

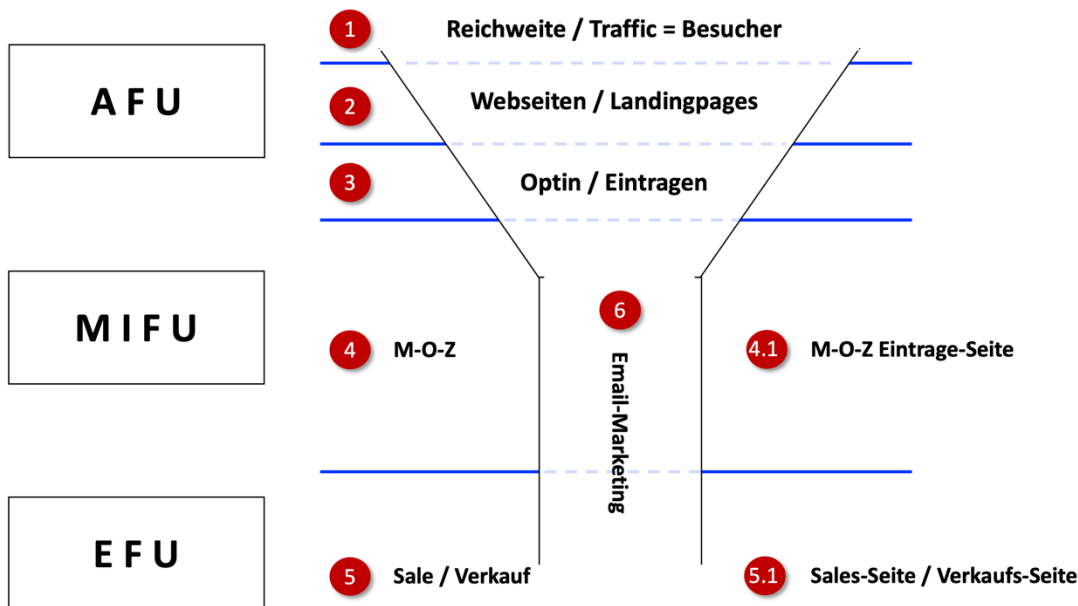
Zusammenfassung - Video 4

Listenaufbau: Wie Du Dir eine durstige Masse aufbaust

Das perfekte Optin-Geschenk

In dieser Videolektion sprechen wir über Punkt 3 in unserem Optimalen Online Marketing System – dem Optin bzw. Eintragen.

Optimales Online-Marketing-System



Nur nochmal zur Klarheit: Optin bedeutet „EINTRAGEN“ bzw. auch „TEILNEHMEN“.

Durch den Schritt „Optin“ verwandelst du nun deine Webseitenbesucher in Interessenten. Lass uns dazu direkt einmal in die Begriffsdefinition gehen:

Interessenten = Menschen, die dir ihre Kontaktdaten geben – mindestens die Email-Adresse.

Mit dem Schritt „Optin“ folgen wir 2 extrem wichtigen Unternehmer-Gesetzen:

Gesetz #1: Wir bauen uns eine „durstige Masse Menschen auf, denen wir dann 1 Glas Wasser nach dem anderen servieren können“. Denn wir wissen: Zielgruppen-Besitz ist wichtiger als Produkt-Besitz

Gesetz #2: „Mehr Kontakt bringt mehr Geschäft!“ – Denn wenn wir die Emailadressen unserer Zielgruppe eingesammelt haben, dann können wir aktiv eine verkaufsfördernde Kommunikation aufbauen – eben durch Emails, die wir versenden. Jede Email ist ein Kontakt.

Lass uns als beginnen und uns zunächst 3 wichtigen Internet-Fakten ansehen:

1) Die 1-3 Sekunden Regel

- Ein Webseitenbesucher gibt deiner Seite Ø 1-3 Sekunden Zeit
- In dieser Zeit bewertet die Person: Ist dein Inhalt „spannend, wertvoll und nützlich“ für die Person
- Wird dies negativ bewertet, so klickt die Person einfach wieder weg und ist verschwunden

2) Vertrauen & Sicherheit

- Um eine Kaufentscheidung zu treffen, müssen bei Menschen vor Allem Vertrauen & Sicherheit ausgeprägt sein
- Diese beiden Gefühle sind klare Voraussetzung für einen Kauf
- Mit Blick auf die 1-3 Sekunden Regel wird schnell klar: Innerhalb dieser kurzen Zeit ist dies nahezu unmöglich

