

SURAYA BAUMEISTER  
*KreativGuide*

# WOW

## Modul #7

# Woche zwei

Verkaufstrichter Online-Produkt

## Verkaufstrichter (Salesfunnel)

Jetzt wird es spannend, denn wir konzipieren und erstellen jetzt den Verkaufstrichter (Salesfunnel) für dein Online-Produkt/Kurs.

Im Online Business gibt es ein Hinter-den-Kulissen-Geschehen, von dem der „normale“ Webseiten Besucher, der dein virtuelles Zuhause über die Startseite oder über deinen Blog betritt erst einmal nichts mitbekommt.

Ein Verkaufstrichter ist eine Abfolge von Seiten & Aktionen, die dein potentieller Kunde durchläuft und die dazu führen sollen, dass er dein Produkt kauft.

Der Verkaufstrichter beginnt, sobald dein potentieller Kunde auf der sogenannten Landingpage eintrifft. Dort wird er zu einer bestimmten Aktion aufgefordert, die ihn weiter in den Verkaufstrichter hinein leitet. Zum Beispiel forderst du ihn auf dieser Seite auf, sich in ein Formular einzutragen, um dein kostenloses Webinar anzusehen, eine kostenlose Pdf-Anleitung oder Checkliste zu erhalten oder du pitchst direkt dein Online-Produkt und leitest weiter zur Verkaufsseite.

*Als „Landingpage“ wird immer die 1. Seite bezeichnet über die ein Besucher deine Website betritt. Im vorherigen Modul habe ich deine Verkaufsseite Landingpage genannt.*

Auf deine Landingpage wirst du in Zukunft all deinen Traffic (Besucherstrom) leiten. Das kannst du mit bezahlten Werbeanzeigen bei Facebook tun, mit Links, die du unter deine Videos bei YouTube packst oder zum Beispiel, indem du von Gastbeiträgen auf fremden Blogs oder in (Online-)Magazinen dorthin verlinkst. Natürlich schickst du dorthin, in regelmässigen Abständen, auch deine eigenen Newsletter-Abonnetten und bindest in deine Website Banner und Grafiken ein, die dorthin weiter leiten.

Deine Landingpage soll, wie ein Leuchtturm wirken und deine Kunden anziehen. Hier findet er erste Informationen über das Thema, das ihn gerade bewegt und für das du eine Lösung gefunden hast (dein Produkt).

Mittels **Education-Based-Marketing** holst du ihn da ab, wo er gerade steht. Du machst ihm seine verfahrenere Situation bewusst, bringst ihm etwas bei, so, dass er feststellt, dass er unbedingt dein Produkt braucht, wenn er sein Problem gelöst haben will.

Oftmals müssen wir ganz wo anders ansetzen, als wir denken. Denn viele unserer zukünftigen Klienten wissen nicht, dass sie Hilfe brauchen, um ihr Ziel zu erreichen.

Frage dich:

Wo steht mein zukünftiger Kunde?

**Welches Wissen braucht er, um zu merken, dass er mein Produkt dringend braucht.**

Am Seitenende deiner Landingpage forderst du deinen Leser zu einer Handlung auf (call to action). Am besten so, dass er sofort versteht wie es weiter geht wenn er auf den Button klickt/dem Link folgt:

„Kostenloses Online Training ansehen“, „Zum gratis Webinar registrieren“ oder „Die 5 Schritte für mehr Sichtbarkeit im Web downloaden“.

Zusätzlich stellst du dich am Seitenende deiner Landingpage mit Foto und deinem Elevator Pitch vor. So kann dein Website-Besucher schon ein bisschen spüren, ob er mit dir auf einer Wellenlänge ist.

Deine Landingpage sollte schlicht gestaltet, ohne Ablenkungen sein. Das bedeutet sie hat keine Seitenleiste wie deine Blogseiten, sie hat kein Menü und nicht die normale Headergrafik.

