

A top-down view of a workspace on a light-colored wooden table. In the center, a person's hands are typing on a silver laptop. The laptop screen displays a website with a 'SHOP NOW' button. To the left of the laptop is a brown paper bag with a white envelope and a pair of black scissors. Above the laptop is a white mug with a slice of lemon on a brown saucer. To the right is a roll of white paper and a bundle of twine. In the bottom right corner, there is a pink and white striped card with the text 'JUST FOR YOU' and a pen. The overall scene suggests a creative or business environment.

Fünf Angebote, mit denen Du schnell  
den ersten Umsatz machst



# Fünf Angebote mit der gleichen Business-Idee

---

Manchmal ist es so einfach: Du kannst nämlich aus einer Business-Idee mehrere Produkte machen, mit denen Du Geld verdienst.

Ich stelle Dir hier fünf Beispiele vor. Nicht alle sind für jede Branche und Nische geeignet, aber sie alle können Dich zu Neuem inspirieren.

Und denke daran:

Spreche das Herz der Menschen an und Du gewinnst, erreiche nur ihren Verstand und Du verlierst.

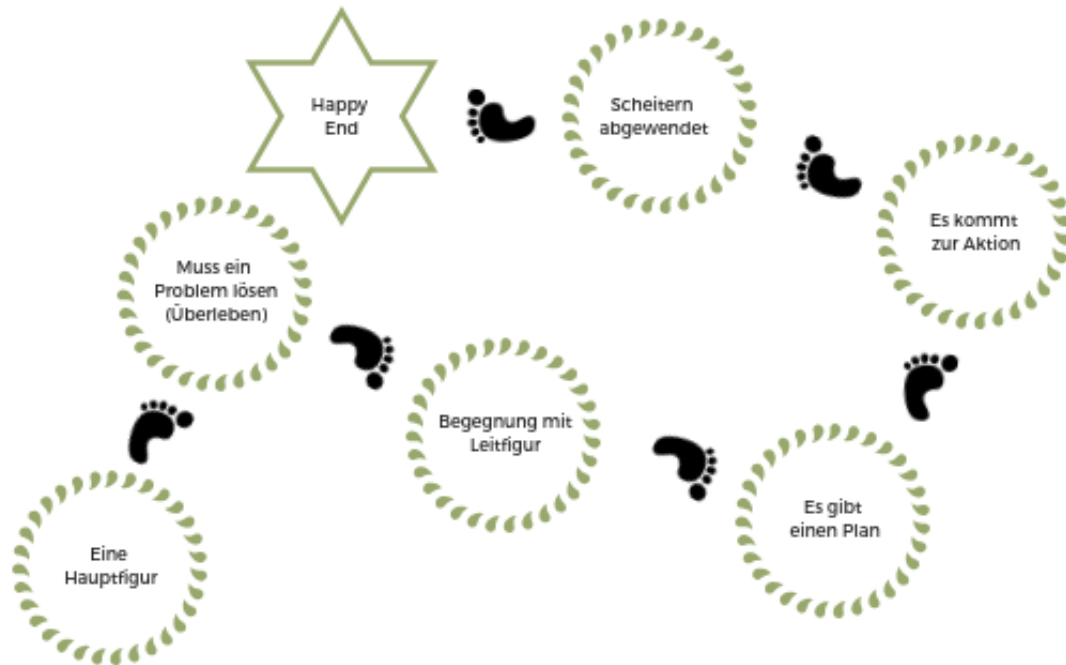
Deine Miriam

Storymarketing mit psychologischen Triggern

# Wie Du Herz, Hirn und Geldbörse der Menschen erreichst

---

## Sieben-Schritte zu Deiner Geschichte



Geschichten sprechen uns auf einer tiefen Ebene an, derer wir uns nicht entziehen können. Und jede gute Geschichte hat sieben Elemente, damit sie funktioniert. Und dieses Wissen kannst Du für Deine Marketingbotschaft nutzen.

Wir Menschen kaufen nämlich vielleicht, was wir brauchen,  
schon eher, was wir wollen,  
aber bestimmt, was wir ersehnen.

In den folgenden fünf Angeboten zeige ich Dir, welches Element für die jeweilige Idee besonders wichtig ist.



