

UNWIDERSTEHLICHES
ANGEBOT

DER FAHRPLAN

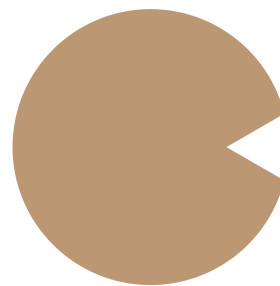
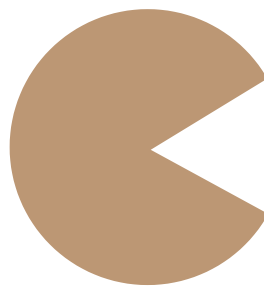
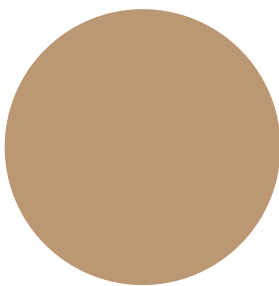
ZUM UNWIDERSTELICHEN ANGEBOT



PROFITABLE MÄRKTE

MEINE SPEZIALISIERUNG

Worauf möchtest du dich spezialisieren? Was sind deine Spezialgebiete?
Was verkörperst du und wofür brennt dein Herz?



IDEE 1

Markt:

.....

Teilmarkt:

.....

Nische:

.....

IDEE 2

Markt:

.....

Teilmarkt:

.....

Nische:

.....

WORIN BIST DU MEISTERLICH

Was sind deine Meisterdisziplinen? Bei welchen Themen wirst du regelmäßig um Rat gefragt? Was geht dir extrem leicht von der Hand und macht dir Spaß?

HIER BIN ICH VORBILD

DARIN BIN ICH GUT



ZIELGRUPPEN-KOMPETENZ

- Wie geht es deinem Traumkunden im Moment?
- Wie fühlt er sich?
- Was macht ihm Sorgen?
- Was macht ihm Freude?

Beschreibe es so gut wie irgend möglich. Spüre in sein Leben hinein.



Ruhe	Action
Meer	Berge
Sneaker	Highheels
Prosecco	Rotwein
Einmalzahler	Ratenzahler
Fast Food	Slow Food
Shopping	Biken



1. SIE WÜNSCHEN SICH ...
2. SIE MÖGEN ...
3. SIE HABEN PROBLEME BEI ...
4. SIE HASSEN ES, WENN ...
5. SIE HABEN IN DER VERGANGENHEIT...
6. SIE WOLLEN IN DER ZUKUNFT ...
7. SIE BRAUCHEN UNTERSTÜTZUNG BEI ...
8. SIE MACHEN GERNE ...
9. SIE LIEBEN ES, WENN ...
10. SIE BLÜHEN AUF ...
11. SIE SCHEUEN ...
12. SIE LESEN AM LIEBSTEN ...
13. SIE FOLGEN ...
14. SIE SPENDEN FÜR ...
15. SIE HABEN ANGST VOR...
16. DIE 3 GRÖSSTEN WERTE SIND ...

DIE VORHER-SITUATION

Hier beschreibst du die aktuelle Herausforderung, das größte Problem oder die Frustration deines idealen Kunden. Je detaillierter du die Problem-Situation beschreiben kannst, desto besser.

Du kannst dazu bestimmte Problem-Szenarien durchgehen oder auch beschreiben, wie dein idealer Kunde in diese Problem-Situation geraten ist.

- Du sitzt stundenlang vor dem Computer und hast kaum Bewegung. Am Abend schmerzt der Rücken und du fühlst dich völlig "ingerostet".
- Du kannst in der Nacht schlecht schlafen, weil die Verspannungen in deinem Nacken immer schlimmer werden. Morgens wachst du gerädert auf, sollst aber wieder Vollgas geben.

DIE PROBLEM / VORHER-SITUATION MEINES KUNDEN:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

DIE NACHHER-SITUATION



MEINE LÖSUNG

Wie würde sich dein/e
(Thema z. B. Schlaf, Partnerschaft, Umsatz, Leben) verbessern, wenn du

- endlich wieder einen erholsamen Schlaf hättest
- schmerzfrei und gelassen mit deinen Kinder spielen könntest
- beweglich und vital den Alltag meistern könntest

PRODUKT-VERSPRECHEN

Für Menschen mit Nackenschmerzen, die Probleme haben mit Verspannungen und häufigen Kopfschmerzen, biete ich ein Online-Begleitprogramm an, das Blockaden löst, die Muskulatur lockert, für erholsamen Schlaf sorgt und wieder einen entspannten Büroalltag ermöglicht.

Wie würde sich dein/e

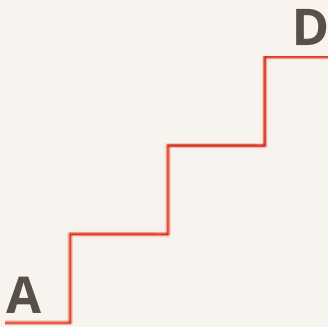
.....

verbessern, wenn du

-
-
-

Für (Zielgruppe),
die Probleme haben mit,
biete ich (Angebot),
für (Lösung 1),
und (Lösung 2).