Du kannst eine WordPress-Webseite mit einem speziell optimierten Landingpage-Theme erstellen, dir für deine bestehende Website ein Seitentemplate ohne Seitenleiste und Menü programmieren lassen oder mit [www.Leadpages.net](http://www.Leadpages.net) eine Landingpage erstellen.

# 1 Landingpage-Varianten

Eine dieser 4 Varianten könnte für dein Produkt/Kurs passend sein:

- 1 Hochwertiger Text + Pitch zum Produkt
- 2 Freebie + Follow-Up-Mails
- 3 Live Webinar + (Strategie-Gespräch) + Follow-Up-Mails
- 4 Automated Webinar + (Strategie-Gespräch) + Follow-Up-Mails

Was für dich am besten ist, testen wir gleich energetisch aus.

## VARIANTE 1

### **Hochwertiger Text + Pitch zum Produkt**

Bei dieser Variante führst du deine Webseitenbesucher auf eine Landingpage mit einem hochwertigen Artikel, der dem Leser etwas beibringt. Darin machst du ihm sein Problem bewusst und ihm wird klar warum er sein Ziel nicht erreicht bzw. erinnerst ihn daran, dass er sich mit etwas abgefunden hat, das er anschauen und „bearbeiten“, sollte wenn er glücklicher sein möchte.

Oftmals verharren wir aus Mangel an Informationen in der „Totenstarre“ und sind in der Opferrolle gefangen. Dein Text soll Licht ins Dunkel bringen und den Weg zur Lösung aufzeigen. Dezent weist du am Ende deines Beitrags darauf hin wie er sich von dir unterstützen lassen kann wenn er das möchte. Du verlinkst zur Verkaufsseite deines Produktes.

Zum Beispiel:

„Wenn dir dieser Text (meine Tipps) gefallen hat, dann gefällt dir vielleicht auch mein .... Produkt, du findest es hier.“

„Wenn du tiefer ins Thema einsteigen willst, dann begleite ich dich gerne hier mit meinem Angebot XY.“

Auf deiner Verkaufsseite, einer 2. Seite, auf die du von deiner Landingpage verlinkst, (diese Verkaufsseite haben wir bereits in Modul 6 erstellt) listest du den Kundennutzen deines Produktes auf. Dein

Kunde fragt sich: „Was hab ich davon, das zu kaufen?“. Diese Frage beantwortest du ihm so konkret wie möglich und beschreibst für wen dein Produkt das Richtige ist.

Am Ende deiner Verkaufsseite befindet sich ein Button über den man dein Produkt automatisiert kaufen kann. Klickt dein Kunde da drauf, wird er zu deinem Bestellformular bei [www.digistore24](http://www.digistore24) weitergeleitet. Er bezahlt und bekommt die Inhalte des Produkts automatisch gemailt.

## VARIANTE 2

### **Freebie + Follow-Up-Mails**

Bei dieser Variante verschenkst du über deine Landingpage ein Pdf-Dokument oder eine Audiodatei, die das Problem deines Kunden ansatzweise löst. Es informiert ihn über seine Situation (Education-Based-Marketing) und gibt ihm erste Werkzeuge, um seinem Ziel – der Lösung seines Problems – ein Stückchen näher zu kommen. Die Hauptaufgabe deines Freebie besteht darin den Leser aufzuklären und ihm seinen Schmerzpunkt bewusst zu machen und es gibt dir die Möglichkeit dein kostenpflichtiges Online-Produkt/Kurs zu pitchen (ihm davon zu erzählen).

Du beantwortest im gratis Pdf oder Audio die Frage: WAS kann dein Kunde tun, um sein Problem zu lösen?  
WIE er das dann genau machen muss, erklärst du ihm erst in deinem kostenpflichtigen Produkt und hilfst ihm, das umzusetzen.

Am Ende deiner Landingpage befindet sich ein Button mit einer verlockenden Aufschrift (call to action) über den man sich in eine Liste eintragen kann und das Freebie automatisch per Autoresponder gemailt bekommt.