# Star für einen Tag

---

1

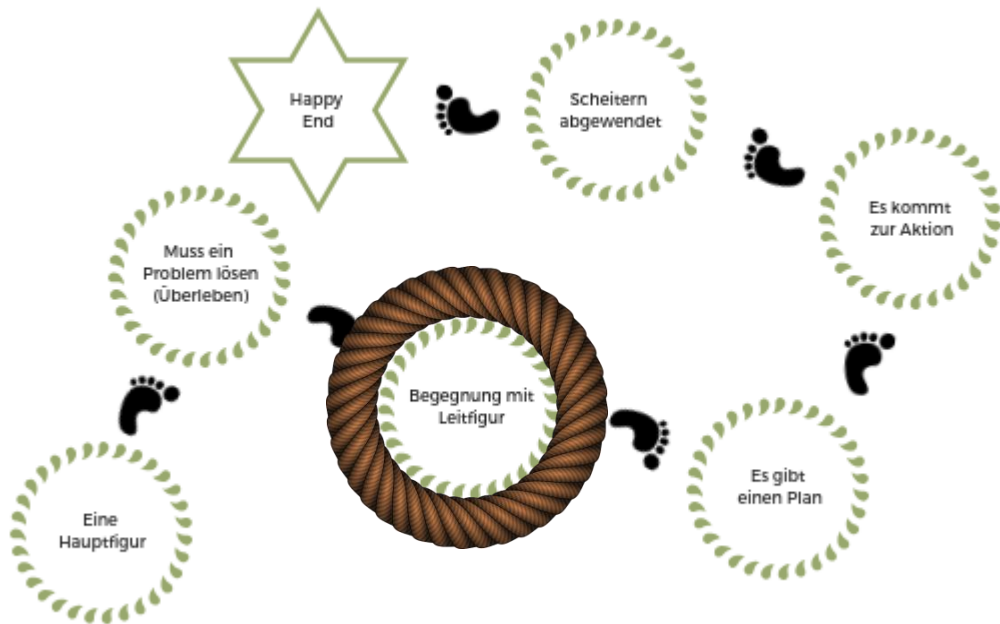
Nicht alle Menschen möchten einen Onlinekurs kaufen oder in einem Gruppenprogramm sein. Sie möchten aber ihr Problem gelöst haben. Suche Dir Leute – in Deiner Kontaktliste – ,denen Du anbietest an einem Tag alle ihre Probleme rund um Dein Thema zu lösen oder Lösungsansätze zu zeigen.

Es funktioniert auch mit Produkten, etwa individuell zusammengestellte Outfits für verschiedene Anlässe, Farbberatung für den richtigen Schmuck oder Badplanung für die Wohlfühloase auf kleinstem Raum.

# Funktioniert nur als etablierte Leitfigur

1

## Sieben-Schritte zu Deiner Geschichte



Dieses Angebot kann aber nur greifen, wenn Du Dich in Deiner Marketingbotschaft als Leitfigur etabliert hast, die die Erfahrung hat und den anderen auch wirklich versteht.

Darum musst Du Deine Marketingbotschaft in einer Geschichte so erzählen, dass der Interessent es kaum abwarten kann, dass Du ihm als Leitfigur zur Seite stehst.

## Gefährten zusammen bringen

---

Das ist die gegenteilige Version von der vorherigen Idee und eher für Onlinecoaches geeignet. Diesmal steht nicht ein einzelner im Fokus. Du bietest ein Gruppenprogramm an, in dem Du verschiedene Menschen mit dem gleichen Problem zusammenbringst und sie dann in Gruppencalls - etwa über eine Software wie Zoom - coachst.

Zudem kannst Du eine Facebookgruppe nur für diese Gefährten ins Leben rufen, in der sie sich weiter gegenseitig austauschen können und Du ebenfalls für weitere Ratschläge zur Verfügung stehst.

# Du brauchst einen Plan



Das funktioniert nur, wenn Du Dich nicht nur als Leitfigur positionieren, sondern auch den Interessierten zeigen kannst, dass Du einen glasklaren Plan an der Hand hast.

Dann folgen sie Dir und lassen sich auch auf die anderen Gefährten ein.

## Der Wissende

---

Als Experte in Deiner Branche kannst Du Dich als der Wissende hervortun. Trage die wichtigsten neuen Erkenntnisse und Trends aus Deiner Marktnische zusammen und erstelle daraus ein Wissensprodukt gespickt mit guten Informationen.

