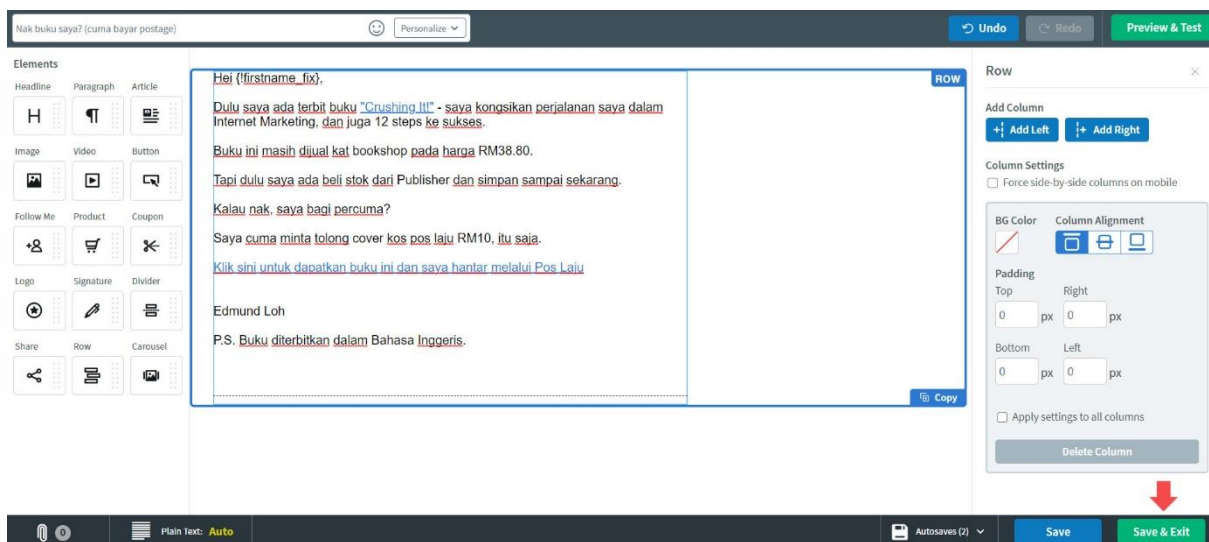
RAHSIA EMEL MARKETING

Subject Line: masukkan tajuk e-mel (jangan lebih 45-50 character, di bawah 25-30 kalau nak mobile compatible juga)

Format e-mel anda: tukar rupa dan saiz font (Arial, 16 lebih baik)

Masukkan link: lebih baik hyperlink teks daripada membongkarkan URL (begini boleh dapatkan lebih banyak sikit clickthrough)

Boleh masukkan imej kalau nak: disarankan maksimum 1



Lepas buat pemeriksaan semula dan sah semua ok, baru klik **SAVE & EXIT**.

Sekarang e-mel ini baru dalam keadaan DRAFTS.

RAHSIA EMEL MARKETING

Drafts

Create and send your draft messages here.

Create a Message ▾

Drafts | Blog Broadcast Drafts

Select All | Delete

Nak buku saya? (cuma bayar postage)
Created: 8 minutes ago | Modified: 2 seconds ago
[Send a Test](#) | [Delete](#) | [Copy](#) | [Copy to List](#) | [Spam Score](#)

Send Options ▾
Schedule a Broadcast
Add to Follow Up Series

Preview: [HTML](#) | [Plain Text](#) | [Edit](#)

Hei {firstname_fix},

Dulu saya ada terbit buku "[Crushing IT!](#)" - saya kongsiikan perjalanan saya dalam Internet Marketing, dan juga 12 steps ke sukses.

Buku ini masih dijual kat bookshop pada harga RM38.80.
Tapi dulu saya ada beli stok dari Publisher dan simpan sampai sekarang.

Kalau nak, saya bagi percuma?
Saya cuma minta tolong cover kos pos laju RM10, itu saja.
[Klik sini untuk dapatkan buku ini dan saya hantar melalui Pos Laju](#)

Edmund Loh
P.S. Buku diterbitkan dalam Bahasa Inggeris.

Nak jadualkan emel ini untuk hebahan, klik **SEND OPTIONS -> SCHEDULE A BROADCAST**. Satu window akan muncul.

