

# SO ENTKOPPELST DU DEIN EINKOMMEN VON DEINER ZEIT: STRAIGHTX



### 360° Webinar-Funnel-Hacking:

Von der Aufmerksamkeit über E-Mail Marketing bis zum Zahlungseingang



### Webinar Framework:

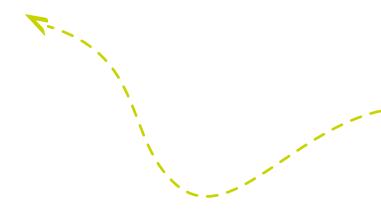
Vom Angebot über den Pitch zum Zahlungseingang



**Fallbeispiel** 



**Fazit** 



## 360° WEBINAR-FUNNEL-HACKING:

## Von der Aufmerksamkeit über E-Mail Marketing bis zum Zahlungseingang



#### **META-Ads:**

Sie sind der günstigste Weg, um auf Dein Webinar aufmerksam zu machen. Über META erreichst Du alle Zielgruppen und kannst auch für **hochpreisige Angebote passende Kontakte** generieren, die bei Dir kaufen.

✓ Wichtig ist, dass neben der Bewerbung des Webinars auch für den Kauf von Deinem Produkt vorqualifiziert wird - So schaffst Du es, dass am Ende auch viele kaufen.

### Landingpage:

Da die Ads den Traffic vorqualifizieren, zielt die Landingpage darauf ab, **so viele Menschen wie möglich** in Dein Webinar zu ziehen. Sie ist deshalb ausschließlich darauf ausgerichtet, dass Dein Webinar die Lösung für die verschiedenen Probleme Deiner Zielgruppe ist.

✓ Wichtig ist, dass Du bereits Testimonials von Kunden gesammelt hast - Sie können auch Dir als Person gelten oder von Seminar-teilnehmern sein, wenn Du vorher noch nie ein Webinar gehalten hast.





#### E-Mail Automation:

Neben der Erinnerung an Deinen Webinar-Termin ist es schon an dieser Stelle wichtig, ein Gemeinschaftsgefühl zu erzeugen - **Deine eigene Bewegung,** an der man teilhaben will. Gleichzeitig ist es wichtig, Erfolgsgeschichten von Kunden zu zeigen.

✓ Wichtig ist, dass Du hier auf einen Vorher - Nachher Effekt gehst, also die Transformation klar machst. Deine Erfolgsgeschichten haben im Idealfall die gleichen Probleme wie Deine Kontakte. Sie zeigen auf, dass jeder es schaffen kann.

## 360° WEBINAR-FUNNEL-HACKING:

## Von der Aufmerksamkeit über E-Mail Marketing bis zum Zahlungseingang

### Webinar:

Jedes erfolgreiche Webinar beginnt damit, Deine Person und Deinen Content zu framen. Das richtige **Framing bewegt** die Menschen erst dazu, Dir bis zum Ende zuzuhören. Im gesamten Content-Part werden **Trigger** gesetzt, die unterbewusst beim Teilnehmer auf den Kauf hinarbeiten.



✓ **Wichtig ist,** dass Du den Content-Part zwar mit Value füllst und gleichzeitig so eindampfst, dass Du noch genug Aufmerksamkeit bei Deinem Pitch hast. Denn Dein Pitch ist so emotional aufgeladen, dass er den Teilnehmer im wahrsten Sinne mitnimmt



### Sales-Page:



So einfach wie möglich mit viel Value und noch mehr **Trust-Elementen.** Die Kursinhalte dürfen hier kurz und prägnant auf den Punkt gebracht werden. Farbgestaltung und Wortwahl haben hier einen hohen Einfluss auf die Abschlussrate.



✓ Wichtig ist, dass das Angebot visuell besonders hervorsticht - Marketing Hacks, erhöhen nachweislich die Conversion Rate (wie z.B. das € Zeichen durch das ausgeschriebene Wort zu ersetzen, weil es unterbewusst weniger Schmerz auslöst).

