

7 + 1 KOMPONENTEN, DIE DEINEN LEADMAGNETEN ZU EINEM ECHTEN ERFOLG MACHEN

- sowohl für dich,
als auch für deine
Interessenten -



MEIN ERSTER LEADMAGNET

Leadmagnet, so nennt man ein digitales kostenfreies Produkt, welches du einem Interessenten im Austausch für seine Kontaktdaten zur Verfügung stellst. Eine Homepage reicht heutzutage nicht mehr aus, um regelmäßig potentielle Kunden zu gewinnen.

Mit einem Leadmagneten schaffst du die Möglichkeit einen Dialog herzustellen, deine Expertise zu beweisen und Vertrauen zu deinem Interessenten aufzubauen.

Das ist insbesondere wichtig, wenn du ein Angebot hast, das erklärungsbedürftig und viel Kundenvertrauen braucht, damit du es verkaufen kannst.

Durch das Interesse an deinem kostenfreien Produkt hast du deinen Interessenten bereits vorqualifiziert und kannst ihn weiter auf seine Kundenreise nehmen.

**... UND DIES, WENN DU MÖCHTEST,
AUTOMATISIERT UND AUF
KNOPFDRUCK.**

Wenn dein kostenfreies Produkt von hoher Qualität ist und einen echten Mehrwert bietet, kann es sich schnell verbreiten und deine Markenbekanntheit erhöhen.



Lass uns also schauen, wie du es angehen solltest, deinen ersten Leadmagneten zu kreieren.

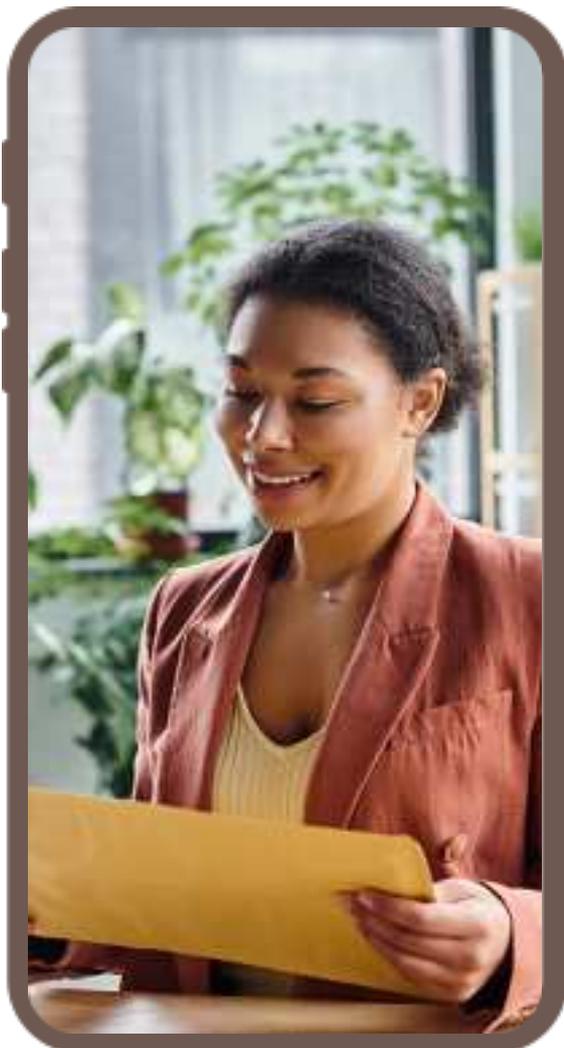
7 + 1 KOMPONENTEN, DIE DEINEN LEADMAGNETEN ZU EINEM ECHTEN ERFOLG MACHEN

**- sowohl für dich,
als auch für deine Interessenten -**



1. ZIELGRUPPEN-ANALYSE

Analysiere deine Zielgruppe und finde ein Thema, welches sie brennend interessiert. Schiele dabei immer mit einem Auge zu deiner Hauptdienstleistung. Der Lead-magnet sollte der erste kleine Schritt darauf hin sein.