TRANSFORMATION



Wie bringst du deinen Traumkunden in die Transformation? Also von A nach D? Dein Kunde gibt dir Geld, um ein neues Ergebnis zu erhalten. Jetzt solltest du ihm auch sagen WIE du vorgehst. Das schafft Vertrauen und zeigt, dass du strukturiert vorgehst und einen Plan hast. Kreiere Module und erste Schritte!

STOFFSAMMLUNG FÜR THEMEN UND KONZEPTION

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Mal angenommen, deine Kunden haben das 6-Wochen Begleitprogramm bei dir gebucht. Die Transformation hat super funktioniert. Wie geht es zu deinen Kunden jetzt? Was hat sich verändert?

- schlanker
- schneller
- erfolgreicher
- glücklicher
- ruhiger
- motivierter
- schmerzfreier
- erholter
- entspannter
- schöner
- besser
- frischer
- fühlt sich geschützter
- sicherer
- wohlhabender
- klarer
- freier
- ruhiger

WIE FÜHLEN SICH DEINE KUNDEN?

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

DEIN FORMAT-MIX



DU BEKOMMST

- Plan (z.B. Trainingsplan)
- Umsetzung von
- 1:1 Coaching /
- Videos
- Onlinekurs
- Gruppencoaching
- 1:1 Coaching
- Audiofiles (z.B. Meditation)
- Vor-Ort-Service (z.B. Massage)
- IST-Analyse
- Abschlussgespräch
- Arbeitsbuch
- Zertifikat
- FAQ-Session
- Webinar
- Zugang / Ticket zu
-
-
-

KUNDENBEGEISTERUNG

Überraschungen / Geschenke,
die du nicht kommunizierst

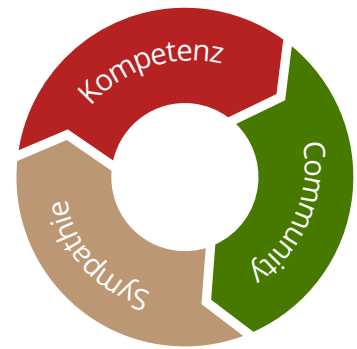
-
-
-

VERTRAUEN AUFBAUEN

Du brauchst das Vertrauen der Menschen, denn die Beziehung zur Traumzielgruppe ist sehr wichtig. Man will ja nicht mit einer fremden Person in den Urlaub fahren. Daher: zeige dich und dein Leben. Sei persönlich jedoch nicht zu privat. Das ist ein großer Unterschied.

Beziehungen aufbauen funktioniert über Storytelling, Berichte, was dich beschäftigt. Was macht dich glücklich? Was ärgert und bewegt dich? Wie kam es zu deinem Business? Was willst du verändern? Was passiert gerade in deinem Leben? Wann und wie war ein Shift? Was sind deine Hobbys? Was ist deine Mission?

Stelle Fragen und zeige deine Kompetenz. Wenn du Mehrwerte lieferst, werden dir deine Kunden auch folgen wollen.



1/3 REGEL

MARKTANALYSE

Frag deine Community und Kunden

- Ich denke darüber nach ein ... anzubieten? Würde dich das interessieren?
- Ich frage mich, was dich mehr Interessiert A oder B?
- Ich plane schon lange ein ... auf den Markt zu bringen. Hättest du Interesse und welche Themen wären für dich wichtig?
- Welche Dienstleistung / Angebote wünschst du dir von mir (noch)?

Frag Google:

Der kostenlose Google Keyword Planner hilft dir die Nachfrage zu Themen zu finden.

MEIN TEXT

.....

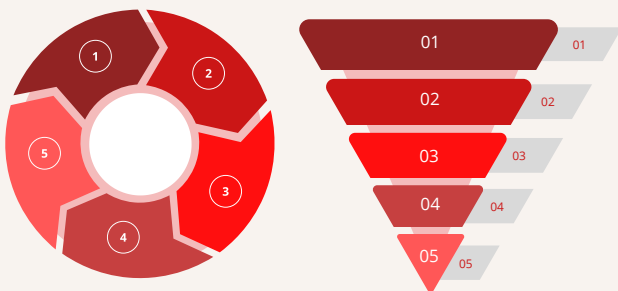
.....

.....

.....

VISUALISIERUNG

Es hilft deinem Kunden, wenn du die Schritte zusätzlich visualisierst. Vor allem die visuellen und logisch strukturierten Typen fahren auf solche Grafiken ab. Du solltest deshalb die Stufen der Zusammenarbeit optisch darstellen.



TRANSFORMATION

Im nächsten Step listen wir schriftlich auf, was dein Kunde exakt bekommt. Er soll durch die verschiedenen Lektionen merken, dass die Zusammenarbeit wirklich zu seinem gewünschten Ergebnis führt. Hier ein Beispiel:

In x Lektionen ...

