

DEIN 5 SCHRITTE - FAHRPLAN ZUR KAUFKRÄFTIGEN COMMUNITY

1

SCHAFFE WIEDERERKENNUNGSWERT

Besonders wenn du auf unterschiedlichen Kanälen (Instagram, Blog, Youtube ...) unterwegs bist: Stelle sicher, dass Schriftart, Farben und Grafiken immer gleich sind.

3

LEITE AUF DEINEN NEWSLETTER

Biete ein 0,- Angebot (früher Freebie) im Tausch gegen die eMail-Adresse deines Followers an. Der erste Schritt von gegenseitigem Austausch.

5

ERSTELLE GUTEN CONTENT

Sprich mit deinem kostenlosen Inhalt die Schmerzpunkte deiner Zielgruppe an und zeige mit kleinen Hilfestellungen, dass du weißt, wie die Schritte zur Lösung aussehen.

2

SPEZIALISIERE DICH

Sei kein Bauchladen, sondern eine Nische. Auch wenn du alles kannst, denn nur so wirst du als Experte wahrgenommen. Iss so.

4

BILDE VERTRAUEN DURCH VERLÄSSLICHKEIT

Was immer du jetzt veröffentlichst, ob auf Insta, den Newsletter oder Blogposts, mach es regelmäßig. Zeig, dass man sich auf dich verlassen kann.

DU BIST EIN PROBLEMLÖSER

Wie löst du das Problem?

Entweder hast Du bereits einen **Onlinekurs** erstellt oder du planst einen Onlinekurs und willst ihn verkaufen.

Womöglich bietest du **Coaching** oder eine **Dienstleistung** an.

Was immer davon auf dich zutrifft -> Du willst damit anderen Menschen helfen, ihr Problem zu lösen.



Wie verkaufst du die Lösung?

Damit du möglichst vielen Menschen helfen kannst, ist es nötig dein Angebot bekannt zu machen.

Je mehr davon erfahren, desto größer wird die Zahl der Interessenten sein.

Was aber nutzen dir viele Interessenten, wenn sie nicht bereit sind **deinen Preis** für das Angebot zu bezahlen? . Deswegen brauchst du eine **kaufkräftige Community**.

Am Anfang steht der Aufbau der Reichweite

Damit möglichst viele potentielle Kunden von deinem Angebot erfahren, ist es nötig darüber zu reden. **In der digitalen Welt heißt das Posten.**



Ich lade dich zu folgendem Gedanken-Experiment ein:



1. Stell dir mal vor, du bist in der realen Welt Blumenhändler. Du bist zu einer großen Veranstaltung eingeladen und erzählst vor Ort niemandem von deinem Blumen - Unternehmen. Was denkst du wie viele Aufträge du mit nach Hause nimmst?



Genau das passiert, wenn du deinen Onlinekurs oder Dein Angebot auf deinen Blog stellst und niemandem davon erzählst.

2. Stell dir mal vor, du bist auf dem selben Event und erzählst dort 100 Leuten, dass du irgendwas mit Blumen machst. Also du verkaufst die halt. Wie viele Menschen werden begeistert bei dir in Zukunft Blumen kaufen?



Du postest dein Angebot in den sozialen Medien und sagst, ja also ich biete einen Onlinekurs/ Angebot zu diesem Problem. Keiner wird bei dir kaufen oder buchen.

3. Stell dir mal vor, du sprichst dort mit weiteren 100 Menschen und erzählst ihnen eine lustige oder emotionale Geschichte über Blumen und wie sehr du dafür brennst, Menschen damit glücklich zu machen. Vielleicht erinnert sich der ein oder andere an Dich, wenn er der Gattin vom Präsidenten einen Blumenstrauß mitbringen muss. Aber so richtig teuer sollte er nicht sein.



Du postest darüber wie sehr du deinen Onlinekurs/ Angebot feierst und wie schön er/es geworden ist. Stolz erzählst du vom umfangreichen Inhalt. Aber merkst gar nicht, dass du nur von dir redest.

