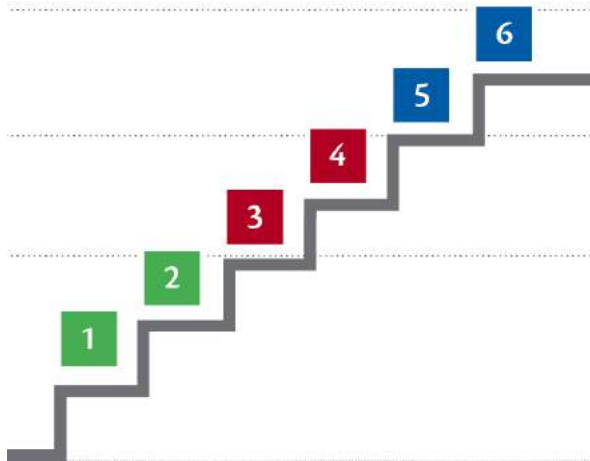


Marketing für Trainer und Coaches

06 Kostenlos
mit Stephan Landsiedel

Produkttreppe

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

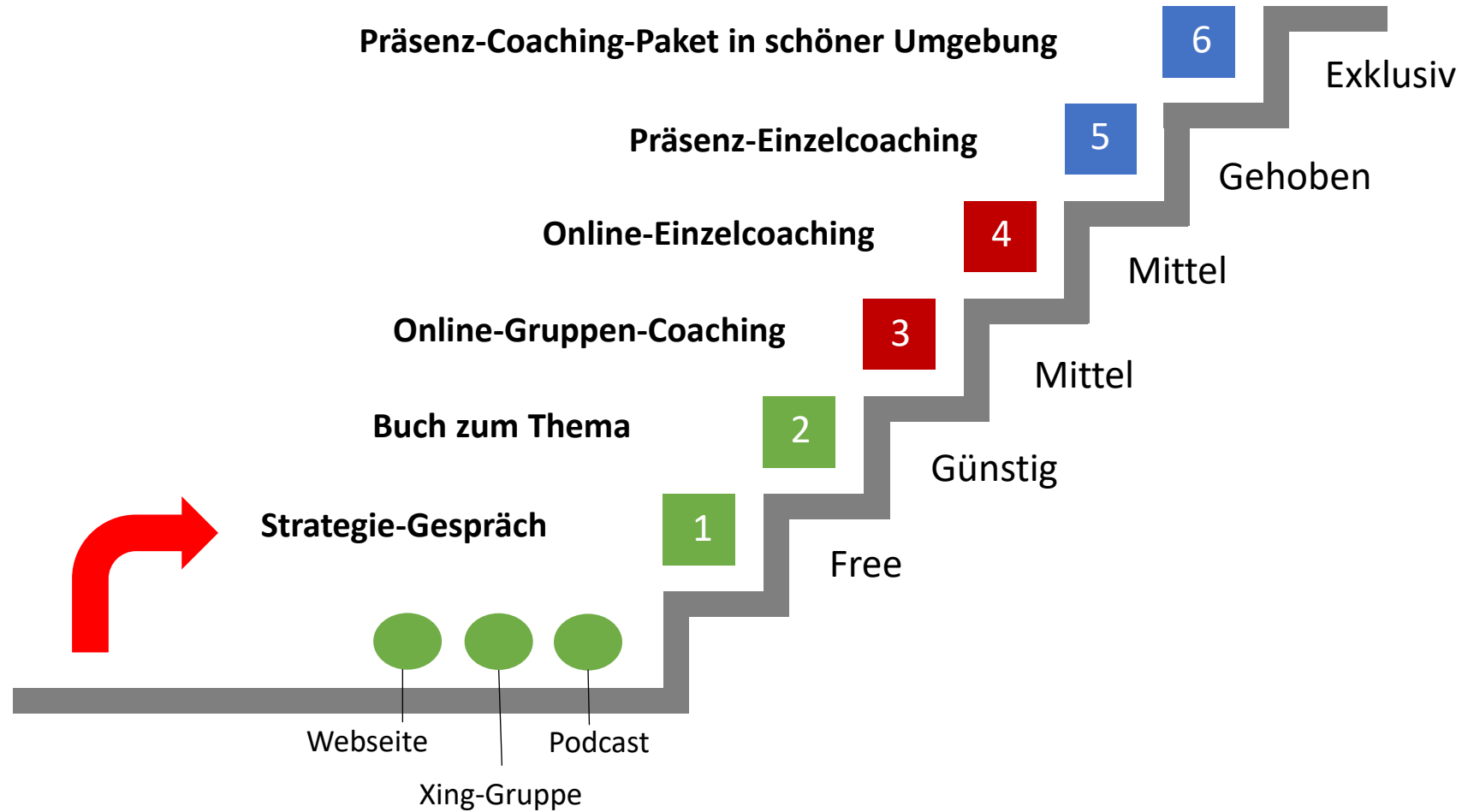
Stufe 1

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.

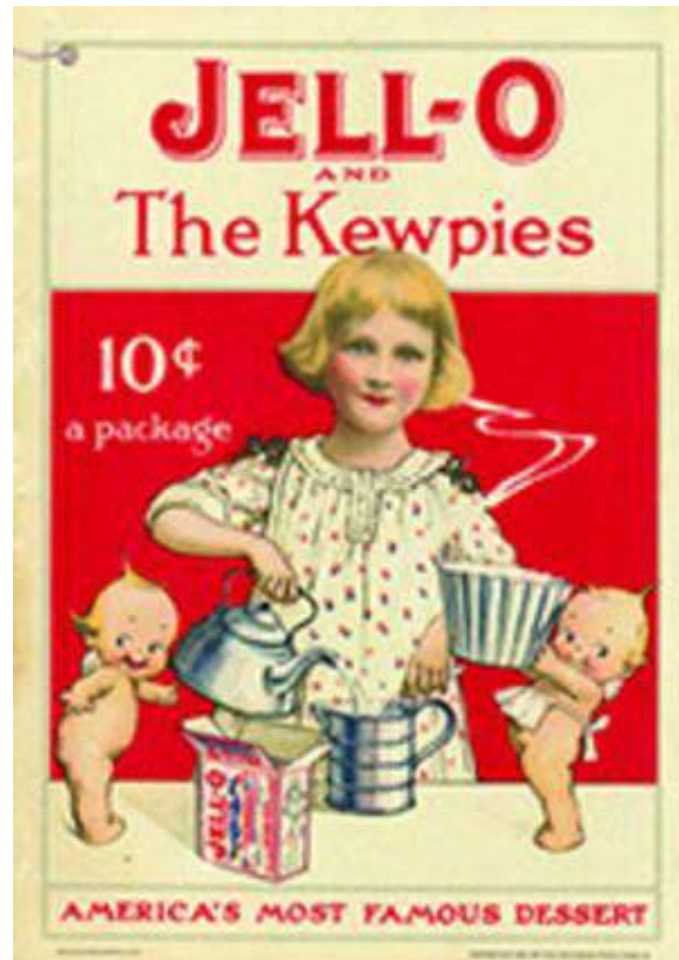
Beispiel: Produkt-Treppe



Kostenlos

**Bekanntheit, neue Kunden und höhere
Honorare mit verschenktem Wissen**

JELL-O



Verschenke einen Teil Deines Wissens

- ✓ Du weißt (über ein Gebiet) mehr als andere.
- ✓ Du verschenkst einen Teil Deines Wissens.
- ✓ Viele Menschen werden auf Dich aufmerksam.
- ✓ Du verkaufst ihnen Wissen oder Erfahrungen, die über das Geschenk hinausgehen.



Wer macht so etwas?

- ✓ Google
- ✓ Gratisproben: Parfüm, Lebensmittel
- ✓ Probefahrt
- ✓ Spiegel online
- ✓ Ökotest
- ✓ Xing
- ✓ Skype
- ✓ Flickr
- ✓ Viele Redner

NLP-Bibliothek



**„Wer großzügig teil, was er weiß
– aber verkaufen will, was er kann –
macht den Empfänger immer begieriger auf
das eigentliche Produkt.“**

Strategie des verschenkten Wissens

- ✓ Wertvolle Inhalte teilen
- ✓ Zielgerichtet auf das, was Du verkaufen willst

Beispiel

Ich bringe eine Marktstudie darüber heraus, was eine NLP-Ausbildung kostet. Diese Marktstudie verschenke ich.

So werden Interessenten auf mich aufmerksam.