- lernst du, wie du deine Muskeln lockerst, um deine Verkrampfungen im Nacken zu lösen.
- zeige ich dir, wie du deinen Arbeitsplatz optimal einrichtest, um deinen Rücken zu entlasten.
- bekommst du 6 Massagen, die deine Nackenverspannungen lösen, damit du dich wieder frei bewegen kannst.
- erhältst du einen Trainingsplan für zuhause und 10 Übungen per Video, die du regelmäßig anwenden kannst. So können deine Kopfschmerzen verschwinden.
- erfährst du, was du für mehr Bewegungsfreiheit und besseren Schlaf tun kannst.

MEIN TEXT:

.....

.....

FAIRER PREIS

PREISFINDUNG

- Was ist dein Produkt wert, wenn du deinen kompletten Aufwand inkl. Kosten berechnest?
- Wie hoch ist der Wert für deinen Kunden, wenn er das gewünschte Ziel erreicht? (Best Case)
- Was ist dein Traumkunde bereit zu bezahlen? (Angebot und Nachfrage)
- Welchen Preis findest du fair und würde sich für dich gut "anfühlen"?

SIND 1.000 EURO VIEL GELD?

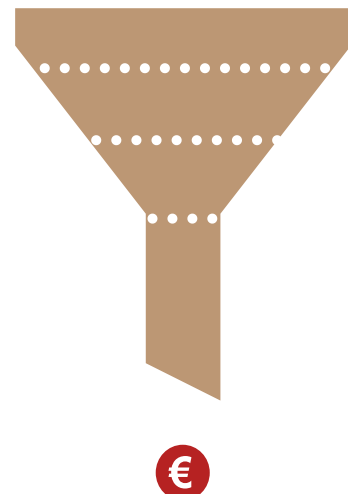


DEIN ZIEL. DEIN SWEETPOINT.

Die Frage ist: wo ist der sog. Sweetpoint, um durch einen zu niedrigen oder zu hohen Preis potenzielle Kunden abzuschrecken bzw. zu gewinnen?

02 Kunden für 2500 Euro = 5.000 Euro
10 Kunden für 500 Euro = 5.000 Euro
50 Kunden für 100 Euro = 5.000 Euro
500 Kunden für 10 Euro = 5.000 Euro

VERKAUFSTRICHTER



FILTERN

Das "Geeignet für" Element verdeutlicht wofür oder für welche Art von Person oder Situation das Produkt am besten geeignet ist bzw. verwendet werden kann. Damit bekommen die richtigen potenziellen Käufer das Gefühl, dass das Produkt wie maßgeschneidert für sie ist. Zudem werden Personen vom Kauf abgeschreckt, für welche das Produkt nicht geeignet ist. Der Vorteil: Du kannst im Vorfeld aussortieren und klar kommunizieren, welche Voraussetzungen für den Erfolg erfüllt sein müssen.

DU SOLLEST BUCHEN, WENN ...

-
-
-

DU SOLLEST KEINESFALLS BUCHEN, WENN

-
-
-



FAQ

Welche Bedenken oder Sorgen könnten deine Kunden haben? Räume letzte Zweifel in dieser Sektion aus! (z.B. Ratenzahlung, Geld-zurück-Garantie, Technik, Vorkenntnisse nötig etc.)

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

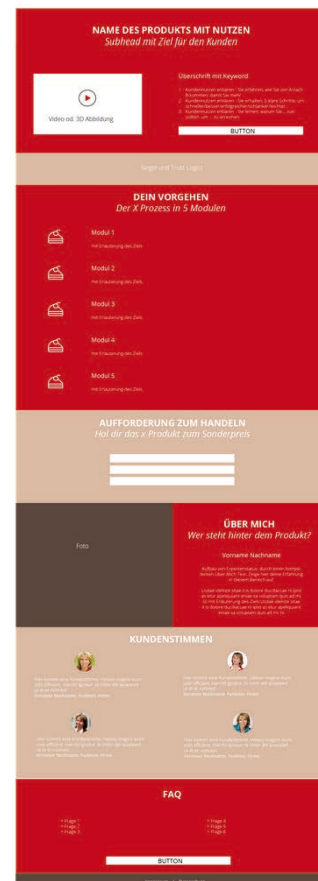
CHECKLISTE FÜR SALES PAGE

WICHTIG

- Emotionale Fotos als Eyecatcher
- Bewegtes Bild (Video, GIF)
- Headline und Subline
- Produktversprechen
- Problem schildern
- Transformation beschreiben
- Vorteile für den Kunden
- Mind. 2 x Call-To-Action
- Mind. 3 Kundenstimmen
- Über Mich Text (kurz)
- Foto / Porträt von mir
- Geeignet für / Nicht geeignet für
- FAQ-Bereich
- Inhalte / Module des Produkts
- ZDF (Preis, Termin, Ort)
- Impressum + Datenschutz

OPTIONAL

- Geld-zurück-Garantie
- Video (max. 2-3 Min.)
- Bekannt aus (Medienlogos)
- Aktive Social Media Kanäle



trustmarketing.de

© Alle Rechte bei trust marketing GmbH
<https://trustmarketing.de>