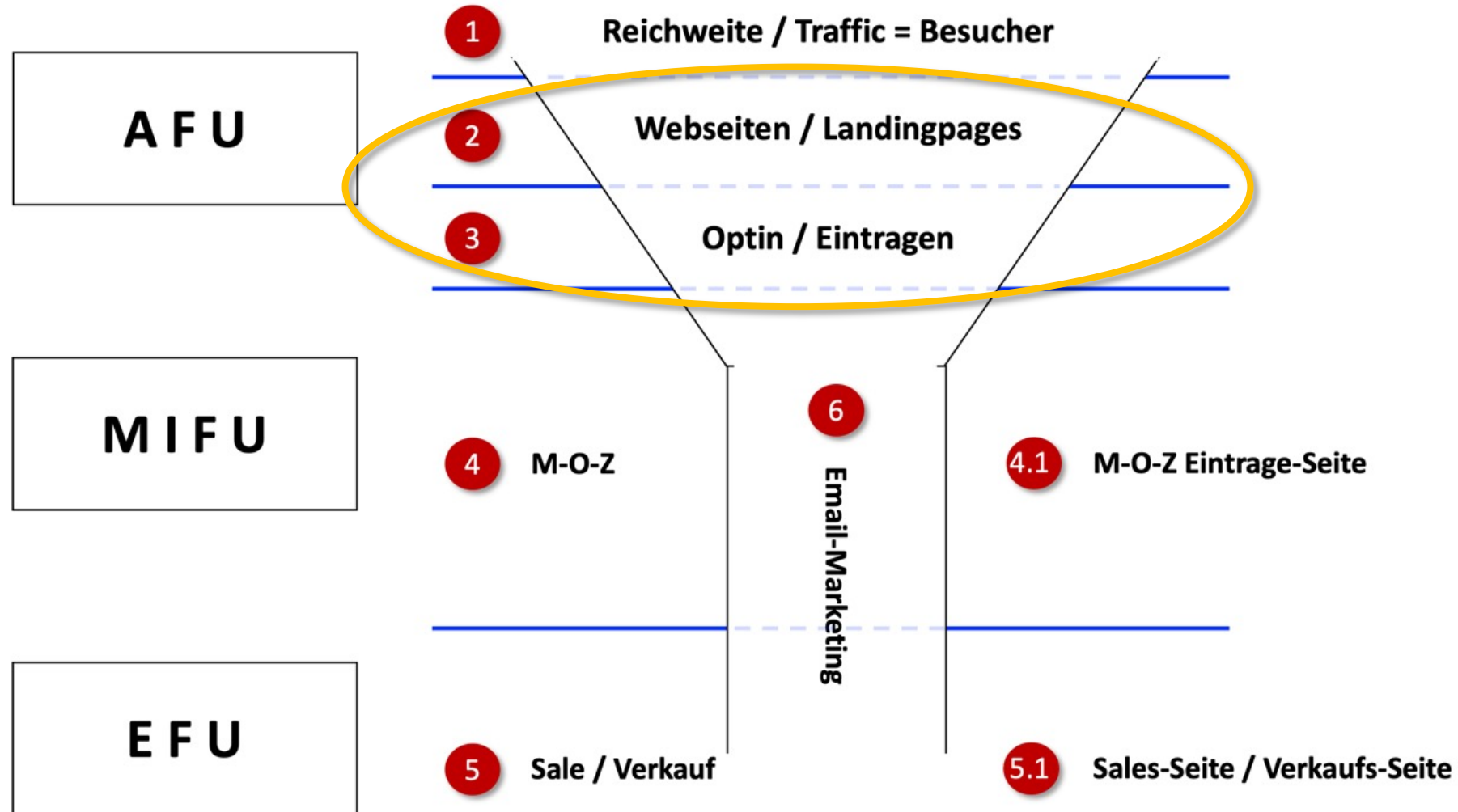


Optimales Online-Marketing-System



Traffic Lieferanten:



A close-up portrait of a man with a shaved head, a dark goatee, and dark sunglasses. He is wearing a white headset with a microphone. He is wearing a dark blue t-shirt. His arms are crossed. The background is a dark, out-of-focus blue. The text "Es gibt Regeln!" is overlaid in the center in a large, white, sans-serif font.