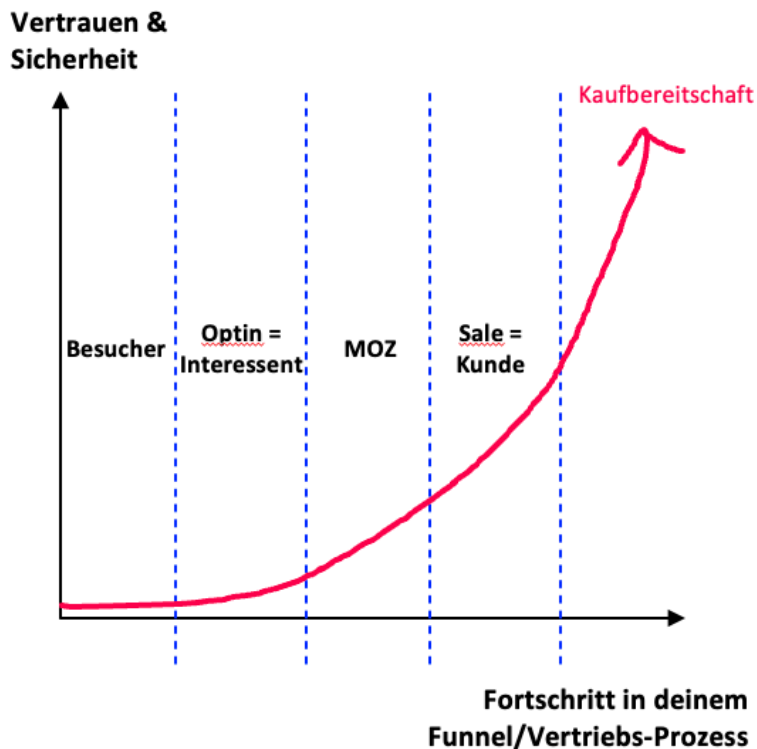
3) 7 Kontakt-System

- Eine alte Vertriebs-Lehre belegt: Menschen sind im Ø nach dem 7. Kontaktpunkt so weit, eine Kaufentscheidung zu treffen
- Im schlechtesten Fall kommt ein Webseitenbesucher auf deine Seite und klickt innerhalb von 1-3 Sekunden wieder weg. Ergebnis: Nur 1 Kontaktpunkt und kein Kauf
- Lösung: email-Marketing bietet uns die Möglichkeit, mehrere starke Kontaktpunkte zu unseren Interessenten aufzubauen und sie so zu Vertrauen & Sicherheit zu führen

Diese drei entscheidenden Internet-Fakten zeigen uns eines sehr deutlich:

**Wenn du im Internet Kunden gewinnen willst, dann höre auf, zu verkaufen.
Zumindest im ersten Schritt!**

Werfen wir dazu einen Blick auf die Entwicklung von Vertrauen & Sicherheit im Fortschritt des Vertriebs-Prozesses:



Wir sehen: Erst durch den weiteren Verlauf in deinem Funnel/Vertriebs-Prozess steigen Vertrauen und Sicherheit langsam an.

Fakt ist: Ganz am Anfang des Funnel ist beides sehr niedrig. Wer also direkt vorne versucht, etwas zu verkaufen, wird in der Regel kläglich scheitern.

(Als Ausnahme sind hier natürlich Ecommerce-Geschäfte zu sehen. Ein reiner Webshop hat die Aufgabe, zu verkaufen. Dennoch gilt auch für Ecommerce-Geschäfte: Unbedingt Zielgruppen-Besitz aufbauen durch das Generieren von Email-Adressen.)

Deswegen halten wir fest: In Schritt 1 deines Funnels NICHT VERKAUFEN!

Stattdessen sollten wir ein „Tauschgeschäft“ initiieren.

Das Initiieren eines Tausch-Geschäfts:

Schauen wir uns das an: Was tauschen wir?

Wir tauschen DATEN gegen ein GESCHENK!

- Welche Daten? → Email-Adresse
- Welches Geschenk? → Content

Jetzt schauen wir uns dazu an:

- 1) Fakten zu den Daten
- 2) Fakten zum Geschenk

ZU 1) Fakten zu den Daten:

- Niemand will sich irgendwo eintragen
- Regel: Je weniger Daten & Felder, desto besser
- Am Anfang des Prozesses ist das Vertrauen niedrig. Zu viele Datenfelder stelle da eine Hürde dar

ZU 2) Fakten zum Geschenk

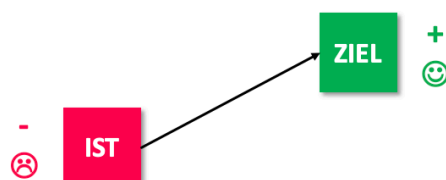
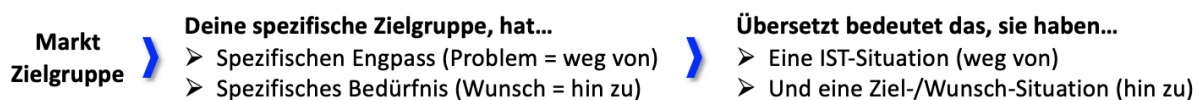
- Wann ist ein Webseitenbesucher aber DOCH bereit, die Daten (= Email-Adresse) einzutragen?
- Antwort: Wenn der NUTZEN groß genug ist
- Verkaufen ist immer ein Prozess, der lautet: **Preis** vs. **Nutzen**

Was ist der Preis?