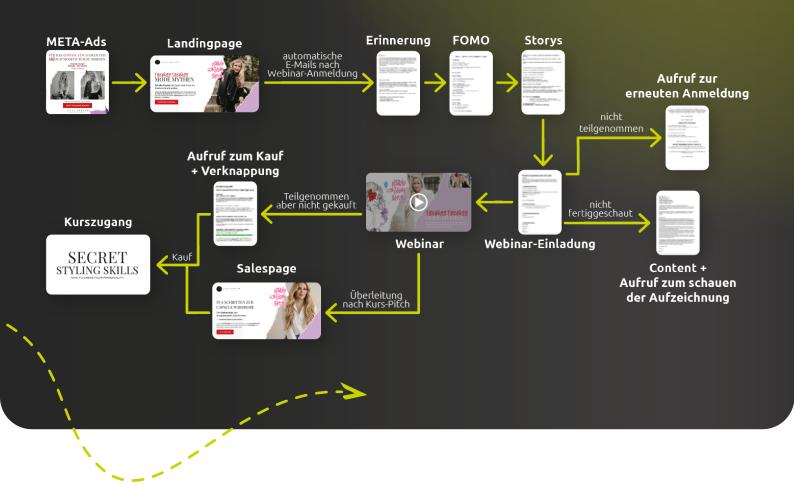
#### **FALLBEISPIEL**

# **EVERGREEN**360° FUNNEL-HACKING

Von der Aufmerksamkeit über E-Mail Marketing bis zum Zahlungseingang

Julia hat das mit uns kreierte Webinar einmal aufgenommen, nie live gehalten und **sofort automatisiert verkauft.** Im laufenden Prozess wurden Optimierungen vorgenommen und Split-Tests gefahren, um die Verkäufe immer weiter anzukurbeln.

### **AUTOMATISIERT SOFORT VERKAUFEN - OHNE ES JE LIVE ZU HALTEN**



# WEBINAR FRAMEWORK IM FALLBEISPIEL:

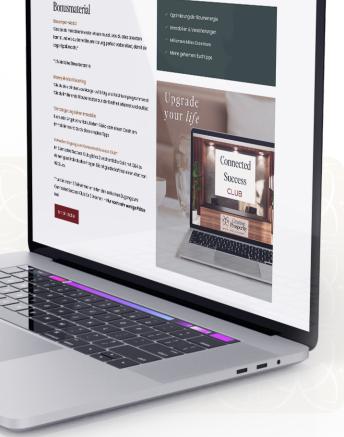
Vom Angebot über den Pitch zum Zahlungseingang



## 1. DAS PRODUKT

Dein Produktname inkludiert bereits die Transformation. Transformativer Produktname = Mehrwert definieren + auf Bedürfnisse der Zielgruppe eingehen.

Auch Dein **Webinar-Name löst bereits ein konkretes Problem** oder bietet einen klaren Nutzen passend zu
Deinem Produkt, dass Du am Ende verkaufst. So hast Du
qualifizierte Teilnehmer im Webinar, die **mehr kaufbereitschaft** mitbringen.



Ein starkes, visuell ansprechendes Design sorgt dafür, dass Dein Produkt professionell wirkt und Vertrauen aufbaut.

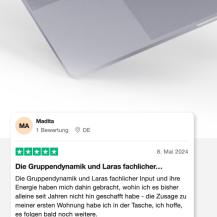








Alle Inhalte werden didaktisch aufeinander aufgebaut und leicht verständlich dargestellt. Die Glaubwürdigkeit des Produkts unterstützen Testimonials und die Vorstellung einzelner Experten.



meiner ersten Wohnung habe ich in der Tasche, ich hoffe, es folgen bald noch weitere. Unsere Calls haben so viel Spaß gemacht, auch zu sehen,

wie es bei den anderen Teilnehmern vorwärts geht, hat mir für mich selbst so viel Energie gegeben und ich habe bei iedem Call so viel Wissen mitnehmen können!