Es gibt Regeln!

Welche Regeln gibt es:



- 1. Was du sagst, muss stimmen – Darf nicht unrealistisch sein!**
- 2. Der Aufbau deiner Seite muss gewisse Regeln beachten**

Welche Regeln gibt es:



Sehr streng!

- KEINE unrealistischen Versprechungen
- KEINE Ergebnis-Versprechungen (Geld, Gewicht etc.)
- Es muss dich geben & du musst es nachweisen können
- Impressum, Haftungsausschluss
- Menüpunkte müssen vorhanden sein → Keine reine Lead-Einsammel-Seite



Halb streng!

- Keine SEHR unrealistischen Versprechungen
- KEINE Ergebnis-Versprechungen (Geld, Gewicht etc.)
- Impressum, Haftungsausschluss
- Keine Menüpunkte nötig = reine Lead-Einsammel-Seiten erlaubt!

→ Wie die jeweiligen Seiten also aussehen müssen, schauen wir uns gleich an

Die Google Optin-Seite:

Die Google Optin-Seite:



Google stellt klare Anforderungen an deine Optin-Seite:

- Bevor ich dir den Aufbau deiner für Google-Traffic geeigneten Optin-Seite zeige, sollten wir zuerst einen Blick auf Google als Traffic-Lieferant werfen.
- Google ist SEHR reich. Google verdient bei einem Jahresumsatz von ca. 250.000.000.000 \$ im Schnitt ca. 8.000\$ pro SEKUNDE! In der Zeit, in der du diese Zahl gelesen hat, hat Google schon wieder 8.000\$ verdient. Warum ich das sage? Nun, mach nicht den Fehler zu glauben, dass Google von deinem Werbegeld, das du dort ausgibst, abhängig ist.

Die Google Optin-Seite:

Google stellt klare Anforderungen an deine Optin-Seite: 

- Google ist also weder darauf angewiesen, dass du dort Werbung schaltest, noch will Google, dass jeder dort Werbung schaltet. Im Klartext: Es gibt Richtlinien, die du erfüllen musst/an die du dich halten musst, damit du dort Werbung schalten darfst! (Das Gleiche gilt natürlich auch für Facebook. Aber Google ist durchaus noch strenger, als Facebook.)
- Diese Richtlinien kannst du auch nachlesen. Allerdings sind die wichtigsten Aspekte hieraus auf den Punkt gebracht:
 - ❖ **Deine Webseite muss Menüpunkte haben** (also keine reine „fishing“ Optin-Seite)
 - ❖ **Dich muss es wirklich geben und das, was du sagst, muss stimmen** (keine unrealistischen Versprechungen)

Die Google Optin-Seite:



Nutze deine Homepage als Google Optin-Seite:

- Das hier ist jetzt ein wichtiger Tipp: Der einzige Grund, warum du eine Webseite oder Homepage haben solltest ist: Es ist ein Vertriebs-Tool für dich. Für nichts anderes ist deine Webseite da. Sie soll Kunden für dich gewinnen.
- Und genau deshalb macht es eben auch extrem viel Sinn, deine Webseite/Homepage so zu optimieren, dass du auch hierüber Optins (=Email-Adressen deiner Zielgruppe) einsammelst.