Die Email-Adresse + Die Aufgabe der Anonymität + Unsicherheit + Aufwand etc.

Was ist der Nutzen?

Denk an unsere Schablone zurück: IST → ZIEL



- Probleme lösen - Ziele erreichen	DAZU Content liefern DAS ist nützlich = WERT
---	--

Wenn der NUTZEN & der WERT groß genug, sind → Dann erreichst du eine Optin Bereitschaft!

Kurzer Technik-Ausflug:

- Du benötigst eine Email-Software Formular
- Hiermit kannst du ein Eintrageformular auf deiner Webseite einbinden

Eine klare Anleitung dazu bekommst du in einer der nächsten Video-Lektion hier im Unternehmer Marketing Coaching zu Punkt 6 in unserem OOMS.

Als nächstes schauen wir uns 3 Sachen zu deinem Content-Geschenk an:

1. Das Format
2. Der Titel
3. Die Verpackung

Zu 1. Welches Content-Format kannst du wählen?

- PDF / VIDEO / AUDIO
- Bitte achte auf den Aufwand: Video ist sicher am höchsten. An 2. Stelle Audio. Am wenigsten Aufwand ist sicher Text/PDF
- Beachte immer die wichtige Regel: TESTEN!

Zu 2. Welchen Titel?

- Wieso benötigt dein Content-Geschenk überhaupt einen Titel? → Es soll attraktiv klingen
 - Pain oder Pleasure Adressierung
 - Nutzen kommunizieren
 - Präzise sein (Aufzählung verwenden etc.)

Dein Optin-Geschenk sollte also einen attraktiven Titel haben:

- Tatsächlich ist es so: Je attraktiver der Titel deines Optin-Geschenk für deine Zielgruppe klingt, um so mehr Menschen wollen dein Optin-Geschenk haben. Im Klartext: dann wirst du eine höhere Optin-Conversion erreichen.
- Betrachte den Titel also wie eine gute Headline für einen Text. Also sollten wir uns der Frage nähern: **Wann ist ein Titel für deine Zielgruppe interessant?**
- Ganz einfach: Wenn auch hier wieder ein Problem/Engpass adressiert und das Erreichen einer/s Lösung/Bedürfnis kommuniziert werden → Denn das hat dann für deine Zielgruppe einen Nutzen.
- Wenn du dann dazu auch noch eine attraktive Struktur verwendest, deine Zielgruppe ansprichst und zur Handlung aufforderst, dann hast du vieles richtig gemacht.

Wir halten also fest: Die 4 wichtigsten Elemente für den Titel deines Optin-Geschenks sind...

1. Nutzen kommunizieren: Problem und Bedürfnis adressieren (IST- & ZIEL-Situation)
2. Struktur liefern: X Schritte, Wege, Tipps, Hilfen, Fehler etc.
3. Zielgruppe ansprechen: Direkt adressieren oder direkte Anrede (Du, Sie)
4. Zur Handlung auffordern: Direkt oder indirekt

Dein Vorteil: Hier sind 5 gut funktionierende Titel-Vorlagen, die du nutzen kannst...

- (1) „So erreichst du HURRAH ohne OHJE!“ → *„So kommst du zur Strandfigur, ohne zu hungern!“*
- (2) „Die X besten/schnellsten Wege zu Y in Z“ → *„Die 3 schnellsten Wege zur ersten Immobilie in 90 Tagen!“*
- (3) „Studie: Was jeder über XYZ wissen sollte/muss“ → *„Studie: Was jeder jetzt über die drohende Inflation wissen muss!“*
- (4) „Das wichtigste X, mit dem Sie Y endlich (innerhalb von ...) bekommen!“ → *„Die wichtigste Strategie mit der Sie Ihre Kundengewinnung innerhalb 30 Tage maximal automatisieren können!“*
- (5) „Die XYZ Schnellstart-Anleitung: Wie Sie in X Stunden garantiert Y erreichen!“ → *„Die Online-Umsatz Schnellstart-Anleitung: Wie Sie nach 30 Tagen Ihre ersten 4-stelligen Online-Umsätze erreichen!“*

Wichtiger Tipp:

- Erstelle erst ein paar Titel
- Teste diese Titel z.B. in Facebook-Gruppen und hole dir Reaktionen deiner Zielgruppe
- Erst dann erstellst du den Content

→ Laufe nicht Gefahr, dein Content-Geschenk erst zu erstellen und dann festzustellen, dass es niemand haben möchte. Diesen Fehler habe ich oft begangen. Deswegen ist es so wichtig erst den Titel zu testen und herauszufinden „Was will deine Zielgruppe?“. Erst wenn du das weißt, erstellst du das Content-Geschenk!