Datum der Erfahrung: 08. Mai 2024

Dein ImmoStart



Mein Immo Start mit Lara
Lara und ihr Kurs' 'Dein immo Start' haben mir geholfen,
endlich den Traum der finanziellen Freiheit anzupacken.
Der Kurs führt Step by Step total bedienerfreundlich von
der Objektsuche bis hin zum Notartermin. Durch die vielen
Erfahrungen, die Lara selbst schon gesammelt hat, kann
sie super hilfreiche Tipps und Beispiele an die Hand gebe
und ist dabei sehr transparent und emphatisch. Ganz
große Herzensempfehlung!

Datum der Erfahrung: 01. Februar 2023



TH Theresa
1 Bewertung © DE \* \* \* \* \* 3. Mai 2024 Einfach mega! die letzten Wochen mit dir und den weiteren Teilnehmern unserer Gruppe waren einfach mega. Ich konnte noch so viel von deinen Erfahrungen Iernen und es letztendlich durch unsere Gruppendynamik auch umsetzen :) Danke danke dankel Datum der Erfahrung: 03. Mai 2024



Datum der Erfahrung: 04. Mai 2024

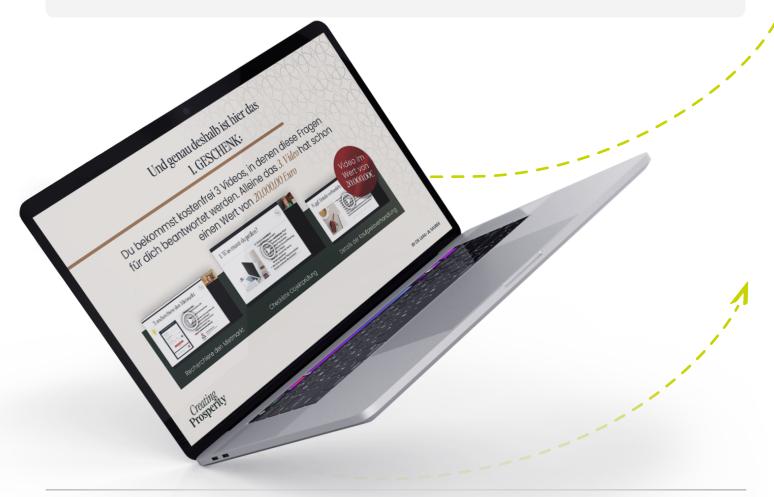
### 2. DAS OFFER

Setze, bevor Du das Offer im Webinar preisgibst, den Originalpreis in **ein realistisches Verhälnis.** Dieses Verhältnis ist so aufgebaut, dass Du hoch ankerst. Das Geheimnis hierbei ist, statt Dein Produkt hoch zu ankern, nimmst Du den Preis, den Dein potentieller Käufer **schon investiert hat oder noch investieren muss,** ohne Dein Produkt auch nur zu erwähnen.

Zum Beispiel erzählst Du von einer schwierigen Situation, die dem Kunden entweder schon widerfahren ist oder noch widerfahren wird. Diese Situation kostet den Kunden mindestens BETRAG XY (hoch Ankern) an Investitionen oder Learnings.



Dann präsentierst Du erst Dein Produkt und nennst passend dazu den wesentlich niedrigeren Preis. Anschließend machst Du erst Dein Angebot: Knüpfe Dein Angebot, also den Preisnachlass schon im Webinar, immer an eine glaubwürdige Geschichte. Die Geschichte gibt dem Käufer das Gefühl, einen guten Deal gemacht zu haben - es ist nie der Deal selbst.



## 3. DAS WEBINAR-INTRO

Zu Beginn ist es wichtig Dich und auch Deine potentiellen Kunden zu framen. Das heißt, Du gibst Dir selbst einen Rahmen, der Dich als Nr.1 Experten positioniert.

Gleichzeitig gibst Du auch Deinen potentiellen Käufern einen Ausblick, was die Kunden von Dir bereits erreichen.



## 4. DER WEBINAR-CONTENT

Halte den Content gehaltvoll und gleichzeitig leicht und vor allem kurz, es ist wichtig, dass Deine potentiellen Käufer am Ende noch Raum haben, die Kaufentscheidung zu treffen. Gibst Du ihnen zu viel Wissen mit, wollen sie zuerst umsetzen und sehen keinen Grund bei dir zu kaufen.