Broadcast Settings

Subject: Nak buku saya? (cuma bayar postage) [↗](#)

A. Do you want to share this message? [Edit](#)

Broadcast Archive: **Enabled** | Facebook: **Don't Share** | Twitter: **Don't Share**

B. Who should receive this message? [Edit](#)

Current List: **bm-mesinkomisen-buyers** | Send to Segment: **Active Subscribers**

C. When should this message be sent? [Edit](#)

Send: **Immediately**

D. Do you want tag automations? [Edit](#)

Automations: **0 Applied**

Message Options

- E.** Track clicks on website links in this message. Click automations require click tracking.
- Email me when QuickStats are available

F. [Cancel](#) [Send Message Now](#)

A. Boleh abaikan.

RAHSIA EMEL MARKETING

Broadcasts

Send a one time message to your list.

Create a Message 

Sent Scheduled Split Tests

Scheduled (1)

Nak buku saya? (cuma bayar postage)

This will be sent to "Active Subscribers".

 Scheduled for:
Oct 10, 2020, 08:00 AM GMT+8

Unschedule

[Send a Test](#) | [Preview Message](#) | [Copy to Drafts](#) | [Copy to List](#)  | [Settings](#)

First Prev 1 Next Last

Siap! Anda boleh lihat butiran e-mel ini dah masuk senarai Broadcast dalam List anda. :)

Pemasaran E-Mel: Growth Hacking

Kandungan dalam bab ini adalah berdasarkan nota dan kajian saya dari menghadiri persidangan 3 hari Traffic & Conversion Summit di San Diego, Amerika Syarikat. Saya juga telah lakukan banyak ujian melalui kempen e-mel saya, tapi apa pun saya masih nasihatkan anda buat test sendiri dan selalu memperbaiki kemahiran pemasaran e-mel anda.

1. Saiz font untuk teks dalam e-mel: 16

Didapati saiz 16 adalah lebih selesa untuk dibaca oleh audiens pertengahan umur dan warga emas, dan mudah dibaca dalam telefon bimbit dan mobile tablet. Elakkan saiz 12 - 14 kerana dianggap kecil dan susah dibaca.

2. Imej dalam e-mel: maksima 1

Menggunakan lebih daripada 1 imej meningkatkan kebarangkalian e-mel anda akan disangkut dalam spam folder.

3. Best time to send email?

8:00 - 10:00AM local time berdasarkan time zone subscriber.

Tapi ini tidak bermaksud anda hanya jadualkan e-mel untuk dihantar pada waktu pagi sahaja. Anda boleh rawakkan e-mel anda untuk dihantar waktu malam 8:00PM - 9:00PM pada masa kebanyakan orang dah habis kerja dan balik rumah bersantai.

4. Best day to send email?

Dulu pakar-pakar dapati hari Selasa dan Khamis mencatatkan open rates tertinggi dalam minggu, tapi saya anggap statistik ini adalah kurang relevan hari ini. Ini adalah kerana

(a) statistik ini berasal dari product launch zaman 2000-2010, sebelum era mobile phone dan mobile tablet

(b) sekarang, pengguna Internet dan mobile lebih kerap online berbanding masa dulu. Mereka boleh semak e-mel mereka dan buat keputusan membeli pada bila-bila masa dan tak semestinya di rumah dan pejabat sahaja.

5. Elak menggunakan perkataan-perkataan seperti...

Money

Guarantee

Work From Home

Credit Card

Free

Trial

Opportunity

Income

Profit

Sebenarnya senarai ini lebih panjang - boleh rujuk di sini:

<https://www.autopilotHQ.com/blog/email-spam-trigger-words/>

Sebab utamanya ialah kombinasi perkataan di atas akan trigger spam, dan e-mel anda besar kebarangkalian akan masuk spam folder dan tidak dibaca subscriber.

Ini tidak bermaksud anda langsung tak boleh pakai perkataan-perkataan ini, cuma saya sarankan berhati-hati dan kalau boleh, elakkan daripada menggunakan atau gantikan dengan perkataan lain.

Walaupun senarai ini terhad kepada Bahasa Inggeris, elok juga amalkan tabiat berwaspada waima dalam Bahasa lain.

6. 3 Line Spaces

Lepas sign off e-mel anda, letak 3 spacing (enter 3 times...) supaya footer dan unsubscribe link jauh sikit dan tak terlalu dekat.

Saya pernah test 10 line spacing, Aweber atau mana-mana autoresponder takkan terima perbuatan ini dan boleh auto-detect. 3 line ialah maksimum.