2. GIB ECHTEN MEHRWERT

Dein Interessent soll wirklich etwas mitnehmen und gleichzeitig „Blut lecken.“

Bewährt haben sich Anleitungen, Checklisten, ein Minikurs, Fallstudien, Fragebögen, Quize etc.

3. ZEIGE EXPERTISE

Dies ist DIE Gelegenheit dich als Experte darzustellen. Vermittle echtes Fachwissen.

Teile authentisches Fachwissen, indem du Hintergrund - informationen, Zusammenhänge oder sogar Grafiken einbringst.

Vielleicht hast du auch schon Testimonials.

4. STELLE DICH VOR

Erkläre deine Expertise und wobei und wie du Menschen mit deiner Dienstleistung unterstützen kannst (Elevator Pitch).

Du kannst hier kurz dein Hauptangebot nennen.

Je nach Zielgruppe kannst du auch ein wenig von dir als Privatperson erzählen.



5. AHA-EFFEKT

Liefere neben deinem Fachwissen einen echten AHA-Effekt. Damit vermittelst du Lust auf mehr und erhöhst jetzt schon die Öffnungsrate deiner Follow-up-Mails.

Schön ist es auch, wenn der Abonnent am Ende ein vorzeigbares Ergebnis hat.

Lass dir davon z.B. ein Photo schicken. Das stärkt die Kundenbindung und vielleicht springt für dich auch noch ein Testimonial für deine Landingpage raus.

HI, MEIN NAME IST SIGRID

Ich helfe Unternehmen durch automatisierte Prozesse den Durchbruch in ihrer Online-Kundengewinnung zu erzielen. Ich erstelle in enger Beratung mit meinen Kunden z.B. Leadmagneten, E-Mail-Marketing-Sequenzen oder automatisierte Webinar als Done-For-You-Service. Ich stehe für solides „digitales Handwerk“ und den extra Weg, den ich für meinen Kunden gehe, der am Ende aber den Unterschied im Ergebnis macht.

6. EINWÄNDE

Wenn du eine gute Zielkunden - Analyse gemacht hast, dann weisst du, welche Bedenken und Zweifel deine Interessenten haben. Nimm diese z.B. in einem Abschnitt mit "Q&A" auf und entkräfte sie mit guten Argumenten.

Male das Wunschziel deines Abonnenten immer wieder in neuen Aspekten und ermutige ihn ins Handeln zu kommen .

7. DER TITEL

Finde eine knackige Überschrift für dein kostenfreies digitales Produkt. Dein Interessent muss davon getriggert sein. Dabei haben sich Statements wie:

„ # Fehler die du vermeiden solltest“,
oder "Wie du ... ohne ...", bewährt.
Ein überschaubarer Zeitrahmen kommt auch immer gut an:
„ In 7 Tagen ... erreichen“,



FRAGEN UND ANTWORTEN:

► **Frage:** Warum kann ich mir den Leadmagneten nicht von einer Agentur machen lassen?

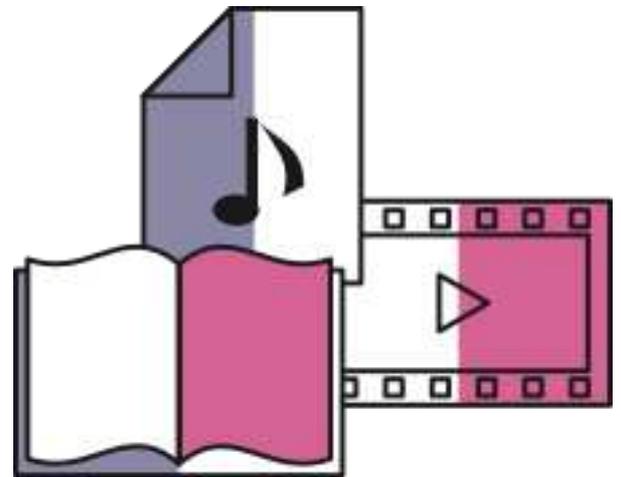
Antwort: Selbst wenn du es dir von einem Profi machen lässt, der Fachexperte bist du, die Inhalte müssen von dir kommen.

