**Gratis e-postmallar för säljbrev**

Vår målsättning på [Zervant](https://www.zervant.com/se/?utm_source=blog&utm_medium=template&utm_campaign=othertemplate) är att hjälpa entreprenörer nå framgång. Därför har vi skapat några e-postmallar som kan hjälpa dig när du skriver ditt nästa säljbrev.

I det här paketet hittar du:

* Fem färdiga säljbrev.
* Råd och tips, bl.a. om vanliga misstag man gör när man skriver säljbrev och hur du kan undvika dem.
* Den viktigaste delen som oftast saknas i säljbrev, något som drastiskt kan öka din svarsprocent.

**3 vanliga misstag i säljbrev och hur du undviker dem**

**1. Allt handlar om dig**

Visst, målet med ditt säljbrev är att göra folk ivriga eller åtminstone nyfikna över vad du har att erbjuda. Men som människor är vi ändå oftast intresserade av oss själva, vårt arbete och våra intressen. Försök vända diskussionen till mottagaren så mycket som möjligt. Fråga frågor, berätta om tidigare erfarenheter du haft med kunden och deras varumärke, gratulera dem ifall de just blivit omnämnda i en tidning eller om de nyss genomfört en finansieringsrunda. Det kan vara vad som helst du tycker att är intressant. Det är alltså inte frågan om att ge falsk beröm, utan om att vara uppmärksam och att visa genuint intresse för din potentiella kund.

**2. Du skriver som en robot**

Bara för att det handlar om affärer, betyder inte att du måste gömma din personlighet. Du ska kanske inte använda samma stil i dina säljbrev som i ett Whatsapp-meddelande till din bästa kompis, men det går att hitta en bra balans. Du kan vara professionell OCH lättsam i din stil - de är inte motsatser till varandra. Som allt i marknadsföring så beror det på saker som bransch och ålder, men gör inte misstaget att tro att du måste låta alltför formell.

**3. Du har inte en “elevator pitch”**

Ett hisstal, eller en s.k. “elevator pitch”, är en sammanfattning av vad du och ditt företag gör. Som namnet säger, så borde det vara så kort och koncist att du kan framföra det under en hisstur. I princip betyder det att du borde kunna förklara vad du har att erbjuda med en, två eller högst tre meningar. Kom ihåg att människor oftast har mycket att tänka på, så det är viktigt att hålla det kort och mycket enkelt att förstå. Om du förvirrar dem, är det förlorat.

**Den viktigaste delen av ett säljbrev (som ofta saknas)**



Säg tydligt vad deras nästa steg borde vara!

Att tydligt betona vad läsaren skall göra till näst är inte bara väsentligt för dina säljbrev, men för allt innehåll du skapar. Tänk på vad du vill att läsaren skall göra efter att ha läst säljbrevet. Skall hon eller han ringa till dig? Svara på e-postmeddelandet? Besöka din hemsida? Berätta mer om sin verksamhet? Vad det än är, framhäv det! Vi överflödas med information i dagens värld, och vi uppskattar människor som tydligt berättar vad de vill att vi skall göra, eftersom det sparar på vår hjärnkapacitet och tid. Om läsaren inte är säker på vad de skall göra till näst, så har du förlorat dem.

**5 gratis e-postmallar för säljbrev**

## 1. Ta första kontakten

Trots grundlig undersökning kan det ibland vara omöjligt att lista fram vem den bästa kontaktpersonen är. Men oroa dig inte, det finns en lösning - fråga!

*Hej {namn},*

*Jag håller på att undersöka ert företag för att reda ut ifall ni skulle ha behov för [förklara vad  du erbjuder med några ord]?

Kan du vänligen berätta vem den bästa personen skulle vara för en kort diskussion gällande detta?*

*Med vänlig hälsning,*

*[Ditt namn]*

## 2. Visa intresse i deras verksamhet

Som vi nämnde tidigare, så är det viktigt att visa genuint intresse gentemot mottagaren. Försök hitta något som intresserar dig, och använd det i ditt meddelande. T.ex.  en nyhetsartikel där de omnämns, en nyligen genomförd finansieringsrunda, en kundberättelse du hittat eller en interaktion du haft med dem eller deras brand.

*Hej {namn},

Jag läste nyligen {namnet på artikeln} som/där ni publicerade/delade/omnämndes i. {Kommentera vad som var intressant enligt dig}.*

*Jag hjälper företag med att {ditt företags värdeproposition}. Jag skulle gärna tala mer om hur jag skulle kunna hjälpa er med er verksamhet. Skulle du ha tid för ett 10/30/60 minuters telefonsamtal senare denna vecka?*

*Ser fram emot att tala med dig snart!*

 *Med vänlig hälsning,*

*[Ditt namn]*

## 3. Nämn en gemensam kontakt

Att nätverka är minst lika viktigt som att skriva säljbrev. Om någon berättar om en potentiell kund för dig, fråga om du kan nämnda dem i ditt säljbrev. En gemensam kontakt skapar tillit och ökar dina chanser att få ett positivt svar.

*Hej {namn},

Jag talade med {namnet på er gemensamma kontakt} på {platsen/evenemanget där ni träffades} och hon/han berättade om {nämn problemet de försöker lösa}.*

*Jag har några idéer gällande {beskriv ditt perspektiv på problemet och hur dina tjänster kunde hjälpa}.*

 *Skulle du ha tid för ett 10/30/60 minuters telefonsamtal senare denna vecka?*

*Ser fram emot att tala med dig snart!*

 *Med vänlig hälsning,*

*[Ditt namn]*

## 4. Följ upp på ditt första meddelande

Det finns en stor chans att du inte får svar på ditt första meddelande. Men ge inte upp ännu. Uppföljande e-postmeddelanden är vänliga påminnelser om ditt första meddelande. Människor är upptagna och tidpunkten för ditt första meddelande kanske bara var olämpligt. Här är ett exempel på hur du kan ställa upp ditt uppföljande e-postmeddelande:

*Hej {namn},

Jag har försökt vara i kontakt med dig för att diskutera hur tjänsterna jag erbjuder kunde hjälpa er genom [beskriv hur du kan hjälpa med problemet som de försöker lösa].*

*Har du tid för en kort diskussion (5-10 minuter) gällande detta?
Låt mig gärna veta om du inte är intresserad, eller om det finns någon annan som jag borde tala med.*

*Tack för din tid!*

*Med vänlig hälsning,*

*[Ditt namn]*

## 5. Inse när det är dags att sluta

Fastän vi rekommenderar att du är ihärdig när det kommer till dina säljbrev, så kommer det en tid när du måste inse att personen ifråga inte är intresserad av vad du har att erbjuda. I dessa fall lönar det sig att skicka ännu ett sista meddelande. Det kan vara frestande att bli arg över att de inte svarat på dina tidigare meddelanden, men försök hålla dig lugn. Du vet aldrig ifall era vägar korsar i framtiden, och du vill inte bränna ner några broar i onödan.

*Hej {namn},

Jag har tyvärr inte lyckats få kontakt med dig, vilket kanske betyder att tidpunkten inte är rätt, eller att ni inte har behov för mina tjänster.*

*Oberoende så vill jag respektera din tid, och kommer därför inte längre att vara i kontakt.*

*Låt mig gärna veta om situationen ändrar.*

*Med vänlig hälsning,*

*[Ditt namn]*

**Vi önskar dig allt det bästa, och massvis med nya kunder! När det är dags att fakturera dina nöjda kunder, gör det rätta valet och använd ett enkelt program som** [**Zervant**](https://www.zervant.com/se/?utm_source=blog&utm_medium=template&utm_campaign=othertemplate)**.**