Zu 3. Welche Verpackung?

- Es gibt eine Regel, die lautet: „Das Auge downloaded mit“
- Deswegen: Visualisiere dein Content-Geschenk. Am besten in 3D
- Du kannst hierfür sogenannte „Mock-Up“ – Vorlagen nutzen
- Es gibt tolle Software-Lösungen und Apps. Bspw. „Box-Shot“ oder „Canva“



www.canva.com
www.boxshot.com

Jetzt gehen wir zum nächsten Schritt und schauen uns an: Wo Findet die Eintragung (= Optin) statt?

Antwort: Auf einer Webseite

Dazu zwei klare Tipps:

1. Optimierte deine Homepage für Optin
2. Erstelle eigene Landingpages NUR für Optin

Im einer der nächsten Videolektionen hier im Unternehmer Marketing Coaching zeige und gebe ich dir für beides exakte Seiten-Vorlagen.

Bis hierher aber erstmal:

- Du solltest beides machen & haben

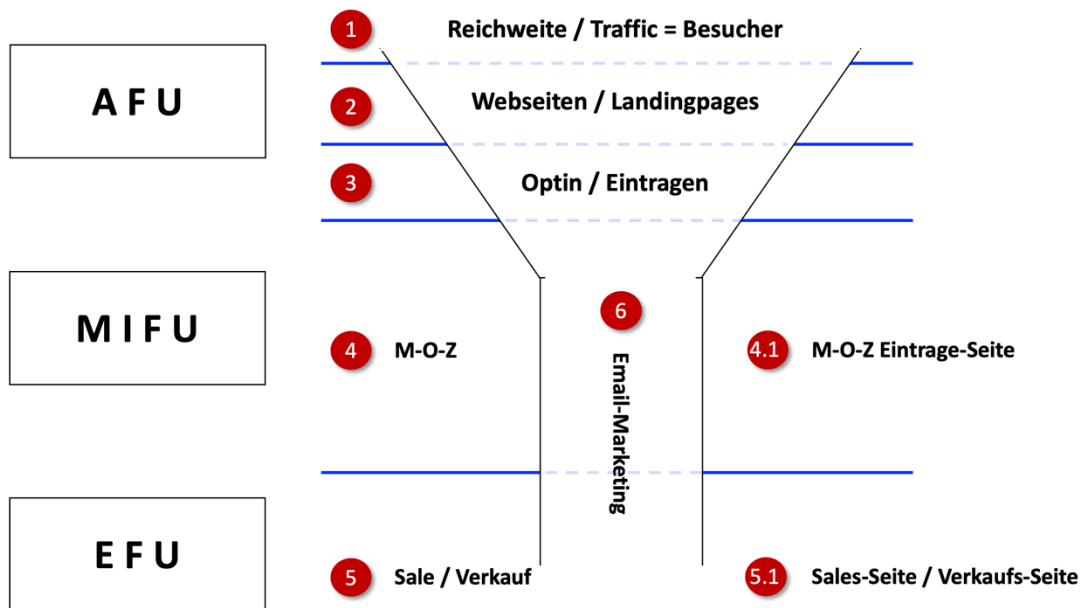
Deine Homepage → Sie hat nur EINEN Job/Auftrag → Leads generieren. Sie hat keinen anderen Zweck.

Gute Nachricht: Du hast ja jetzt schon Besucher. Als verwandle sie in Interessenten, in dem du einen Optin-Prozess auf deiner Seite einbaust!

Noch einmal: Die Vorlagen dazu bekommst du in einer der nächsten Videolektionen von mir!

Lass uns zum Schluss noch einmal einen Blick auf den Funnel werfen:

Optimales Online-Marketing-System



Wenn du Interessenten einsammelst, dann ist dies ein großer Wert!

Denn du kannst einen guten Teil dieser Interessenten in kaufende Kunden verwandeln.

Der Grund:

- Du hast jetzt dein Marketing verändert → Du hast jetzt einen SOG!
- Die Menschen WOLLEN sich bei dir eintragen → Sie interessiert, was du machst.
- Sie geben dir die Erlaubnis, ihnen Informationen zuzusenden.

Was bekommst du in den nächsten Videolektionen von mir:

- a) Deine perfekten Webseiten und Optin-Seiten Vorlagen = OOMS 2
- b) Deine perfekte Email-Anleitung = OOMS 6