

SURAYA BAUMEISTER
KreativGuide

WOW

Modul #7

Woche drei

Feinschliff Salesfunnel

Landingpage promoten

Hurra, Land in Sicht! Jetzt geht es in die Zielgerade und ich bin mächtig stolz auf dich. Du hast es fast geschafft :-)

Dein Online-Produkt wirst du erfolgreich verkaufen, wenn du deine Landingpage promotest was das Zeug hält. Versuche so viel wie möglich Menschen auf diese Seite zu schicken, damit sie in deinen Verkaufstrichter eintreten können!

Da wir Nachtschichten vermeiden und dir zu mehr Dolce Vita verhelfen wollen, solltest du diesen Vorgang automatisieren. Am besten geht das mit einer **Werbeanzeige bei Facebook**.

Worauf du dabei achten solltest, damit deine Anzeige bestmöglich gesehen und zahlreich angeklickt wird, erkläre ich dir gleich.

Hinweis: Um eine Werbeanzeige bei Facebook erstellen zu können brauchst du neben deinem privaten Profil eine Facebook-Seite für dein Unternehmen. Du kannst sie ganz einfach über dein privates Profil anlegen.

Schlage die Werbetrommel und informiere deine Blogleser, denen du wöchentlich deinen Newsletter sendest. Schick sie als erste auf deine Landingpage! *Ich hoffe du hast sie seit Wochen fleissig vorinformiert, damit sie bereits mit den Hufen scharren.*

Zusätzlich kannst du dies tun:

Deine Landingpage auf deiner Website verlinken

1. mit einem Werbebanner in der Seitenleiste
2. über einen Link auf deiner Über-mich-Seite
3. mit einem Link/Banner unter den letzten oder beliebtesten Blogbeiträgen

Deine Kontakte informieren

Zusätzlich zu deinen Newsletter-Abonnenten kannst du deine weiteren Kontakte informieren. Erzähle ihnen von dem tollen Mehrwert den du gerade auf die Beine gestellt hast.

Auf deiner Facebook-Seite und in Facebook-Gruppen posten

Du kannst den Link zu deiner Landingpage und eine knackige Beschreibung auf deiner FB-Seite veröffentlichen und diesen Post in Gruppen und in deiner eigenen Chronik teilen.

Deine Facebook-Anzeige

Die Bilder deiner Facebook-Anzeige

- Sehr gut sind Bilder in den Farbtönen Rot/Weinrot/Pink und Orange, da sie Signalwirkung haben oder in Schwarz, denn kräftige Farben fallen mehr auf, als zarte.
- Verwende Fotos mit Personen, die natürlich wirken. Die typischen Bilder, die man bei Fotolia & Co. findet, auf denen Personen abgebildet sind, riechen leider sehr nach Werbung. Finde solche, die aussehen, als hättest du sie selbst gemacht oder schiesse tatsächlich eigene Fotos.
- Zeige entweder ein Foto auf dem du selbst zu sehen bist oder eine Person, die die beste Freundin deiner Idealkundin sein könnte.
- Verwende eventuell ein Vorschaubild aus deinem Online Training auf dem man dich in Aktion sieht.
- Achte darauf, dass die Person auf deinem Foto lacht oder lächelt und direkt in die Kamera, also dem Leser in die Augen schaut.
- Oder wähle ein Motiv auf dem die Person seitlich zum Text schaut, den du auf das Foto schreiben willst. Dabei sollte der Text links und die Person rechts im Bild zu sehen sein.
- Wähle Fotos mit wenig Details, damit sie auch in kleiner Ausgabegrösse klar und anziehend wirken.
- Wähle Motive, die Emotionen wecken. Nutze Bilder, die neugierig machen, „süss“ aussehen (Tierfotos, verliebtes Paar), deinen Idealkunden zum Lachen bringen oder eine Sehnsucht in

ihm wecken (da will ich auch hin/so will ich auch leben).