### 5. DAS PRODUKT



an dieser Stelle bewusst die Spreu vom Weizen, weil Du so viele Kunden bekommst, mit denen Du gut zusammenarbeiten kannst.

## 6. DIE SALES-PAGE



Stelle hier das Hauptproblem Deines Kunden dar und erkläre, wie Dein Produkt die Lösung bietet und eine zügige Transformation ermöglicht. Erkläre statt Features zu nennen, die Vorteile, die der Kunde daraus ziehen wird.

Beschreibe alle Inhalte und welche Ergebnisse zu erwarten sind. Füge hierzu **Testimonials**, Kundenbewertungen und **Erfolgsgeschichten** ein, die zeigen, wie Dein Produkt anderen geholfen hat, um Vertrauen zu schaffen.

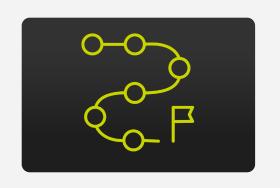
Betone exklusive Boni, die bei sofortigem Kauf integriert sind, um den Kaufanreiz zu steigern und oder setze auf FOMO, indem Du limitierte Angebote oder zeitlich begrenzte Rabatte einfügst.

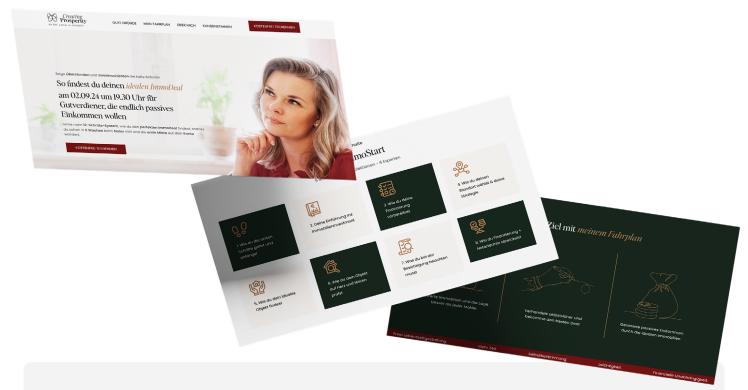


### 7. DIE ANMELDE-SEITE

Beschreibe, was die Teilnehmer im Webinar lernen oder erreichen werden. Wichtig ist, dass der **Mehrwert sofort ersichtlich ist.** 

Halte das Anmeldeformular so einfach wie möglich: Frage nur nach den wichtigsten Informationen wie Name und E-Mail- Adresse, um die Hürde für die Anmeldung gering zu haten.





Füge Testimonials oder Erwähnungen von früheren Teilnehmern oder bekannten Persönlichkeiten ein, um **Glaubwürdigkeit und Vertrauen** zu schaffen. Nutze auch kurze Videos von Kunden oder Teilnehmern, die die Relevanz unterstreichen.