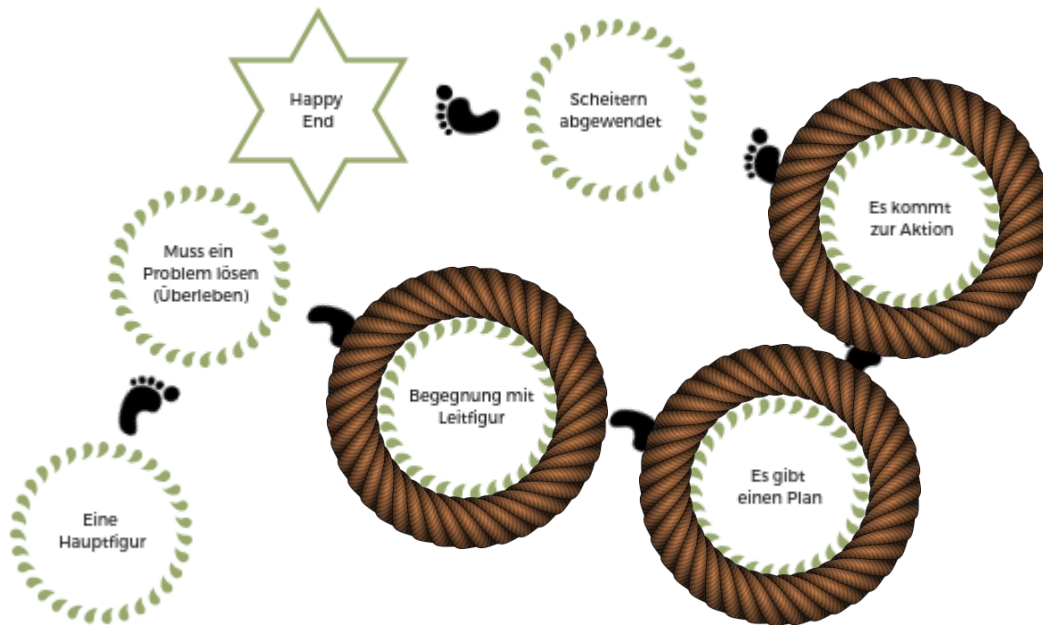
Entweder verkaufst Du diese Wissenssammlung als Produkt oder Du nutzt es als Geschenk, um Dich als Experte unter Experten zu verkaufen und bietest Kollegen Dein Coaching an, wie sie die neusten Erkenntnisse in ihr Geschäft umsetzen können.



# Die etablierte Leitfigur hat einen Plan

3

## Sieben-Schritte zu Deiner Geschichte



In den USA macht das eine ehemalige Besitzerin eines Tanzstudios sehr erfolgreich. Sie zeigt anderen Betreibern von Tanzstudios, wie man erfolgreich das Geschäft betreibt. Auch eine Friseurin ist diesen Weg gegangen.

Das Angebot funktioniert nur, wenn Du Dich ganz klar als Leitfigur mit Deiner Botschaft etablieren kannst, Deinen Plan deutlich machst und die Aktion, die jetzt von Seiten des Interessenten kommen muss, hervorhebst.

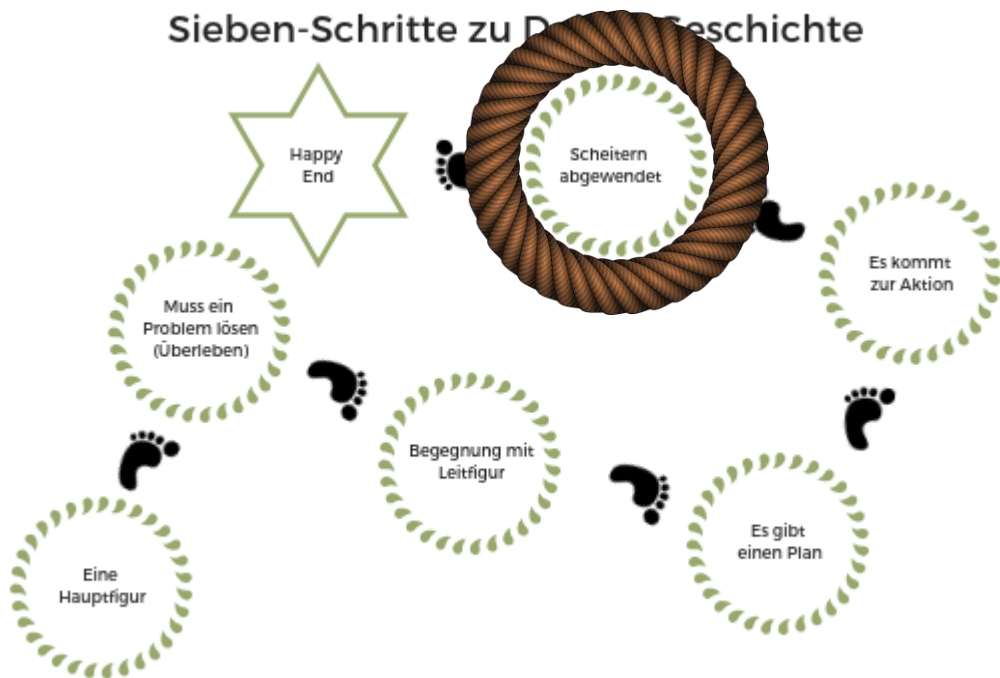
## Der Helfer in der Not

---

Ende des Jahres muss noch schnell der Jahresabschluss gemacht werden? Ein Projekt kann nicht zu einem bestimmten Termin fertig gemacht werden? Die Schwiegermutter steht vor der Tür und es gibt noch kein Geschenk? Eine Webseite ist noch nicht fertig? Ein schwieriger Brief ist reingekommen, auf den es zu antworten gilt?