- Poste Fotos in der Grösse 1200x628 Pixel bzw. im Verhältnis: 1.91:1 – fast doppelt so breit, als hoch. (Stand 2018)
- Überprüfe bei https://www.facebook.com/ads/tools/text_overlay, ob du weniger als 20% Text auf deinen Bildern hast.
- Beobachte die Anzeigen deiner Kollegen. Schau was dich selbst anspricht und lass dich von ihnen inspirieren.

Der Text deiner Facebook-Anzeige

Achte darauf, dass sich der einleitende Text deiner Anzeige „natürlich“ anhört. Facebook ist ein Soziales Netzwerk, das uns ermöglicht mit anderen Menschen in Kontakt zu sein. Wir nutzen es, weil wir uns mit Gleichgesinnten austauschen wollen und offen sind für Inspirationen und spannende Geschichten/Nachrichten.

Ich bezeichne deine Anzeige nachfolgend als „Post“, denn wir werden sie erstellen, indem wir einen Beitrag bewerben, den du auf deiner Facebook-Seite veröffentlicht hast. Wir gestalten deine Anzeige auf diese Art, damit deine Werbung nicht, als solche eingestuft und daher hoffentlich öfters angeklickt wird. Und, weil das für Anfänger der leichtere Weg ist.

Schreib deinen Post umgangssprachlich und aus dem Herz, so als würdest du dich nett unterhalten bzw. deine Fans über etwas Tolles informieren wollen. **Schreib, wie es aus dir heraus sprudelt, ohne lange darüber nachzudenken.**

Nutze DEINE Sprache! Du musst dich nicht verbiegen und stundenlang nach Formulierungen suchen von denen du glaubst sie kämen gut an. **Sei authentisch, das ist am besten.**

Mach die ersten Zeilen deines Posts so spannend wie möglich. Experimentiere ... fang mit etwas an und optimiere es mit der Zeit. Teste verschiedene Einleitungen, erzähle zum Beispiel von eigenen Erfahrungen (eine spannende Geschichte), leite danach zum hochwertigen Content deiner Landingpage über und gib deinen Lesern

den Link.

Bei bitly.com kannst du dir einen kurzen & individuellen Link erstellen, falls du Leadpages nutzt und diesen Link nicht zeigen möchtest.

Beginne deinen Post alternativ mit einer Frage und, indem du deinen Wunschkunden und sein Problem so gut wie möglich beschreibst.

Bei der Auswahl deiner Zielgruppe, der dein Post angezeigt werden soll, kannst du Folgendes einstellen:

- 1 Zeige sie Personen, denen deine Seite gefällt und ihren Freuden
- 2 Oder zeige sie regional begrenzt und definiere deine Zielgruppe

Zum Beispiel:

- (im deutschsprachigen Raum) Deutschland, Schweiz, Austria
- nur Frauen
- zwischen 30-55 Jahren
- die sich für Coaching, Marketing, Selbstständigkeit, Spiritualität interessieren

Wähle dann den Zeitraum deiner Anzeige und lege dein Budget fest. Ich rate dir, nach 1-2 Tagen zu prüfen, wie gut deine Anzeige performt und ggf. Änderungen vorzunehmen.

Erhöhe deine Sichtbarkeit

Finde Joint-Venture-Partner & Affiliate-Partner

Informiere Kollegen mit der selben Zielgruppe, denen dein Online Produkt gefallen könnte und die darin eine Bereicherung für ihre Kunden sehen. Schaut, wie ihr euch gegenseitig unterstützen könnt. Hat er/sie auch ein Online Produkt oder Angebot, das du im Gegenzug bewerben kannst?

Diese Art von Partnerschaft nennt man unter Coaches, Beratern und Trainern ein Joint Venture, es ist ein gegenseitiges Fördern der Arbeit. Am schlauesten ist es natürlich, wenn du Kollegen findest die eine grössere Fangemeinde haben, als du es hast.

Wenn du sie anschreibst, schreibe so wenig wie möglich von deinem Produkt und schlage schon in der ersten E-Mail konkret vor, wie du sie

gerne unterstützen könntest.