Gedankenexperiment

**Stell Dir vor, Du suchst
einen Experten:
Wie findest Du ihn?**

AIDA-Modell

1. A Aufmerksamkeit erregen

2. I Interesse erzeugen

3. D Besitzwunsch wecken

4. A Kaufwunsch auslösen

5. Kunden zu Stammkunden machen

Klassische W-Fragen für eine gute Strategie

- ✓ Wer veröffentlich? – Deine eigene Positionierung
- ✓ Warum veröffentlichst Du? – Deine eigenen Ziele
- ✓ Für wen veröffentlichst Du? – Deine Zielgruppen
- ✓ Was veröffentlichst Du? – Inhalte und Kundennutzen
- ✓ Wie veröffentlichst Du? – Form, Aufbereitung und Leser-Freundlichkeit
- ✓ Wo veröffentlichst Du? – Medien, Plattformen und Foren
- ✓ Wann veröffentlichst Du? – Der richtige Zeitpunkt

**„Das kostenlos verteilte Wissen ist die
Auslage in Deinem Geschäft.
Es ist genauso hochwertig wie das
kostenpflichtige Know-how.
Bei einigen Lesern wächst der Wunsch
nach mehr.“**

**„Ohne das verschenkte Wissen hättest
Du gar nicht Chance, den Kunden das
kostenpflichtige anzubieten!“**

Auf intelligente Weise verschenken

- ✓ An die richtigen Empfänger
- ✓ Hochwertige Inhalte
- ✓ Glaubwürdige Vermittlung
- ✓ Passende Kommunikationsformen
- ✓ Du musst vom Wunsch beseelt sein, etwas zu verändern oder zu verbessern → Vision!
- ✓ Je mehr alle etwas davon haben, desto mehr fließt Wohlstand zurück

**„Do what you love,
the money will follow.“**

Freemium

„Verschenke Deinen Service.

Gewinne so viele Kunden auf sehr effiziente Weise durch Mundpropaganda, durch ein Netzwerk von Empfehlern, durch Suchmaschinen-Marketing.

Biete dann Deinen Bestandskunden zusätzliche Dienste als Premiummodell oder eine erweiterte Version des Angebot an.“

Fred Wilson

**Wenn Du alles verschenkst, gibt es dann
noch ein rares Gut?**

**Ja, Du selbst bist das rare Gut. Dein
persönlicher Auftritt, Dein Coaching,
Deine Dienstleistung.**

Was könntest Du verschenken?

- ✓ Wissen – Texte mit Tipps - Buch
- ✓ Audio - Fantasiereisen
- ✓ Videos
- ✓ Podcast
- ✓ Checklisten
- ✓ Markstudie
- ✓ Anwendungstool (App)
- ✓ Vortrag / Seminar

Übung: Was verschenken?



Tauscht Euch in Kleingruppen dazu aus.
Sammelt so viele Möglichkeiten wie Euch
dazu einfallen.

30 Minuten Zeit

Motivationen für das Teilen von Inhalten

- ✓ Anderen Menschen wertvolle Inhalte liefern
- ✓ Andere unterhalten
- ✓ Anderen ein Gefühl dafür geben, was mir selbst wichtig ist und mich so darstellen, wie ich gerne gesehen werden möchte.
- ✓ Beziehungen pflegen
- ✓ Selbstbestätigung, Bedeutung und eigene Identitätsbildung.
- ✓ Ideen, Marken und Bewegungen unterstützen, die mir wichtig sind.
- ✓ Anderen das Bild vermitteln, dass ich als Erster von etwas erfahren habe.

Übung: Inhalte



Welche Inhalte könntest Du teilen, um die verschiedenen Motivationen der Multiplikatoren anzusprechen?

20 Minuten Zeit

Umsetzung in den Alltag

- ✓ Realistisch und langfristig planen – was kann ich auf Dauer durchhalten?
- ✓ Feste Termine für „verschenktes Wissen“ reservieren
- ✓ Brauche ich externe Unterstützung?
- ✓ Erstelle Zeit- und Themenpläne
- ✓ Baue es langsam auf – überfordere Dich nicht!

Kostenlose Angebote zur Lead-Generierung



Unterstützen normale Angebote



Hohe Konversionsrate



Bauen Vertrauensverhältnis auf



Keine Zusatzkosten bei digitalen Angeboten