Biete Deinen Kunden an, in schwierigen Situationen Deine Expertise für einen besonderen Preis schnell zu buchen. Sei der Helfer in der Not.

# Kenne Deine Schurken



Wenn sich Menschen in einer Notsituation befinden, sind sie schneller bereit zu handeln. Darum ist es wichtig, dass Du genau weißt, wie Das Scheitern aussehen und der Schurke gewinnen könnte. Mit Dir muss dieses Szenario abzuwenden sein.

Beispiele:

Der Zeitdruck (Schurke) macht die ganze Arbeit des Projekts zunichte (Scheitern)

Wenn kein Geschenk da ist, schafft es die Schwiegermutter (Schurke) wieder das ganze Fest kaputt zu machen (Scheitern).

# Der Optimierer

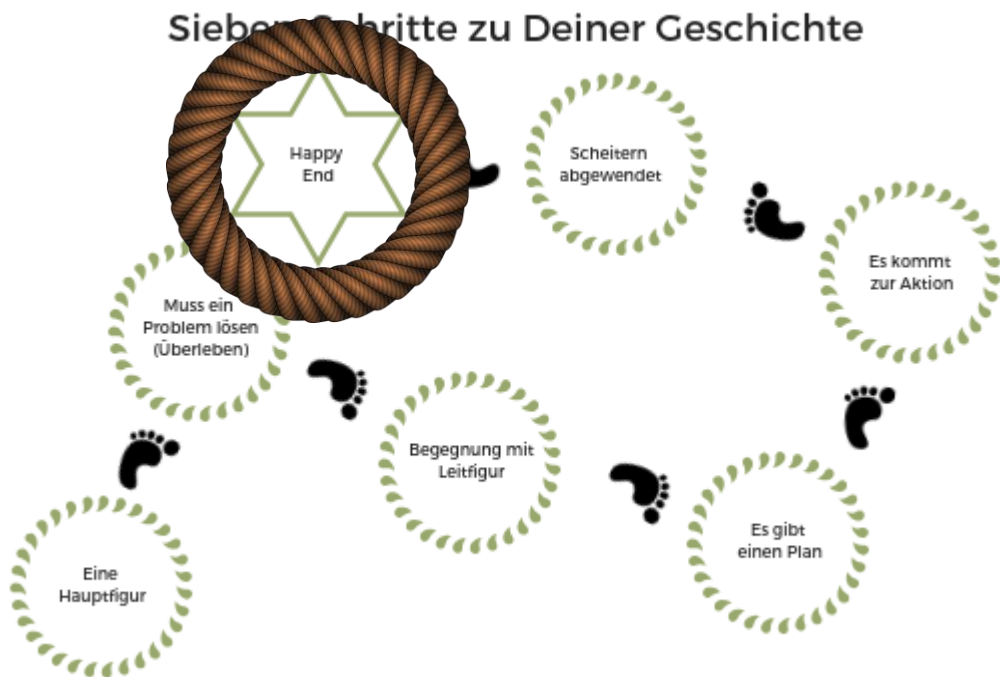
---

Als Experte auf Deinem Gebiet schaust Du Dich in der Onlinewelt um und findest Menschen, die Deine Expertise gebrauchen könnten.

Zum Beispiel gehst Du als Webdesigner auf eine Seite eines Shopbetreibers und machst einen Plan, wie Du die Seite optimieren könntest. Nachdem sie gesehen, wie toll Dein Plan ist, gibst Du ein Angebot zur Umsetzung ab.

Als Innenarchitekt gehst Du auf die Webseite eines Immobilienmaklers und zeigst ihm, wie er durch eine andere Einrichtung das Objekt begehrenswerter machen könnte.

# Zeige das Happy end



Dieses Angebot funktioniert gut, weil Du direkt mit dem Happy end um die Ecke kommen kannst. Der andere kann sofort sehen, wie sein Leben sich verändern würde, wenn Du in seinem Leben bist.

Darum ist es wichtig das Happy end so zu erzählen, dass der andere gar nicht anders kann als bei Dir zu kaufen.