Ja aber wie denn dann fragst du dich? Lies weiter....



4. Stell dir mal vor, du triffst die verbliebenen 100 Menschen mit denen du noch nicht gesprochen hast und bei denen weißt du genau, wen du da vor dir hast.

Das sind alles Hochzeitsplaner und die interessieren sich für Blumen, denn Sie haben beruflich mit Blumenarrangements zu tun. Du stellst Ihnen Fragen zu Ihren Herausforderungen und Erfahrungen. Du hörst Ihnen zu und fragst nach.

Dann fragst du sie, ob du ihnen einen Rat geben darfst und zwar gratis! Und am Ende schenkst du Ihnen noch womöglich eine schöne besondere Ansteckblume.



Was denkst du, hast du damit womöglich den Samen einer Geschäftsbeziehung gesät? Wird man sich an dich erinnern, wenn jemand gesucht wird, der sich mit Blumenarrangements für Hochzeiten auskennt?



Der Vertrauensaufbau ist das A und O.



Bevor du also Inhalte veröffentlichst, hast du vorab rausgefunden, was typische Probleme deiner zukünftigen Kunden sind. Was hält sie nachts wach?

Du willst dafür bekannt sein, dass du die Schmerzpunkte deiner Zielgruppe kennst, ansprichst und Lösungen dafür anbieten kannst. Dein Content sind nur kleine Häppchen deines Wissens - eine Art Vorgeschmack auf deine bezahlten Inhalte.

✦ ✦ DIE GOLDENE REGEL ✦ ✦

Bevor eine Person bei dir etwas kauft, durchläuft sie diese 3 Phasen:

Kennen: Sie muss erstmal von deiner Existenz wissen

Mögen: Sie findet heraus, dass sie deinen Vibe mag.

Vertrauen: Sie ist davon überzeugt, dass du ihr Problem lösen kannst.



1. Wie erstellst du guten Content?



Die Geschichte der Blumenhändlerin hat dir hoffentlich gezeigt, dass **du** dafür verantwortlich bist, dass dein Angebot den Weg zum Kunden findet.

Dabei reicht es eben nicht es nur das Angebot zu haben, sondern du musst es dem Kunden auch noch schmackhaft machen. Oder warum gibt es wohl Werbung :-)?

Dieses Schmackhaft machen, dass machst du mit deinen Social Media Accounts, bzw. auch deinen Blogposts.

Es ist wichtig, dass du dabei Inhalte zur Verfügung stellst, die einen **Mehrwert für deine Follower*innen** haben und dich **als Person nahbar** machen. Denn Menschen kaufen immer noch von Menschen.



2. Schaffe einen Wiedererkennungswert

Wenn du jemanden kennenlernst, dann willst du dich ja auch nicht bei jedem Aufeinandertreffen erneut vorstellen, oder?

Wenn du also die gleiche Haarfarbe, den gleichen (Kleidungs)-Stil und die gleiche Stimme hast, wie beim letzten Aufeinandertreffen, dann machst du es deinem Gegenüber leichter dich wieder zu erkennen. Und du fängst beim Vertrauensaufbau nicht wieder bei Null an.

Das kannst du ganz leicht machen, indem du dich bei deinen Postings auf **eine Schriftart, eine Bildsprache bei Fotos und Grafiken, sowie Farben festlegst**, egal auf welcher Social Media Plattform man auf dich trifft. Canva ist ein Tool, welches dir da große Unterstützung leistet und es ist in der Basis-Version gratis.





3. Spezialisiere Dich

Klar kannst du Wein im Getränke-Fachhandel kaufen, aber wenn es Dir wirklich wichtig ist, dass Du das Mitbringsel für das geladene Abendessen bei deiner Chefin richtig gut ist, dann gehst du in den Weinhandel?

Womöglich hat dein Getränkehändler eine sehr gute Auswahl, da er selbst Weintrinker ist, aber wohin würdest du jemanden schicken, der dich fragt, wo er einen guten Wein finden kann?