Gute Titel für dein Freebie sind:

„Die x Schritte zu ... (das Ziel des Kunden).“ „Die ....-Formel für ..... (wen?), um ..... (was zu erreichen?).“ „Der ....-Effekt für/um...“, „Die ....-Strategie für/um....“, „Das ....-Prinzip für/um ...“.

Auch hierbei solltest du den Kundennutzen kommunizieren, den dein

Freebie hat. Wenn der Titel zu exotisch ist, weiss man nicht was auf einen zukommt. Man muss sofort verstehen, was man davon hat.

Am Ende deines Freebie stellst du dein Produkt vor und schickst sie für mehr Informationen zur Verkaufsseite auf deiner Website. Danach versuchst du über Folge-E-Mails jene zum Kauf zu bewegen, die nicht sofort zugegriffen haben.

### VARIANTE 3

#### **Live Webinar + (Strategie-Gespräch) + Follow-Up-Mails**

Bei der 3. Variante beschenkst du deinen potentiellen Kunden mit einem hochwertigen Webinar. Über eine Landingpage auf der kurz aufgelistet ist, worüber es im Webinar gehen wird, kann er sich anmelden. Er trägt dort seinen Namen und E-Mail-Adresse in das Anmeldeformular (OptIn) ein. Die Beschriftung des Senden-Buttons informiert ihn darüber was im nächsten Schritt passiert: „Zum Webinar anmelden.“ Laut Marketingexperten tragen sich mehr Leute ein, wenn dieses OptIn-Formular, als Pop-Up-Fenster, hinter einem Button versteckt ist (Leadbox von Leadpages.com).

Deine Zuschauer bekommen nach dem Absenden ihrer Daten automatisch eine E-Mail geschickt (Autoresponder), darin finden sie weitere Informationen und den Link zum Webinar.

In deinem Webinar verschenkst du hochwertiges Wissen, in den letzten Minuten stellst du dein Produkt vor: Du weist auf einen Button/Link unter dem Video hin, den sie klicken sollen wenn sie mehr Informationen zu deinem Angebot haben wollen.

Um den Verkauf deines Produkts zu beschleunigen, kannst du im Video ein unwiderstehlich, günstiges und zeitlich begrenztes (72 Stunden) Angebot machen bzw. einen Bonus verschenken.

Anschliessend an das Webinar versendest du über deinen E-Mail-Marketing-Anbieter automatisiert weitere Folge-Emails, die zum Kauf deines Produkts animieren sollen.

Dein Live-Webinar könntest du mit Webinarjam.com oder gotomeeting.com/de veranstalten.

Optional kannst du in deinem Webinar zu einem gratis Strategie-Gespräch einladen in dem du dann dein Produkt anbietest. Dies macht allerdings eher Sinn bei hochwertigen Produkten/Coaching-Paketen.

## **VARIANTE 4**

### **Automated Webinar + (Strategie-Gespräch) + Follow-Up-Mails**

Der Unterschied von dieser Variante zur vorherigen besteht darin, dass dein Automated Webinar entweder eine Aufzeichnung eines einmalig stattgefundenen Live-Webinars ist oder es sich um eine Präsentation handelt, die du in aller Ruhe vorher alleine aufgenommen hast.

Da dieses Video nur zu bestimmten Zeiten angesehen werden kann, macht es den Eindruck, als sei es eine Live-Veranstaltung. Mit dem Anbieter [evergreenbusinesssystem.com](http://evergreenbusinesssystem.com) kannst du kostengünstig Automated Webinare erstellen.

Wenn du möchtest, dass dein Video wie ein Live-Webinar wirkt, dann solltest du entweder eine Bildschirmpräsentation abfilmen zu der du sprichst oder dich in einem Raum filmen in dem man nicht unbedingt die Tageszeit erahnen kann.