7. Hyperlink The Text

Apabila kongsi link (pautan) dalam e-mel, elok jangan pakai macam ini:

<https://internetmarketingmalaysia.com/>

Sebaliknya hyperlink teks Call-To-Action macam ini:

[Get started now](#)

[Click here to download now](#)

[Get instant access today](#)

8. Kalau nak beri alamat web penuh pun...

Eja alamat macam ini (Camel Case):

www.InternetMarketingMalaysia.com

Ada lebih authority sikit dan mudah baca berbanding dengan www.internetmarketingmalaysia.com

9. Link: Top Middle Bottom

Dalam kandungan e-mel anda, anda nak ulang call to action 2-3 kali, maksimum 4 kalau e-mel panjang sikit.

Biasanya tempat nak letak link adalah di atas (above the fold), di tengah, dan akhir sekali.

10. Readability

Setiap perenggan ada 1 - 3 line maksimum supaya mudah baca dan hadam oleh subscriber dan pelanggan.

11. Subject Line - maks 50 characters

Kalau boleh, di bawah 30 characters supaya boleh dibaca penuh dalam mobile phone juga.

12. 7 is better than seven

Maksudnya lebih baik tulis digit, angka dan bukan eja penuh. Kalau anda rujuk balik headline dalam surat khabar dan news site, anda akan dapati nombor-nombor yang tertera selalunya digit dan bukan perkataan.

13. Jangan Sebut Harga!

Sekurang-kurangnya jangan sebut dalam e-mel. Boleh beri petanda, tapi jangan bocorkan harga (biar sales page yang buat jualan dan penjelasan penuh) sekali lagi, tugas e-mel ialah pre-sell iaitu "sell the click" dan hantar prospek ke sales page. Jangan sesekali tampil semua kandungan sales page dalam e-mel!

Kalau anda jual perkhidmatan atau produk berharga tinggi, sudah tentu prospek anda akan tumpukan perhatian ke atas harga sahaja dan tiada peluang melihat nilainya.

14. Amalkan tabiat menyimpan swipe emails.

Kalau anda subscribe ke list otai lain, apabila anda terima e-mel yang anda suka, didapati menarik, anda boleh save dan simpan dalam folder "Swipe Emails" untuk rujukan masa depan dan dapat ilham macam mana nak tulis e-mel anda sendiri.

15. Emoji

Boleh pakai, tapi jangan terlebih (maksima 10) kalau lebih, delivery rate untuk e-mel boleh menerima kesan negatif.

Soalan Lazim

S: Berapa panjang e-mel saya patut tulis?

J: Bila saya tulis e-mel, saya tak beri banyak perhatian ke atas word count. Tapi untuk rujukan, di antara 100 hingga 300 patah perkataan.

Yang lebih penting ialah mesej kena jelas, menarik dan tidak mengelirukan.

S: Berapa kerap saya patut hantarkan e-mel ke list saya?

J: Sekerap yang boleh. Kalau boleh hantar hampir tiap-tiap hari, lebih baik.

Jangan hantar sekali-sekala (sekali sebulan, sekali seminggu) saya jamin list anda akan mereput macam itu, waima list itu pelanggan.

S: Saya tengah promosikan satu produk - sendiri atau affiliate. Berapakah e-mel saya patut hantar?

J: Tiada jawapan muktamad.

Seorang tokoh Internet Marketer bernama Eban Pagan (nama samaran Dave DeAngelo) dulu menjual produk Double Your Dating. Beliau ada kempen follow-up e-mel sepanjang tahun (365 hari) hanya untuk satu produk sahaja! Eban telah menjana USD100 Million dalam masa 9 tahun melalui funnel tersebut.

Walaupun anda tidak perlu ekstrem sangat, ini menunjukkan memang boleh terus promote 1 produk sepanjang tahun. Beliau selalu ada cerita baru, testimonial baru, limiting belief untuk diatasi, dll. dalam tiap-tiap follow-up e-mel dia.

Pada masa yang sama, jangan hanya hantar 1-2 e-mel, tak nampak results, lepas itu putus asa. Kebanyakan kali prospek:

- tak buka e-mel (mungkin sibuk, e-mel masuk spam folder?)
- rasa subject line tak menarik atau tak dapat perhatian dia
- teragak-agak nak buat keputusan
- belum yakin lagi nak ambil tindakan sekarang
- dan alasan-alasan lain...

