



ONLINEMARKETING FAHRPLAN

Marketing durch Vertrauensaufbau statt
Kaltakquise und Social Media Stress



Marketing, das
bestehen bleibt!

Hi, ich bin Nadia!



Als introvertierte Freelancerin sind die **Website und der Newsletter meine Wohlfühlwelt** - Slow Marketing ohne Social Media-Stress.

Mein Fokus liegt auf meinem Traumpaar WordPress & DIVI und Active Campaign. Das ideale Onlinemarketing, das lange bestehen bleibt.

Aus der Zusammenarbeit mit verschiedenen Kunden und meinen eigenen Versuchen in den ersten 2 Jahren Selbständigkeit sehe ich die immer selben Fehler:

Schnelle Erfolgsversprechen und das Kopieren fremder Strategien.

Was du brauchst: ein Marketing, dass zu DIR passt!

Ich zeige dir im Fahrplan 7 Schritte, die aufeinander aufbauen und dir genug Flexibilität für deine Persönlichkeit lassen.

So erhältst du eine solide Basis, mit welchen du dir eine Community aufbaust, die auf Vertrauen beruht und **GERNE** bei dir kauft! Du darfst jeden Bereich davon so gestalten, wie es für dich stimmig ist.

...und ja, das braucht Zeit.

DEIN 7 STUFEN FAHRPLAN

Zusatztipps

1. Liste aller Tools, die du gebrauchen könntest
2. Marketing-Begriffe, die dir begegnen werden



Marketing, das auf
Vertrauen aufbaut



1. BRANDING & MARKE

Wozu brauchst du ein Branding bzw eine Marke?

Ganz einfach: Dahinter stecken nicht nur Farben, sondern deine Personal Brand.

Farben, Schriften, Logo und Formen vermitteln Emotionen. **Beim gesamten Marketing gilt: sprich Emotionen an.**

In diesem Schritt machst du dir klar, wer du bist und wen du ansprechen willst.

All deine zukünftigen Produkte erstrahlen in deinem Branding. So vermittelst du Wiedererkennung und Persönlichkeit.

Stichwort Personal Branding: mach dich mit deiner Persönlichkeit zur Marke und zieh das durch deinen gesamten Auftritt!

How to



Welche Zielgruppe möchte ich ansprechen?
(Alter, Geschlecht, Branche)



Welche Emotion möchte ich mit meinem Thema vermitteln?
(Ruhe, Freude, Vertrauen, Tiefsinn, Leichtigkeit, Wissen, Dominanz, Durchschlagskraft, Stärke)

Farben



Grün = beruhigend, natürlich, Zufriedenheit, Hoffnung, Glück
(*Negativauslegung: Unreife, Gift*)

Rot = anregend, Kraft, Stärke, Leidenschaft
(*Negativauslegung: Wut, Warnung*)

Blau = sanft, ruhig, entspannend, Harmonie, Atmung
(*Negativauslegung: Distanz*)

Gelb = strahlend, anregend, gute Laune
(*Negativauslegung: Neid*)



Pastell, transparent oder satte Farben?

Während satte, kräftige Farben selbstbewusst & stark wirken, sind pastell- und transparente Töne eher einfühlsam, empathisch, beruhigend.

Schriften



Entscheide dich für 2-3 Schriften. Eine für Hervorhebungen und Überschriften, eine für Fließtexte. Deine Schrift soll zu deinem Thema passen.

Beispiel:

Serifenschriften = Autorität, Seriösität, z.B. Times

Serifenlos = gute Wahl für lockere Fließtexte. Zwanglos, leicht zu lesen. zB Roboto, Open Sans

Handwritten = Verspielt, leicht, spirituell, z. B. Brittany

Formen



Kantige Formen sind maskuliner, runde Formen femininer



Tipp

Erstelle dir ein Moodboard. Eine Collage aus Bildern, die der Stimmung entsprechen, die du vermitteln willst. Generiere daraus deine Farben, Schriften und Logo.



Tools



<https://colors.co/> = hier kannst du Farben testen und dir Paletten zusammenstellen, um dein Branding zu finden. Inspiration und Brandboards findest du auch bei Pinterest und Canva.



<https://fonts.google.com/> = bei Google hast du eine riesen Auswahl an kostenlosen Schriften, die du ausprobieren kannst. Google auch nach passenden Schriftpaaren oder schau dir Marken, mit welchen du dich identifizierst, genauer an.



2. ELEVATOR PITCH

Der Elevator Pitch sind wenige Sätze, die du aufsagst, wenn du während einer Fahrstuhlfahrt gefragt wirst, was du machst. Wozu?

1. Machst du dir richtig Gedanken darüber, was du anbietest
2. Kannst du über die Elevator Pitch in jedem Gespräch selbstsicher verkaufen

How to



Hier geht es vor allem um die W-Fragen:

Was? Wie? Für wen?

- Wer bist du?
- Was machst du?
- Für wen?

Nutze Worte, die deine Zielgruppe kennt und versteht. Schreibe eine kurze und eine längere Variante.