Auch hierbei verschickst du nach dem Webinar automatisiert weitere E-Mails, um jene zum Kauf zu bewegen, die nicht sofort nach dem Webinar zugeschlagen haben.

Optional, wenn du einen Online-Kurs mit begrenzter Teilnehmerzahl oder ein hochpreisiges Coaching-Paket verkaufen möchtest, kannst du deine Zuschauer durch einen Zwischenschritt – ein Gespräch mit dir – schleusen in dem dann der Verkauf stattfindet.

## 2 Energetischer Test

Ich hoffe dir schwirrt jetzt nicht der Kopf :-)

Lass uns nun energetisch austesten, welche Art Landingpage am besten für dich, dein Produkt und deine Zielgruppe ist.

Hol dir bitte 4 Zettel und schreibe jeweils eine der 4 Landingpage-Varianten drauf:

1 Hochwertiger Text + Pitch zum Produkt

2 Freebie + Follow-Up-Mails

3 Live Webinar + (Strategie-Gespräch) + Follow-Up-Mails

4 Automated Webinar + (Strategie-Gespräch) + Follow-Up-Mails

Falte nun alle Zettel so, dass du nicht erkennen kannst, was wo drauf steht und mische sie. Lege sie dann, mit genügend Abstand, nebeneinander auf den Boden und stelle dich nacheinander darauf.

Achte auf deinen Körper und spüre bei welcher Variante es sich am besten anfühlt. Wo wirst du gross und weit? Bei welchem Blatt macht dein Brustkorb auf und du kannst dich ausdehnen?

Wenn du das heraus gefunden hast, dann schau nach auf welcher Variante du stehst. Sie ist die, die du nun erstellen wirst.



## 3 Im Detail

### **Der Text deiner Landingpage** (Variante 1: Content + Pitch)

Die Landingpage bereitet deinen Leser auf die Lösung vor, die du gefunden hast (dein Produkt).

Der Text sollte so geschrieben sein, dass deine Persönlichkeit durchscheint. Vergiss was Marketing-Experten sagen oder was du in der Schule/Uni gelernt hast. Schreib mit Herz & Verstand, wenn dein Wunschkunde genauso wie du ein herzlicher Typ ist.

Was würdest du einem guten Freund erzählen, wenn er sich da befindet, wo dein Kunde gerade steht. Was will dein Herz ihm sagen, um ihn wachzurütteln, aufzuklären und ihm etwas bewusst zu machen?

Beschreibe in den ersten Zeilen deinen Wunschkunden, damit er sich angesprochen fühlt. Am besten sprichst du ihn mit seinem „Titel“ an: Coach, Berater, Trainer, Mutter, alleinerziehende Mutter, Mutter von Teenagern, Managerin, Führungskraft, Eltern, Hausfrau, Vegetarierin ...

### **Wenn dein Text einige Leser abstösst, dann hast du gute Arbeit geleistet, es bedeutet nämlich, dass du mit der selben Kraft die richtigen Kunden anzieht!**

Schreibe, wie dir der „Schnabel“ gewachsen ist, so dass du Menschen berührst und dennoch professionell wirkst. Ob wir etwas kaufen oder nicht entscheiden wir aufgrund unserer Emotionen, versuche also deine Leser im Herz zu erreichen.

Sieh dich als Berater & Aufklärer und informiere den Leser am Ende des Textes mit einem kurzen Satz + Link über dein Produkt oder lade ihn zu deinem Online Training/Webinar ein.

### **Die Bilder deiner Landingpage**

Bei fotolia.de oder de.istockphoto.con kannst du dich nach 1-2 Fotos umsehen, die deine Botschaft und die Emotion, die du bei deinem Leser erzeugen möchtest, unterstreichen.