► **Frage:** Wie kann ich den Leadmagneten technisch umsetzen?

Antwort: Alle Formate sind mit Canva realisierbar. Sichere dir meinen Feedback-Gutschein. Ich berate dich gern persönlich.

► **Frage:** Ich möchte keine bezahlte Werbung schalten. Macht ein Leadmagnet für mich überhaupt Sinn?

Antwort: ja! Du kannst deinen Leadmagneten-Link auch als QR-Code auf dein Werbematerial als Aufkleber aufkleben, in deinen Social Media Profilen verlinken oder in deinen Posts, Mails und Blogbeiträgen erwähnen.



8. DIE ÄUßERE FORM

Als brauchbare Formate haben sich PDFs, Videos oder aber auch Audios erwiesen. Je nach dem, wie sehr du die entsprechende Technik beherrscht. Du solltest es aber für dich einfach halten.

Dennoch soll das digitale Produkt für den Kunden im hochwertigen Format daher kommen.

Überlege dir auch wie du den Interessenten ansprechen möchtest. Möchtest du duzen oder siezen, möchtest gendern?

ZU GUTER LETZT

Lade deine Abonnenten zu einem persönlichen Feedback ein. Knüpfe allerdings dieses exklusive Gespräch an eine Bedingung wie z.B. der Zusendung von Vorher-Nachher-Photos oder einen gewissen Beweis, dass dein Interessent engagiert ist. So trennst du die Konsumer von den Umsetzern, welche bereits das erste Mal "investiert" haben.

Nutze das Gespräch, um deine Zielgruppe besser kennenzulernen und deine Ansprache und dein Angebot zu verbessern. Zeige Expertise und taste vorsichtig ab, ob du jetzt schon dein Angebot platzieren oder den Interessenten in deinem E-Mail-Funnel noch ein bisschen "aufwärmen" solltest.

SICHERE DIR DEIN PERSÖNLICHES FEEDBACK

Wie entschlossen bist du tatsächlich ein Konzept für deinen Leadmagneten zu erstellen? Du meinst es ernst? Dann sichere dir jetzt dein kostenfreies Feedbackgespräch.

Schicke mir dein Konzept und du bekommst ein kostfreies und unverbindliches 1:1 Gespräch im Wert von 150,-€ von mir geschenkt.

Wir prüfen, ob alle Komponenten in deinem Konzept enthalten sind und du bekommst von mir wertvolle Tipps für deine Umsetzung.

Sende mir deinen Entwurf an:

Sigrid Goutal

Betreff: "Freebie-Feedback"

E-Mailadresse: kontakt@funnel-fee.de





URHEBER- RECHTSHINWEIS

©Copyright Sigrid Goutal
Alle Rechte vorbehalten.

Es ist unzulässig, die Inhalte zu kopieren, zu verbreiten oder an Dritte weiterzugeben, es sei denn, es liegt ein ausdrückliches schriftliches Einverständnis der Autorin vor. Jegliche Nutzung oder Vermarktung der Inhalte als eigenes Wissen ist untersagt, es sei denn, es liegt eine entsprechende Genehmigung vor. Bitte sei inspiriert, aber kopiere die Texte nicht.

HAFTUNGS- HINWEIS

Die Autorin dieses Dokuments hat die Inhalte mit größtmöglicher Sorgfalt und nach bestem Wissen erstellt. Trotzdem übernimmt sie keine Gewähr für die Aktualität, Vollständigkeit und Richtigkeit der Inhalte. Die Autorin kann nicht für direkte oder indirekte Schäden haftbar gemacht werden, die durch die Anwendung der Inhalte, Tipps und Aufgaben entstehen. Die Verantwortung für die Inhalte von verlinkten Internetseiten liegt ausschließlich bei den Betreibern dieser Seiten.

IMPRESSUM

Veröffentlichung: April 2024
Autorin: Sigrid Goutal
E-Mail: kontakt@funnel-fee.de
Website: <https://funnel-fee.de>