Die Google Optin-Seite:



Nutze deine Homepage als Google Optin-Seite:

- Dein Vorteil: Wenn du deine Webseite/Homepage so optimiert hast, dann kannst du hierauf Google-Werbung schalten, wenn du das magst. Allerdings: Unabhängig davon, ob du bei Google nun Traffic schaltest (also bezahlte Werbung), oder nicht → Verwandle deine Webseite/Homepage in eine Optin-Seite, die dir Leads bringt.
- Im Klartext: Deine Webseite/Homepage soll eine Eingangstür in deinen Funnel (= Vertriebs-Prozess) bieten. Das geht, in dem du eine Optin-Möglichkeit auf deiner Homepage bietest und diese prominent kommunizierst. Und auch hier ist der Prozess „Geschenk gegen Daten“ – also genau das, was wir uns schon angesehen haben.
 - Ich zeige dir jetzt also eine mögliche Architektur deiner Google geeigneten und Optin-optimierten Webseite/Homepage:

1

Home

Über...

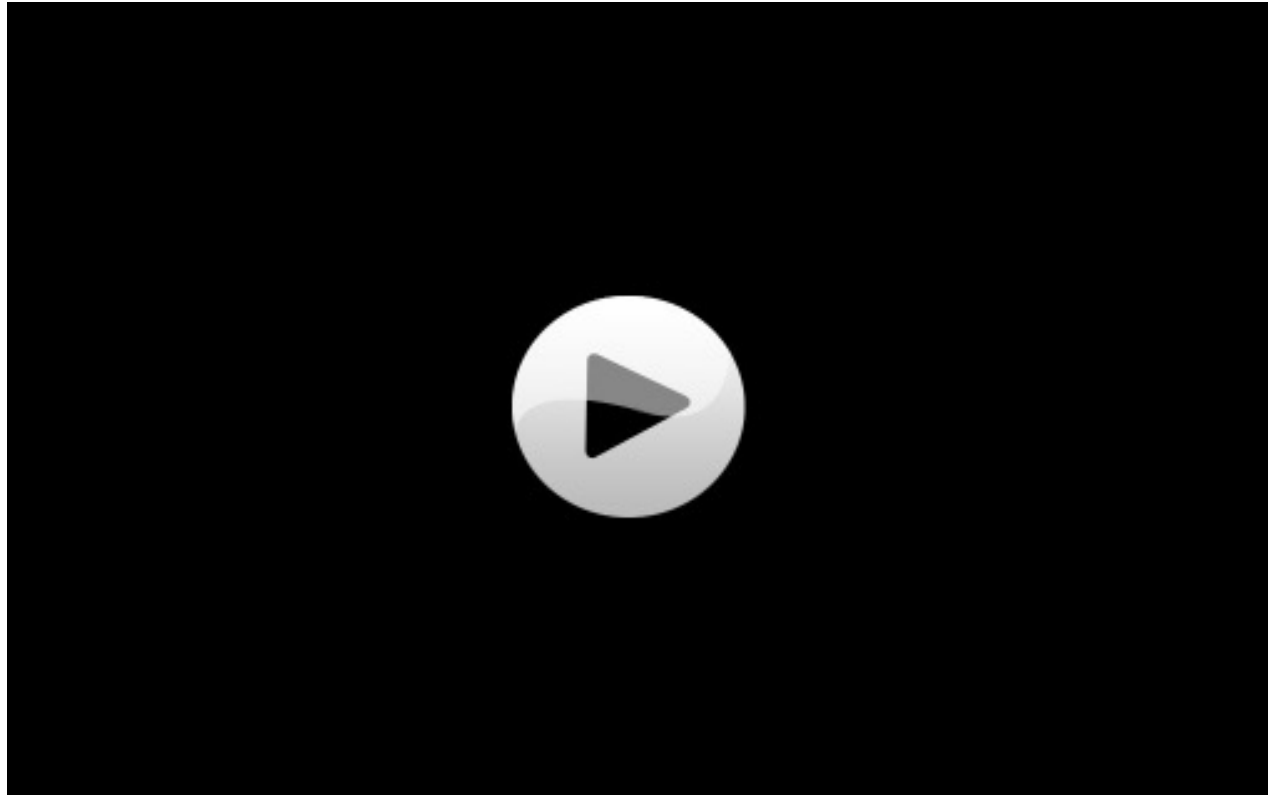
Kunden-Erfolge

Gratis

Blog

Headline: Interesse wecken, Nutzen kommunizieren, Zielgruppe adressieren!