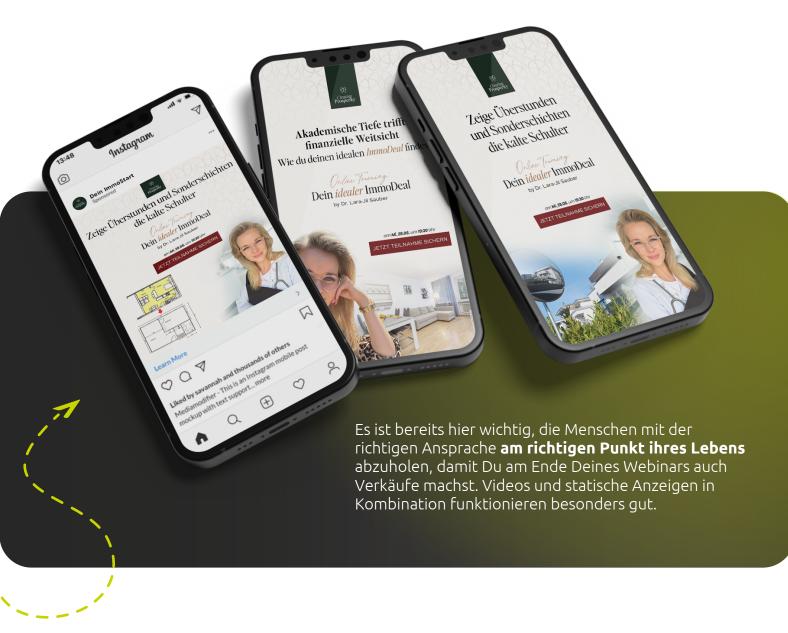


Biete einen Anreiz für die Anmeldung und für alle, die bis zum Ende bleiben. Das kann z.B. ein **kostenloses Skript** oder eine Checkliste sein.

## 8. DIE WERBEANZEIGEN

Viele qualifizierte Teilnehmer mit Kaufpotential bekommst Du nur, wenn Du verschiedene Anreize schaffst, warum die Teilnahme Sinn macht.

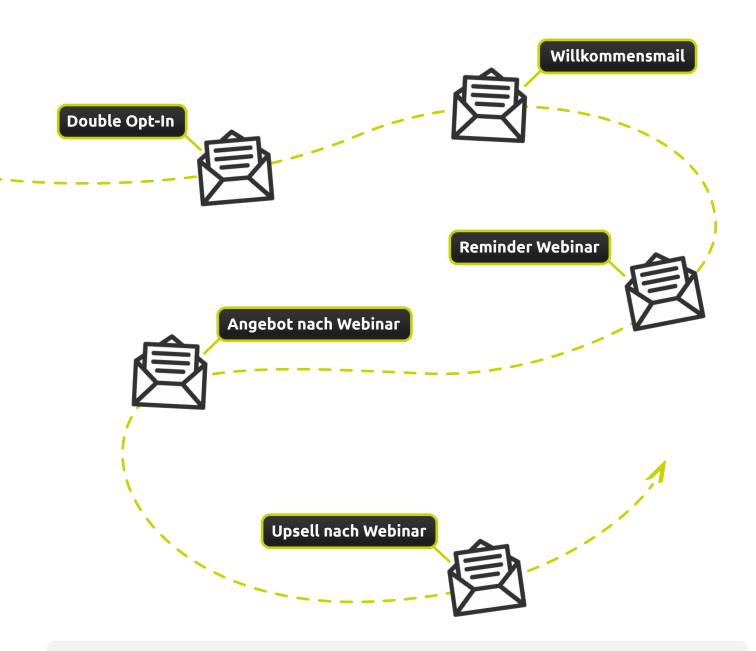




## 9. DIE E-MAIL-STRASSE



Die E-Mail-Straße hat 2 Ziele. Das erste Ziel ist, so viele Anmeldungen wie möglich auch tatsächlich in das Webinar als Teilnehmer zu holen. Gleichzeitig kannst Du vor dem Webinar nochmal so richtig in die Vollen gehen, weil Du gegen **keine Werberichtlinien mehr** verstoßen kannst. Das heißt, Du kannst ganz offen über Geld oder Ist-Zustände im Leben sprechen.



Das zweite Ziel ist, nach dem Webinar **noch viele weitere Käufer** zu gewinnen. Hier bietet sich hervorragend eine zeitliche Angebotsverknappung an.

#### **FAZIT**

# THE MARKETING ABC ADS | BRAND | COMMERCE

Erfolgreiches Webinar Marketing vereint Dich als authentische Persönlichkeit in Deinen Ads, eine starke Marke und digitale Angebote, die echten Mehrwert bieten. Wenn Du viel erreichen willst, ist es wichtig, dass Du **Präsenz, Branding und überzeugende Angebote** schaffst.



## MACHE DEIN EINKOMMEN UNABHÄNGIG VON DEINER ZEIT

Und bringe jetzt mit uns Dein Webinar auf den Markt!

**✓ JETZT MEIN GESPRÄCH SICHERN**