Diese Fragen helfen dir, das richtige Motiv zu finden:

## **Wie wird sich mein Kunde fühlen, wenn sein Problem gelöst ist? Wovon träumt mein Kunde, wo will er hin?**

Die Fotos deiner Landingpage drücken das Versprechen aus, das du deinem Kunden gibst ... es beschreibt den Ort (Zustand) an den du ihn mit deinem Produkt führen wirst.

Es kann sein, dass du zusätzlich zur Headergrafik deiner Landingpage (Bild im oberen Bereich) kein anderes Bild brauchst. Teste nach und nach und optimiere, irgendwann wirst du eine Lösung gefunden haben, die sich „rund“ anfühlt.

## **Der Text deiner Landingpage (Variante 2-4)**

Diese Seite besteht aus 7 wichtigen Zutaten.

1. Gestalte eine Headergrafik, die Stimmung erzeugt
2. Bring auf den Punkt, worum es im Webinar/Freebie geht
3. Beschreibe deinen Wunschkunden
4. Liste stichpunktartig den Nutzen deines Webinars/Freebies auf
5. Sammle die Namen und E-Mail-Adressen der Zuschauer ein
6. Stell dich kurz mit Foto vor
7. Liste Referenzen mit Foto auf

## **Deine Verkaufsseite**

Deine Verkaufsseite sollte so aufgebaut sein:

1. Sprich deinen Kunden mit seinem „Titel“ an
2. Bring in einem Satz auf den Punkt, worum es bei deinem Produkt geht
3. Liste den Kundennutzen auf
4. Beschreibe detailliert die einzelnen Module
5. Beschreibe, was dein Kunde erhält und wie du die Inhalte überliefern wirst
6. Nenne den Preis
7. Informiere für wen dein Produkt das Richtige ist
8. Füge einen Kaufen-Button mit Link zum Bestellformular bei [www.digistore24.com](http://www.digistore24.com) ein
9. Beantworte häufig gestellte Fragen (bzw. denke sie dir aus)
10. Binde Testimonials (Referenzen) von Käufern mit Foto ein
11. Stell dich mit Foto vor

*Die Reihenfolge der einzelnen Punkte kann leicht variieren.*

Schau, was sich für dich JETZT am besten anfühlt und optimiere es ggf. später. Bei den Bildern deiner Verkaufsseite, kannst du dich an die selben Kriterien halten, die ich zuvor bei „Die Bilder deiner Landingpage“ beschrieben habe.

## **Das Konzept deines Webinars/Online Trainings**

Überlege, wie du dein Webinar/Video/Präsentation strukturieren möchtest und erstelle dir dann eine Übersicht. Arbeite wieder von Aussen nach Innen, vom Groben in`s Detail.

Welches Wissen möchtest du vermitteln?

Was ist dein Ziel und worauf wirst du im Detail eingehen?

Erstelle eine „Inhaltsangabe“ in Stichpunkten mit Unterpunkten. Dieses Wissen packst du in Form eines Sandwiches zwischen deine Einleitung in der du dich vorstellst und eventuell kurz deine Geschichte erzählst (womit du zu kämpfen hattest und den Weg, wie du zur Lösung gefunden hast) und das Ende in dem du kurz das Produkt präsentierst, das du verkaufen möchtest.

Den Übergang von deinem Webinar/Online Training zum Pitch (Vorstellung) deines Produktes kannst du einleiten mit dem Satz: „Wenn du tiefer in dieses Thema einsteigen willst, dann kann ich dich mit XY unterstützen/begleiten.“. Bring dann in wenigen Sätzen auf den Punkt worum es dabei geht und beschreibe auch für wen es genau das Richtige ist. Mach das nach Gefühl, teste und optimiere.

Deine Präsentation beendest du mit der Aufforderung auf den Button unter dem Video zu klicken, um mehr Infos zu bekommen und verlinke zur Verkaufsseite/Bestellformular deines Produkts.

Als Anreiz schnell zu kaufen, kannst du ein unwiderstehliches, allerdings zeitlich begrenztes (z. B. 48 Stunden) Angebot machen.