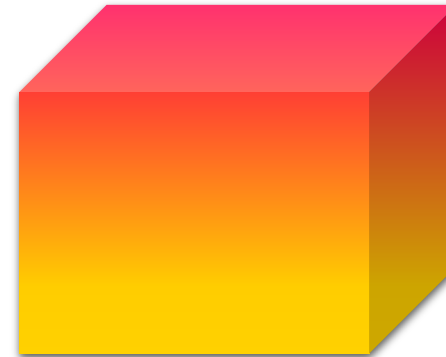
2



4 Startseiten-Text

...
...
...

3 Gratis-Geschenk:



Jetzt 100% GRATIS
anfordern:

Email...

>>> Jetzt anfordern!

Ihre Daten sind sicher...

- 1 Menüpunkte
- 2 Startseiten-Video
- 3 Eintrage-Bereich
MUSS auf jedem
Menüpunkt
sichtbar sein =
höhere Optin-
Conversion!
- 4 Startseiten-Text

Home

Über...

Kunden-Erfolge

Gratis

Blog

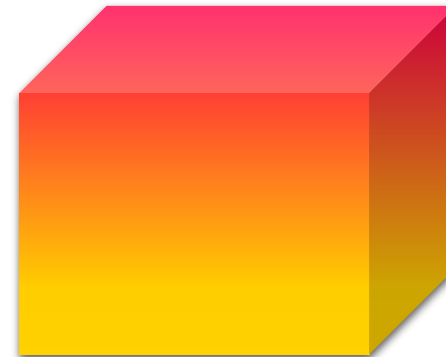
Zum Menüpunkt passende Headline: Interesse wecken, Nutzen kommunizieren!

Hier einen Text schreiben, der folgende Punkte beinhaltet:

- ✓ Warum tust du, was du tust
- ✓ Welchen konkreten Nutzen (messbar) haben deine Kunden
- ✓ Was ist dein Alleinstellungsmerkmal und warum ist das für deine Kunden nützlich
- ✓ Was ist dein Positionierungs-Satz
- ✓ Wer sind deine Kunden (für wen ist es/für wen ist es nicht)

WICHTIG: Am Ende Call-to-Action auf „Optin!“

Gratis-Geschenk:



**Jetzt 100% GRATIS
anfordern:**

Email...

>>> Jetzt anfordern!

Ihre Daten sind sicher...

[Home](#)[Über...](#)[Kunden-Erfolge](#)[Gratis](#)[Blog](#)

Zum Menüpunkt passende Headline: Interesse wecken, Nutzen kommunizieren!

Auf dieser Seite adressierst du die **Ratio**, in dem du über die Erfolge schreibst, die deine Kunden erreicht haben.

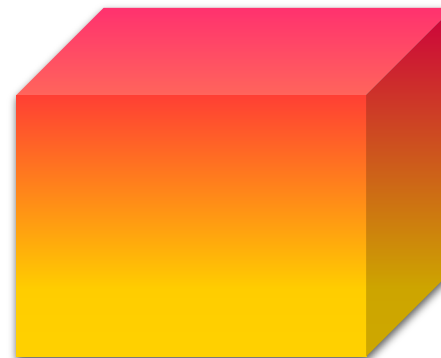
Das können vorher/nachher Bilder oder Storys sein. Es können aber auch Kundenberichte sein.

Wichtig: Jede Kunden-Erfolgsstory sollte einer klaren Struktur folgen (jede exakt nach diesem Raster aufbauen):

- ✓ Kurzes Zitat des Kunden mit Foto
- ✓ Highlights (in dem was für den Kunden erreicht wurde)
- ✓ Herausforderungen (die es bei diesem speziellen Kunden gab)
- ✓ Die Lösung (die der Kunde bekommen/in Anspruch genommen hat)
- ✓ Vorteile (die der Kunde durch die Zusammenarbeit bestätigt hat)

WICHTIG: Am Ende Call-to-Action auf „Optin!“

Gratis-Geschenk:



**Jetzt 100% GRATIS
anfordern:**

>>> Jetzt anfordern!