Oleh itu, bila rancang kempen e-mel, kena ada angle-angle baru dan berlainan. Tak boleh asyik hentam angle sama (ini seperti main video game, asyik guna move yang sama)

Secara peribadi, saya ada kempen e-mel saya hantar 4-7 e-mel. Ada yang saya hantar sekali sekala, tapi sepanjang tahun. Ingat! Subscriber sudah dalam list anda, andalah market leader kepada mereka! Mereka ikut petua dan kebijaksanaan anda dalam bidang yang anda mahir itu.

S: Bagaimana saya boleh turunkan kadar unsubscribe? Bolehkah ini dihalang atau dielakkan?

J: Bagi email marketer yang masih baru, anda sudah pasti kena berdepan dengan realiti bahawa memang akan ada orang akan tinggalkan list anda. Tak kira prospek ataupun pelanggan.

Ini tidak boleh dihalang ataupun dielak, dan ini tidak semestinya kena mengena dengan cara anda menulis e-mel anda ataupun cara anda buat penampilan diri.

Maklumlah, kalau anda fikir anda harus hebah e-mel sedikit, ini adalah satu kesilapan! Saya sudah jelaskan rasional saya mengapa anda perlu ada frekuensi hebahan e-mel anda (supaya saya tak perlu ulang sekali lagi di sini)

Yang penting, subscriber anda patut jangkakan yang anda memang akan hantar e-mel mengenai bidang anda dan sudah maklum tujuan mereka subscribe kepada list anda. Tak suka, mereka boleh unsubscribe bila-bila masa.

Dengan itu, anda bebas menghantar e-mel dengan syarat anda berpegang kepada bidang utama anda dan jangan lari topik (contoh: anda sifu dalam Internet Marketing, janganlah lari topik nak jual hartanah pula)

Ada hikmah juga bila orang unsubscribe; ini bermaksud ini bukan untuk mereka dan anda tak bazirkan masa dengan orang yang tak sesuai.

Dan cara paling best nak selesaikan unsubscribe? Perbanyakkan marketing dan dapat lebih banyak trafik. Itu saja.

S: Bagaimana nak tingkatkan open rate e-mel?

J: Uji subject line terlebih dahulu. Inilah benda pertama subscriber anda lihat bila buka Inbox. Prosesnya selalu elimination - delete semua yang tak penting atau tak menarik, dan kemudian baca yang lain.

Isi kandungan itu letak tepi dulu. Selalu test subject line.

Tiada open rate yang dianggap 'best' kerana secara amnya, semakin besar list anda, open rate akan turun kerana volume.

S: Apa itu 'list cleaning'?

J: Bagi advanced marketer dan pemilik mailing list yang dah ada senarai database yang tua (beberapa tahun), kemungkinan besar ramai pengguna e-mel dah drop out, tak check e-mel lagi, kurang berminat setelah sekian lama, meninggal dunia, dll.

Ini boleh mempengaruhi skor e-mel anda dan delivery rate. Jadi apa marketer biasanya buat, mereka akan buat List Cleaning.

Contohnya: buat filter dan tengok siapa yang tak buka e-mel langsung dalam masa 6-12 bulan ini. Sesiapa yang langsung tak buka e-mel

dalam tempoh masa ini boleh dianggap langsung tak berminat, dan boleh delete.

Saya takkan cover step ini secara terperinci dalam panduan ini, kerana ini lebih khusus kepada advanced players yang dah ada list yang lama. Itupun, anda boleh tanya Aweber support macam mana nak buat, tapi buat masa sekarang saya sarankan jangan berikan perhatian kepada step ini.

S: Apa itu Single opt-in atau Double opt-in?

J: Single opt-in merujuk kepada proses biasa untuk subscriber masuk mailing list. Dia hanya perlu isikan borang opt-in iaitu nama, e-mel dan mungkin butiran lain dan dah masuk mailing list. Ini terus terang.

Double opt-in pula ada satu lagi proses pengesahan. Selepas isikan borang opt-in, dia belum masuk mailing list lagi. Dia kena buka Inbox, buka e-mel pengesahan dan klik link di dalam untuk sahkan bahawa dia betul-betul nak masuk mailing list, barulah dia jadi subscriber.

Sedar ke tidak, biasanya double opt-in confirmation ini dipraktikkan oleh membership-based site (Facebook, Instagram) dan software site (Xero, Canva, dll.) di mana anda perlu verify dan activate akaun anda.

Kelebihan fitur double opt-in ialah mutu subscriber lebih tinggi daripada single opt-in, kerana mereka memang berniat nak masuk mailing list anda berbanding dengan single opt-in.