Prüfe wie lang dein Webinar/Training sein soll: 20, 30 oder sogar 45 oder 60 Minuten lang? Wenn du magst schliesse dafür die Augen, stell dir eine Gruppe deiner Wunschkunden vor und frage sie in Gedanken.

Vermeide es, wenn du eine Präsentation erstellst, Überschriften mit Unterpunkten abzufilmen, die du dann stur abliest.

Arbeite besser mit Slides auf denen nur ein Satz oder ein Zitat steht oder zeige viele Bilder und sprich dazu frei. (Du kannst dir ja Notizen neben deinen Rechner legen...) Das wirkt lebendiger und kreativer, vor allem, wenn du zusätzlich noch Geschichten einwebst.

## Die Folge-E-Mails (Follow-Up)

Du hast 2 Möglichkeiten: Entweder verschenkst du in den Folge-Mails weitere hochwertige Inhalte, die den Leser auf dein Produkt „vorbereiten“ und dich als Experten positionieren. Oder du beschränkst dich auf 3 Mails. Wobei du in der 1. Folge-E-Mail noch einmal den Mehrwert & die Inhalte deines Produktes auflistest. In der 2. Mail beschreibst für wen es das Richtige ist und zusätzlich gute Gründe nennst JA zu sagen. Und in einer 3. Mail, kurz vor Ablauf deines zeitlich begrenzten Angebots, den Sack zuziehst, indem du noch einmal zum Kauf aufforderst.

In diesen Follow-Up-Mails kannst du auch sehr gut:

- deine eigene Geschichte erzählen
- Erfolgsgeschichten von Klienten erzählen
- ganz allgemein mit Storytelling arbeiten

Beende jede dieser Mails mit einer Aufforderung zum Kauf, deinem „call-to-action“, indem du zur Verkaufsseite auf deiner Website oder direkt zum Bestellformular bei digistore24 verlinkst.

Damit du deine neuen Kunden nicht mit weiteren Mails nervst, kannst du bei deinem E-Mail-Marketinganbieter einstellen, dass die Daten der Käufer, aus der Infoliste mit den Follow-Up-Mails gelöscht werden sollen.

*Bei Aweber.com kannst du das bei der jeweiligen Infoliste unter List Options/List Automation einstellen.*

Im traditionellen Online-Marketing spricht man von 7-9 Mails, die ein Kunde im Durchschnitt braucht, um dein Produkt zu kaufen. Prüfe, ob sich das für dich und deine Wunschkunden stimmig anfühlt oder ob 3-4 Mails ausreichen. Halte dich am besten auch hier an den Vorsatz, die Dinge einfach auszuprobieren und nach und nach zu optimieren.

## Technik-Tools

### **Autoresponder:**

aweber.com, CleverReach.de oder mailchimp.com, um Inhalte automatisiert zu versenden.

### **Landingpages, statt eigener WordPress-Website:**

Leadpages.com, newkajabi.com

### **Bildschirm aufnehmen für Präsentationen:**

Powerpoint oder Pdf mit Camtasia/ScreenFlow abfilmen  
techsmith.de/camtasia.html (Windows + Mac) oder ScreenFlow (Mac)  
Kostenlos Quicktime für Mac: youtube.com/watch?v=OXnmCNhDxag

### **Video schneiden/bearbeiten**

Windows MovieMaker (Windows) oder Imovie (Mac)

### **Video hosten direkt auf dem Server der Website oder bei:**

Vimeo.com bzw. "ungelistet" bei YouTube.com

### **Live-Webinare:**

webinarjam.com oder gotomeeting.com/de

### **Automated Webinare:**

evergreenbusinesssystem.com

### **Warenkorb/Bestellformular:**

digistore24.com

Bei einem zeitlich begrenzten Angebot kannst du einen Countdown-Zähler im Bestellformular integrieren

### **Grafik für Button erstellen:**

dabuttonfactory.com oder picmonkey.com