Ihre Daten sind sicher...

[Home](#)[Über...](#)[Kunden-Erfolge](#)[Gratis](#)[Blog](#)

Zum Menüpunkt passende Headline: Interesse wecken, Nutzen kommunizieren!

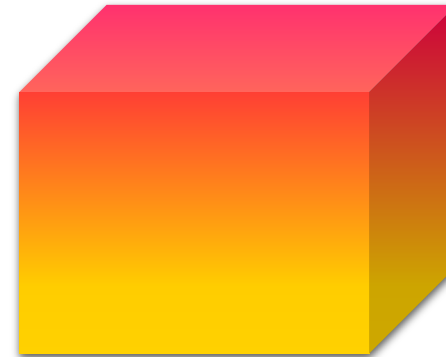
Diese Seite beschreibt dein Optin-Geschenk und kommuniziert Benefits/Nutzenvorteile, die dein Lead-Magnet deinen Kunden bietet.

Verstehe diesen Menüpunkt also als „Bühne“, auf der du deinen Optin-Geschenk nochmal richtig schön in Szene setzen kannst.

Aber ACHTUNG: Bitte Nutzen kommunizieren und KEINE Eigenschaften.

WICHTIG: Am Ende Call-to-Action auf „Optin!“

Gratis-Geschenk:



**Jetzt 100% GRATIS
anfordern:**

>>> Jetzt anfordern!

Ihre Daten sind sicher...

[Home](#)[Über...](#)[Kunden-Erfolge](#)[Gratis](#)[Blog](#)

Zum Menüpunkt passende Headline: Interesse wecken, Nutzen kommunizieren!

Hier gelangen deine Webseitenbesucher auf deinen Blog.

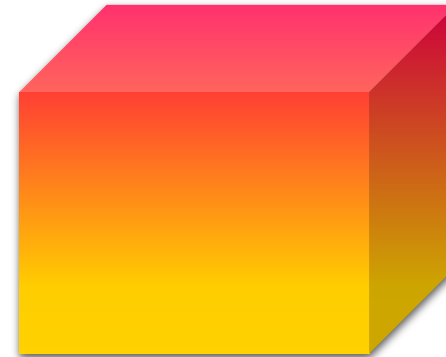
Der Blog ist eine Ansammlung von Help-Content-Stückchen. Das können geschriebene Artikel sein, genauso wie Videos etc.

Für den Start macht es Sinn, wenn du 5+ Blogartikel einstellst, die du auch selber geschrieben hast. Anschließend kannst du für weitere Blogartikel auch externe Schreiber beauftragen. Die Qualität muss aber stimmen und es muss für deine Zielgruppe relevanter Content sein (=Value-Content = Help-Content).

Deine Blog-Artikel haben die Funktion, Vertrauen aufzubauen. Menschen, die deine Artikel lesen sollen danach sagen: „Wow, das ist aber wirklich hilfreich/wertvoll/spannend/nützlich...“

WICHTIG: Am Ende jedes Blog-Artikels Call-to-Action auf „Optin!“

Gratis-Geschenk:



**Jetzt 100% GRATIS
anfordern:**

>>> Jetzt anfordern!

Ihre Daten sind sicher...

Facebook Optin-Seite

HEADLINE: Zielgruppe adressieren, Nutzen kommunizieren & zur Handlung auffordern!

SUBHEADLINE: Hierin ein weiteres starkes Nutzenargument liefern & weiter Interesse aufbauen...

EINLEITUNGSTEXT: Hierin die Hauptnutzenargumente nochmal adressieren, wie du das Leben deiner Webseitenbesucher verbessern kannst. Begründen, warum du als Experte hierbei helfen kannst. Erwähnen, welchen Nutzen dein Gratis-Geschenk hat und hervorheben, dass es zu 100% GRATIS ist.