Os ticken wir Menschen. Wenn jemand Spezialist ist auf einem Gebiet, dann trauen wir ihm da mehr Ahnung zu, als jemandem der das auch noch in seinem Angebot hat. Wir sind im Weinhandel auch bereit mehr für die Flasche zu zahlen, als im Getränkemarkt.

Sei also auch du speziell und **fokussiere dich erstmal auf nur einen Teilbereich** deines Wissensgebiets.



4. Leite auf deinen Newsletter

Du willst regelmäßig im digitalen Postkasten deiner potentiellen Kunden landen? Dann ist ein **0,- Euro Angebot** (ehemals Freebie) ein gutes Mittel um deine Interessenten zu Rausgabe der eMail-Adresse zu bewegen.

Die **Vorteile** sind Bombe:

1. Damit machst du dich **unabhängig von den Social Media Plattformen**
2. Du bekommst damit die Möglichkeit Vertrauen aufzubauen, denn du kannst damit regelmäßig auf dem Radar auftauchen und besondere Angebote machen.

Was du dafür brauchst:

- A. E-Mail Marketing Software wie z.B Active Campaign
- B. Anmeldeformular zum Eintragen der eMail-Adresse
- C. 0,- Euro-Angebot





5. Bilde Vertrauen durch Verlässlichkeit



Jemand hat dich auf der vorhin genannten Veranstaltung kennengelernt und möchte dich in deinem Blumenladen aufsuchen, um sich von dir einen Strauss mit den von dir gepriesenen Freilandrosen zusammenstellen lassen. Aber dein Laden ist zu.

Na gut, dann ist wohl grad Mittag denkt er sich, aber als er auf dem Nachhauseweg die Rosen kaufen will, steht da ein Schild:
Morgen von 7.00-8.00 geöffnet, vielleicht übermorgen, wahrscheinlich am Sonntag gegen 14.00 Uhr.
Würdest du das als seriös und vertrauenswürdig wahrnehmen?

Du gehst doch auch davon aus, dass Läden regelmäßig geöffnet sind hat und das gibt dir Verlässlichkeit.
So geht es deinem potentiellen Kunden auch!

Das kannst du durch regelmäßiges Posten und einen verlässlich erscheinenden Newsletter machen.

✨ DIE GOLDENE REGEL ✨

Bevor eine Person bei dir etwas kauft, braucht es in der Regel mehrere Kontakte mit deinen kostenlosen Inhalten.

Je höherpreisig das Angebot, desto mehr Vertrauen ist nötig.

Diesen Ablauf - vom ersten Kontakt mit deinem Inhalt bis zum Kauf deines Produkts nennt man **Customer Journey oder auch Kundenreise**

So, jetzt hast du einen Fahrplan um dir eine kaufkräftige community aufzubauen. Nun geht es an die Umsetzung.
Ich wünsche dir viel Erfolg damit!



✨ Hi, ich bin Eva ✨



Du möchtest dir ein erfolgreiches Online Business aufbauen?

Dann startest du am besten mit dem Aufbau deiner Reichweite!

Denn was nutzt dir ein fertiger Online-Kurs auf oder dein Angebot, wenn es niemanden gibt, an den du es verkaufen kannst?

Ich sehe oft, dass die anfängliche Begeisterung schnell in Frust und Handlungsunfähigkeit umschwenkt, wenn man feststellt, dass der Aufbau der Social Media Plattformen und des eigenen Blogs nicht über Nacht Verkäufe bringt.

Daher ist es umso wichtiger, dass du es von Anfang an mit einem Plan machst und dann automatisch irgendwann der Aufwand belohnt wird.

Ich hoffe sehr, dass dir dieser Fahrplan einen roten Faden bietet.

Willst du noch mehr Tipps und Tricks regelmäßig von mir bekommen?

Dann trag dich in meinen Newsletter ein:

