

Marketing für Trainer und Coaches

05 Braintrust und Produkttreppen
mit Stephan Landsiedel

Braintrust

1. Vorstellung/Heldengeschichte
2. Themensammlung + Zeiten
3. Struktur schaffen
4. Themenbearbeitung
5. Spezialformate (z.B. Power-Brainstorming)
6. Planung Abstimmung nächster Termin
7. Ziele und Commitment
8. Abschlussfeedback

Produkt-Treppen

Halte Deine Idee einfach!
Kümmere Dich zuerst um die zentralen Dinge.
Erst die strategischen Entscheidungen.
Dann erst die Details.

“Ich habe keine Idee!”

Dann fang an!

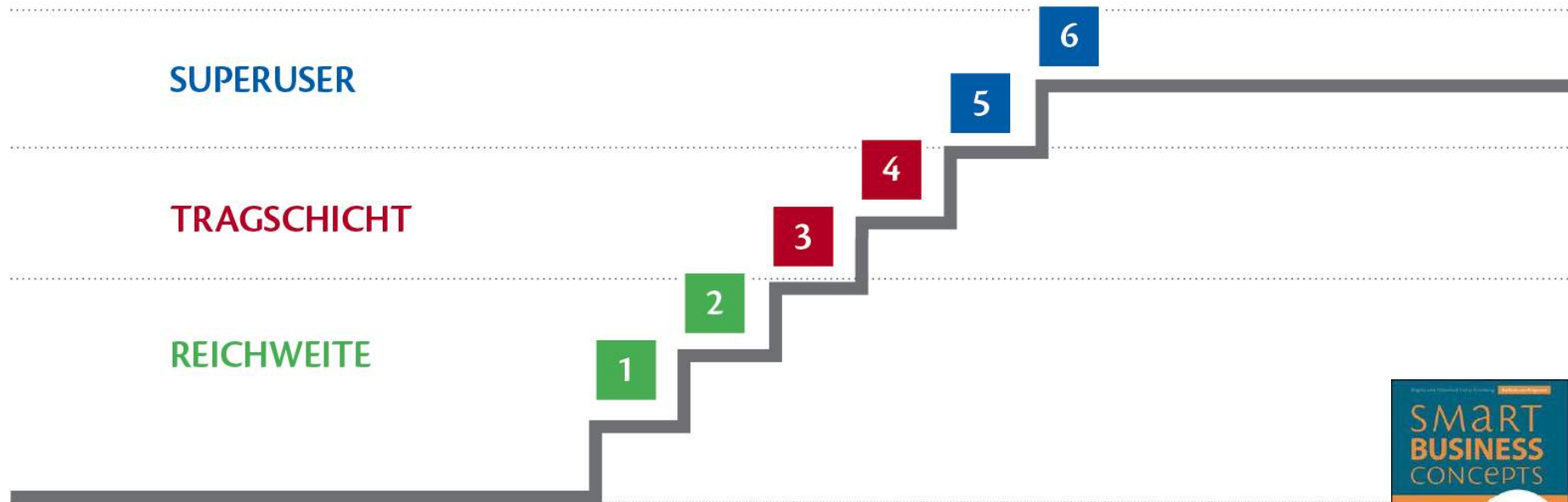
Wenn Du nicht konkret über etwas nachdenkst,
wird Dir auch keine Idee kommen.

Mach Dir ein Modell, durchdenke es,
verwerfe es und baue ein neues.

Irgendwann packt es Dich und Du denkst:
„Ja, das ist es!“

Produkt-Treppe

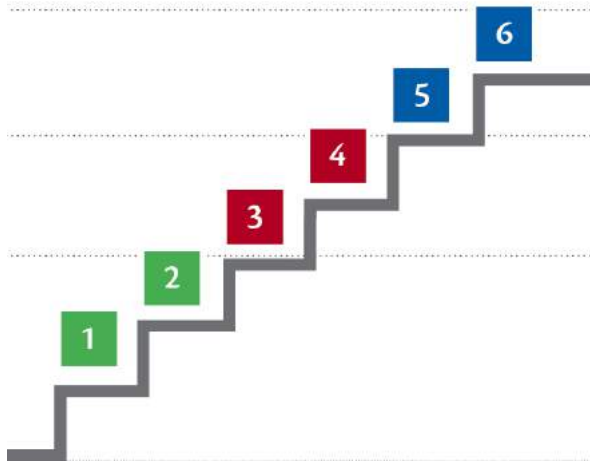
Die Produkt-Treppe®



Nutzung dieser Grafik (CC BY ND) unter Nennung des Rechteinhabers erlaubt: **Smart Business Concepts** mit Link auf <https://smartbusinessconcepts.de>



Produkt-Treppe



Superuser

Hochpreisige Angebote für Superuser. Dieser Kunden kommen in der Regel erst später. Dein Ziel sollte es sein, dass hier 5-10% Deiner Kunden landen.

Tragschicht

Dies sind die „Arbeitspferde“. Diese Produkte sind für den Grundumsatz verantwortlich. Wenn Du diese Produkte gut verkaufst, ist alles in Ordnung.

Reichweite

Die ersten Produkte bauen Reichweite auf und werden häufig verschenkt. Hier deckt man, wenn überhaupt, die Kosten. Es ist der Einstieg in die Treppe

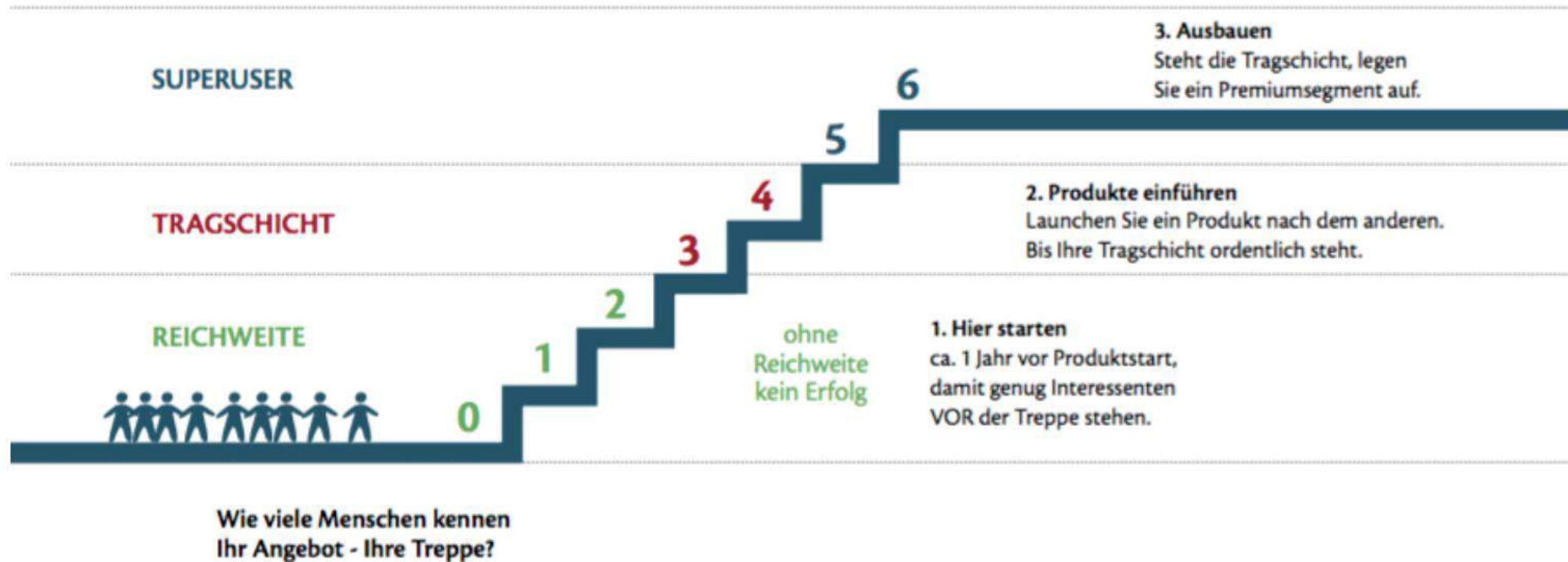
Stufe 1

Erstes konkretes Angebot, um eine E-Mail-Adresse zu bekommen. Wichtig: Du brauchst die Anmeldung zu Deinem Newsletter, keine Follower auf anderen Plattformen.

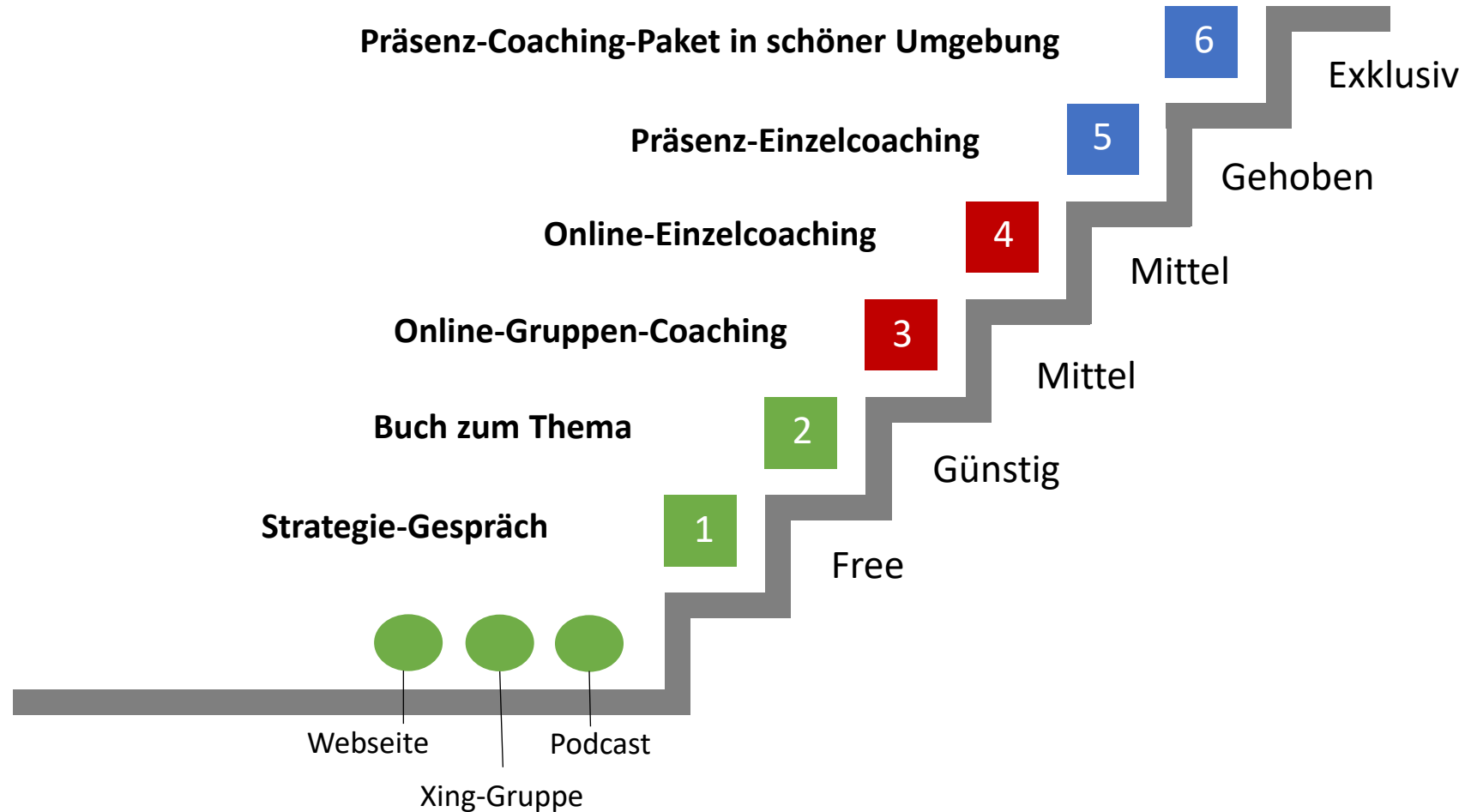
Ebene 0

Dies ist der Anfahrtsweg zur Treppe. Hier stehen Aktionen und Kanäle. Beispiele: Webseite, Blog, Social Media Kanäle. Begegnung mit Interessenten in der Öffentlichkeit.

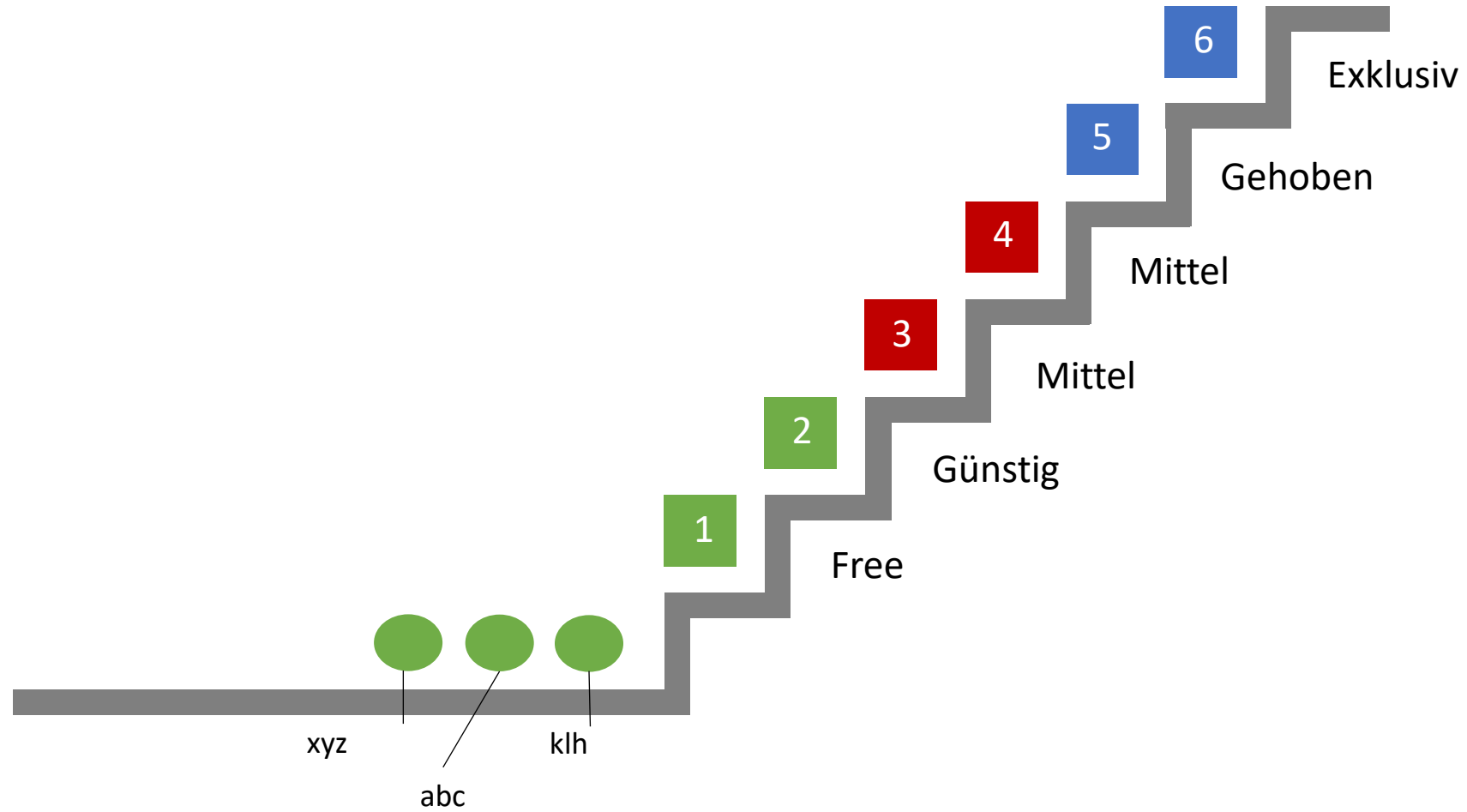
Produkt-Treppe



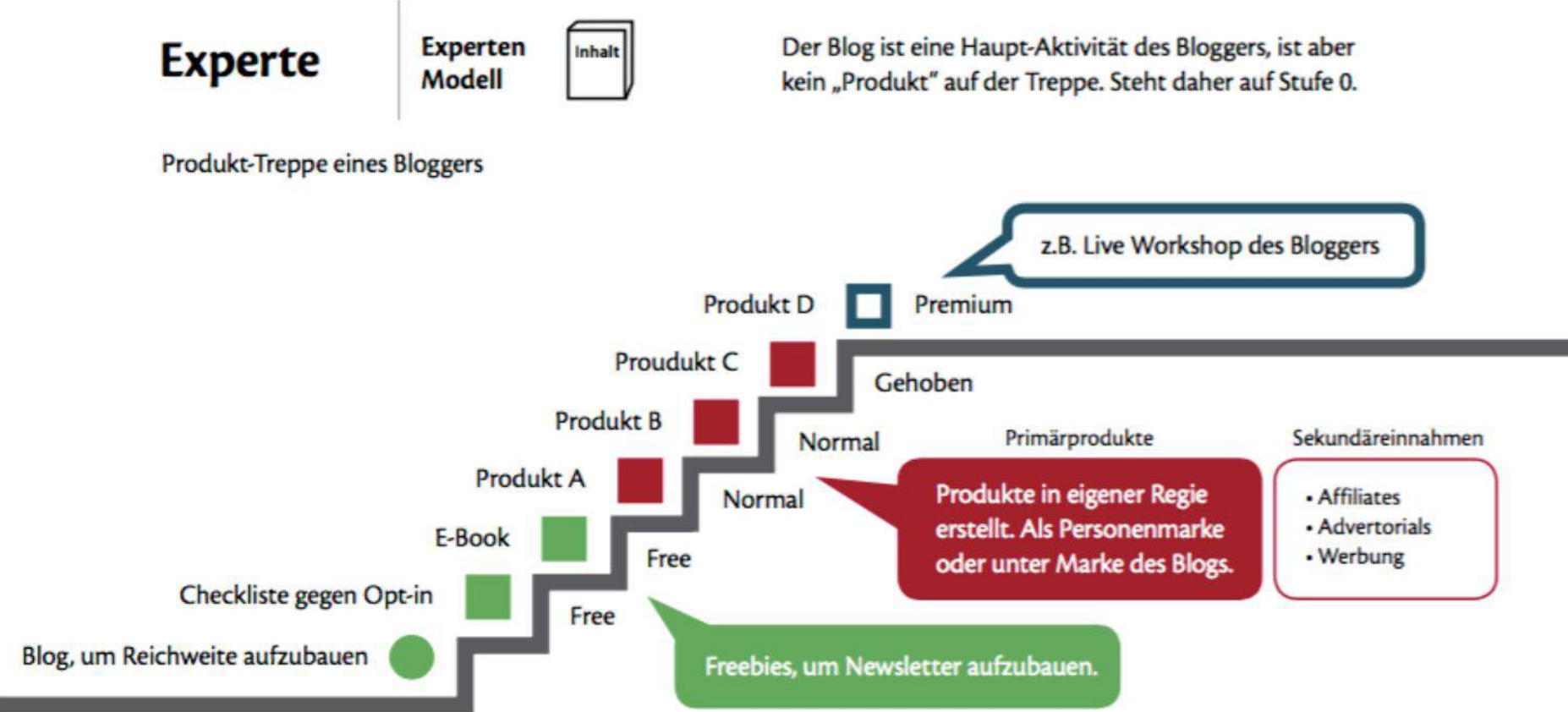
Blanko: Produkt-Treppe



Beispiel: Produkt-Treppe



PRODUKT-TREPPE



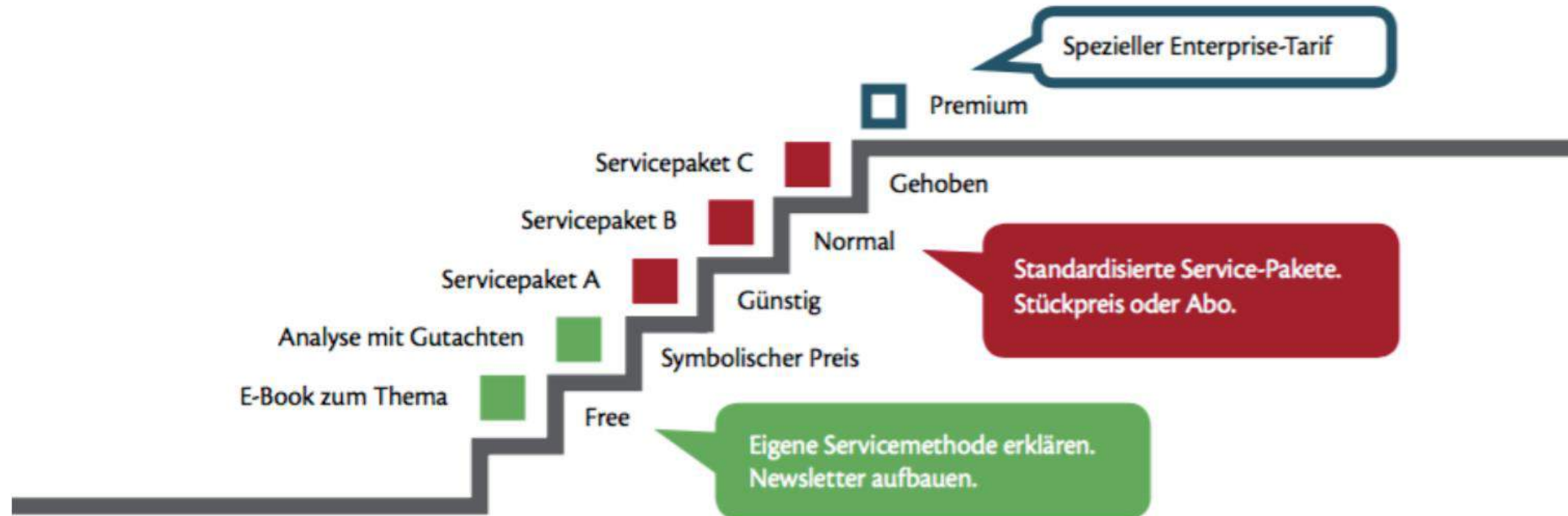
Problemlöser

Service
Modell



Bei *Productized Services* findet man häufig drei vorgegebene Tarife: Basis, Medium, Premium. Eine andere Buchungs-Logik wäre eine individuelle *Konfiguration* des Services.

Produkt-Treppe eines Productized Service



Produkt oder Produktlinie

- ✓ Wird auf Stufe 3 ein Produkt oder eine ganze Produktlinie stehen? (gibt es einen Online-Kurs oder eine ganze Akademie)
Beispiel: NLP-Ausbildung: Practitioner – Master – Trainer – Coach
- ✓ Am Anfang steht oft nur 1 Produkt pro Stufe. Später können daraus umfangreiche Produktlinien werden.
- ✓ Starte in der Tragschicht und arbeite Dich dann nach unten vor, um Reichweite zu gewinnen und eine Beziehung aufzubauen.

Reichweite

Lead-Magnet

E-Mail-Adresse
bekommen

Kunden werden angezogen und damit kann die Kommunikation (in der Regel über) E-Mail starten.

Tripwire-Produkt

Payment und
Zahlungsdaten

Ein supergünstiges Kaufprodukt. „Stolperdraht“
Der Preis soll so günstig sein, dass kein wirklicher Interessent zögert, sich das Produkt zu kaufen. Ein „No-Brainer“. Meist ein Preis zwischen 5 und 10 Euro, aber es hängt vom Preisniveau der ganzen Treppe ab.

Signature-Angebot

Erste Probe der
Gesamt-Qualität

Ein Angebot, das in verkürzter Form bereits alle Merkmale der nachfolgenden Produkte in sich trägt. (Kostprobe)

6 Fehler, die nicht funktionieren

- ✓ **Closed-Shop-Fehler:** Erst eröffnen, wenn alles steht
- ✓ **Freibier-Fehler:** Alles verschenken, was man hat
- ✓ **Sofort-Drauflos-Fehler:** Sofort auf Stufe 1 verkaufen
- ✓ **Clown-Fehler:** Ständig die Treppen wechseln
- ✓ **Kundenchaos-Fehler:** Schichten willkürlich wechseln
- ✓ **Verwahrlosungsfehler:** Angebote auf der Treppe sind verstaubt