Namun begitu, saya masih gunakan single opt-in kerana:

(a) saya buat iklan berbayar. Saya akan rugi kalau jumlah leads yang saya dapat amat kurang dengan ad spend saya.

(b) bagi ramai audiens khususnya Malaysia, konsep double opt-in ini kurang difahami. Dan saya telah test ini dengan pelanggan dan hadirin seminar (jadi ini bukan siapa-siapa) feedback yang saya dapat ialah mereka tidak tahu mereka perlu sahkan langganan mereka baru masuk mailing list saya, oleh itu saya ada drop rate setinggi 60-70%! Ingat - ini Customer dan Seminar participant, bukan setakat subscriber e-mel sahaja!

Kalau anda guna iklan berbayar, nak maksimakan list saiz anda, baik gunakan single opt-in sahaja.

S: Apa yang dianggap sebagai saiz list besar atau kecil?

J: Soalan ini susah nak jawab. Kalau zaman dulu (2000-an) anda ada list 5,000 - 10,000 ini dianggap besar. Kemudian, ada marketer yang ada saiz list berpuluh dan beratus ribu. Saya pernah mencapai 100,000 - 120,000 subscriber pun.

Tapi game pun dah tukar kemudian kerana yang penting ialah (a) open rate, dan (b) siapa yang beli dan berapa.

Walaupun kena bina list yang bertumbuh, jangan taksub sangat dengan saiz list sahaja. E-mel list anda walaupun ada 10, 100 atau beribu-ribu subscriber. E-mel tetap e-mel - jangan tunggu!

Menuju Pembinaan Bisnes Online 5-6 Angka Sebulan Dengan E-mel

Tahniah! Anda sudah sampai penghujung panduan ini (janji jangan skip sampai sini ya... kalau benar, balik mukasurat pertama dan ikut!)

Kerana anda sampai sini, ini menunjukkan anda serius dan sudah mencapai top 10% yang habis ikut panduan.

Sedar ke tidak, ramai orang beli panduan, kursus, hadir seminar atau webinar tapi jarang habiskan apa lagi praktikkan apa yang mereka belajar. If you don't use it, you lose it.

Ini hasil sepanjang kerjaya saya sebagai seorang Internet Marketer, dan saya telah rumuskannya dalam bentuk panduan ini. Berkat kepada pemasaran e-mel (dan juga skill Internet Marketing secara menyeluruh) syukurlah saya dapat membina bisnes yang menghasilkan 8 angka RM jualan secara total.

Tapi apakah nilai kemahiran ini kepada anda?

Adakah anda akan dapat 0 result? (kalau tak buat apa-apa, ini sudah pasti kesudahannya)

Atau anda bakal menjana beribu-ribu ringgit, berpuluh ribu ringgit sebulan? Mungkin lebih? (peluang amat cerah, selagi anda pantang menyerah!)

Ingat! Teori sahaja takkan dapat results. Dan seperti kemahiran lain, menulis dan buat e-mel marketing pun kena latih juga. Kalau tak dapat results terus, jangan mudah hampa dan teruskan usaha. Saya selalu percaya kerja keras tak pernah mengkhianati.

Kerja saya share ilmu saya berakhir di sini, tapi kerja anda untuk bina bisnes sendiri baru bermula.

Dan mana tahu, anda bakal menjadi Internet Marketing superstar seterusnya!

Semoga sukses selalu,



P.S. Kalau nak jimat masa sikit atau mudah start dengan e-mel marketing, saya dah sediakan satu pakej templat e-mel yang anda boleh edit, ubahsuai dan guna untuk marketing.

Klik link ini untuk maklumat lanjut:

<https://InternetMarketingMalaysia.com/Super-Emel-Templates>

Bio Pengarang: Edmund Loh



- Usahawan Internet sejak tahun 2005
- Pengasas dan Pengarah syarikat Pemasaran Internet dan Penerbitan Digital, Musemancer, berpusat di Petaling Jaya, Selangor
- Mula perniagaan secara online sebagai reseller dan affiliate; kemudian menjadi vendor dan jual produk digital sendiri
- Telah melatih lebih daripada seribu ahli perniagaan, pemasar dan jurujual melalui seminar dan bengkel live tentang Internet Marketing
- Telah mengarang buku "Secrets Of Millionaire Students" (national bestseller in Singapore) dan "Crushing It" (Amazon Kindle bestseller)
- Pernah muncul dalam media tempatan termasuk The Star, Management Malaysia dan Borneo Post
- Hobi beliau termasuk berjogging, mendaki dan sukan lasak