BEGRÜNDUNGSKONJUNKTION: Trage jetzt kurz deine beste Emailadresse in, damit ich dir mein GRATIS-Report in wenigen Sekunden zusenden kann!



Wenn Sie ernsthaft vor haben, mit möglichst geringem Aufwand neue Kunden zu gewinnen und Ihren Umsatz enorm zu steigern, dann kommen Sie an Pascal Feyh und seinen Tipps nicht vorbei. Seine Tipps sind die schnellste Abkürzung die ich kenne. Ich selbst habe viel von ihm gelernt und schätze ihn als einen besonderen Menschen. Pascal Feyh hat die besondere Fähigkeit komplexes Wissen in einfache Worte zu packen, die jeder versteht und mit denen jeder erfolgreich sein kann.

Otto Karasch - IPG International Premium Goods

1 Headline

2 Subheadline

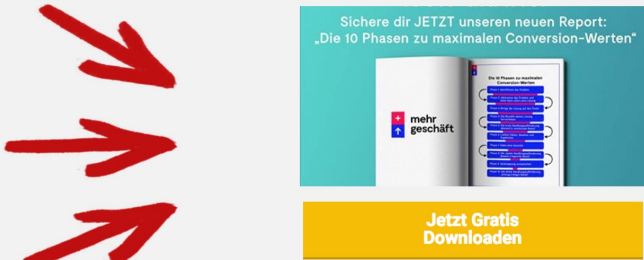
3 Einleitungstext

4 Begründungskonjunktion

5 Visualisierung & Call-To-Action inkl. Orientierungsgrafik (Pfeile lenken das Auge!)

6 Beweiselement: Testimonial

Facebook Optin-Seite:

HEADLINE: Zielgruppe adressieren, Nutzen kommunizieren & zur Handlung auffordern!	1	Headline
SUBHEADLINE: Hierin ein weiteres starkes Nutzenargument liefern & weiter Interesse aufbauen...	2	Subheadline
EINLEITUNGSTEXT: Hierin die Hauptnutzenargumente nochmal adressieren, wie du das Leben deiner Webseitenbesucher verbessern kannst. Begründen, warum du als Experte hierbei helfen kannst. Erwähnen, welchen Nutzen dein Gratis-Geschenk hat und hervorheben, dass es zu 100% GRATIS ist.	3	Einleitungstext
BEGRÜNDUNGSKONJUNKTION: Trage jetzt kurz deine beste Emailadresse in, damit ich dir mein GRATIS-Report in wenigen Sekunden zusenden kann!	4	Begründungskonjunktion
	5	Visualisierung & Call-To-Action inkl. Orientierungsgrafik (Pfeile lenken das Auge!)
 Wenn Sie ernsthaft vor haben, mit möglichst geringem Aufwand neue Kunden zu gewinnen und Ihren Umsatz enorm zu steigern, dann kommen Sie an Pascal Feyh und seinen Tipps nicht vorbei. Seine Tipps sind die schnellste Abkürzung die ich kenne. Ich selbst habe viel von ihm gelernt und schätze ihn als einen besonderen Menschen. Pascal Feyh hat die besondere Fähigkeit komplexes Wissen in einfache Worte zu packen, die jeder versteht und mit denen jeder erfolgreich sein kann. <i>Otto Karasch - IPG International Premium Goods</i>	6	Beweiselement: Testimonial

Diese Seite kannst du für folgende Traffic-Quellen nutzen:

- Bezahlter Facebook Traffic
- Bezahlter YouTube-Traffic
- **NICHT für bezahlten Google-Traffic**



Folgende Conversion-Werte gelten als Ziel-Werte in %:

- 15%+ Optin-Conversion
- Niedrigere Schwankungen können normal sein. Dauerhaft im Schnitt jedoch solltest du 15%+ anpeilen

Wichtig, zu wissen:

- Deine Optin-Seite muss keine Menüpunkte haben (=keine Ablenkung)