Das Geheimrezept Joint Venture Partner zu finden ist:

Erst geben, dann nehmen!

Frage dich: Wie kann ich den anderen unterstützen?

Damit dein Anschreiben auf fruchtbaren Boden fällt, kannst du dich deinem Lieblings-Joint Venture Partner erst einmal nähern, indem du dich bei Facebook mit ihm/ihr vernetzt, seine FB-Seite likest und ein paar Beiträge kommentierst. So tauchst du auf seinem Radar auf und bist ihm nicht völlig fremd, wenn er deine Mail erhält.

Falls deine Kollegen kein vergleichbares Produkt haben, das sich zum Promoten anbietet, kannst du ihnen vorschlagen dein Affiliate-Partner zu werden. Das bedeutet, sie können sich bei DigiStore24 als Affiliate anmelden und bekommen einen Link zu deiner Landingpage mit dem sie dein Produkt bewerben können. Für jedes verkaufte Exemplar erhalten sie eine Provision.

Unter Konto/Contentseiten kannst du bei digistore24.com deine Landingpage eintragen, um einen Contentlink zu erhalten.

Das Wort „AFFILIATE“ im Link, muss dein Partner mit seiner DigiStore ID ersetzen.

Affiliate-Partner kann natürlich jedermann sein, der dein Produkt empfehlenswert findet und sich gerne für `s Weitersagen eine Provision verdienen möchte.

Der übliche Provisionssatz liegt zwischen 15% und 50%, die Höhe richtet sich danach, wie viel Aufwand du damit noch fortlaufend hast. (Support, Live-Webinare, Q & A Calls, Coaching-Calls ...).

Um zu ermitteln was dir als Verdienst übrig bleibt, musst du vom Verkaufspreis die Provision für den Affiliate, die Mehrwertsteuer und eine Gebühr von ca. 8% abziehen, die an DigiStore24 geht.

Optimiere deine Landingpage für die SEO-Suche

Nimm dir ausgiebig Zeit, um die richtigen Suchbegriffe für deine Landingpage zu finden, damit sie weit oben bei Google aufgelistet wird. Deine „Keywords“ (Haupt-Suchbegriffe) findest du mit dem Keyword-Planer von Google AdWords.

Du kannst das stärkste davon, als erstes Wort im Titel deiner

Landingpage nutzen, es in die SEO-Beschreibung einfügen und unter Keywords/Suchbegriffe des SEO-Plugins eintragen.

Ein sehr gutes WordPress-Plugin mit dem du deine Website für Suchmaschinen optimieren kannst ist „WordPress SEO by Yoast“.

Schreibe Gastbeiträge für fremde Blogs

Eine weitere Möglichkeit mehr Besucher zu deiner Landingpage zu bringen, sind Gastartikel oder Interviews über das Thema deines Produkts.

Von Vorteil ist es natürlich, wenn du Blogartikel für Kollegen mit der selben Zielgruppe schreibst, die bereits mehr Follower haben, als du. Im Beitrag betreibst du wieder Education-Based-Marketing, du klärst rund um dein Thema auf und verlinkst zu deiner Landingpage, Anmeldeseite deines Webinars.

Optimiere deine Facebook-Anzeige

Prüfe in regelmässigen Abständen, wie gut deine Werbeanzeige läuft und finde heraus was du ggf. ändern solltest.

- Schau, welche Bilder am meisten angeklickt wurden und deaktiviere was nicht gut ankommt
- Teste verschiedene Bildmotive und unterschiedliche Farben
- Probiere verschiedene einleitende Texte aus mit denen du zum Inhalt deiner Landingpage überleitest oder starte direkt mit dem Text deiner Landingpage und überreiche danach den Link mit den Worten „Hier erfährst du mehr: ...“
- Erzähle vielleicht erst einmal eine kleine Anekdote, um deine Fans anzulocken - etwas Kurioses, Komisches oder Ungewöhnliches, das sie aufhorchen lässt
- Experimentiere mit GROSSBUCHSTABEN, sie ziehen mehr Aufmerksamkeit auf sich