„Hi, ich bin Nadin. Ich unterstütze Soloselbständige bei Webseiten und Newsletter und nutze dafür am liebsten WordPress Divi und ActiveCampaign.“

Hierfür brauchst du das:



Websiteopener und kurze Über mich-Texte deiner Website



einen kurzen über mich Text in jedem deiner Blogartikel (Seitenleiste oder darunter)



Social Media Headerbilder und Beschreibungen



in deinem Newsletterfooter



in deinen Freebies



3. WEBSITE

Auf deinem Weg ins Onlinemarketing wirst du viele verschiedene Meinungen über den Nutzen einer Website hören.

Hier meine Anmerkungen:

- Die Website ist dein Spielfeld, auf dem du dich ohne Einschränkung so präsentierst, wie du bist.
- Sie zeigt Persönlichkeit durch dein Branding und deine Texte.
- Du erzählst etwas über dich.
- Sie vermittelt Wissen und baut Vertrauen auf.
- Sie informiert über dein Angebot und sortiert so unpassende Kunden aus.
- Du kannst sie überall verlinken und so schnell Informationen bereitstellen.
- Du kannst über Suchmaschinen gefunden werden.
- Hier fängst du im Idealfall Newsletterabonnenten ein.
- Deine Website kann dir keiner sperren (Social Media schon, manchmal schneller als gedacht)
- Sie vermittelt Seriösität. Du meinst es ernst.

How to

Kurzgefasst, denn die Website ist ein umfangreiches Thema:

Verzichte möglichst auf einen Baukastenanbieter. Sie sind schnell unflexibel und teuer, sobald du wächst. Wähle z.B. WordPress als Grundlage.

Stümpere nicht selbst drauf los, du verlierst Zeit und Nerven. Lass deine Website professionell erstellen, mache einen Kurs, in dem dir alles Wichtige beigebracht wird oder nutze günstige Starterangebote wie meine Starterwebsites.

Wähle etwas, das du einfach anpassen kannst, denn deine Website wird sich sicher noch verändern.

Website-Grundwissen: Technikverständnis (Websiteerstellung, Ladezeiten), Besucher-Erlebnis (User Experience, Lesbarkeit, intuitive Bedienbarkeit), Farbgestaltung und Einsatz von Schriften, Texterstellung, Rechtliches (Datenschutz), Suchmaschinenoptimierung. Einige Punkte findest du im Websitecheck.



Suche dir einen Profi oder buche einen guten Kurs/Coaching. Alles was du wissen musst, findest du in meinem Blog oder in einem meiner Angebote auf meiner Website.

SEO

Wenn du zusätzlich über die Website gefunden werden willst – beschäftige dich intensiv mit Suchmaschinenoptimierung! (Meine absolute Empfehlung: Bloggen! Schau in meinem [Blog](#) vorbei.)

Anfangs tuts auch ein einfacher Onepager, also eine einzelne Startseite mit deinem Pitch, deinem Angebot, einem Text über dich, Kontaktmöglichkeiten und - ganz wichtig - Datenschutzerklärung und Impressum!

Denn: Wachstum hat Zeit, hauptsache du startest!



Unbedingter Zusatztipp



Wenn du eine Website hast, kannst du auch ganz einfach einen Blog einrichten.

Während sich die Website auf Präsentation und Angebot ausrichtet, dient der Blog zur Wissensvermittlung und um besser über die Suche gefunden zu werden.

Das könnte dann so aussehen:

- Webseiten: Startseite, über mich, Angebot, Kontakt (kurze, informierende Texte)
- Blog: Wie du mehr Wasser trinken in deinen Alltag integrieren kannst; 3 Tipps für garantiert schnelleres Einschlafen (ausführliche, erklärende Texte), idealerweise mit Keywordrecherche vorab.

Vorteil:

Über gut geschriebene, recherchierte und suchmaschinenoptimierte Blogartikel steigert du deine Reichweite bei Suchmaschinen und kannst so besser gefunden werden. Auch deine restlichen Webseiten profitieren von diesem Ranking und potentielle Kunden bauen Vertrauen auf.



Perfekt um Newsletterabonnenten einzufangen!
zB über ein Popup, die Seitenleiste oder Verlinkungen direkt im Text.

Tools



WordPress & DIVI/Elementor/Thrive

Damit kann deine Website alles, was sie können muss und du kannst sie mit etwas Know how selbst anpassen



Blogartikel zur Übersicht:

<https://nadinschmidt.com/website-mit-wordpress-erstellen/>



4. SOCIAL MEDIA

Welchen Kanal zu einsetzen, hängt von dir, deinem Thema und deiner Zielgruppe ab. Eine jüngere, unbewusste Zielgruppe erreichst du besser über zB Instagram. Bewusstere Zielgruppen über einen Blog.

Du hast über Social Media die Chance, deine Zielgruppe gratis in vergleichsweise kurzer Zeit zu erreichen. Darum empfehle ich einen Social Media Kanal gut zu bespielen.

How to

- ↳ Wer ist deine Zielgruppe? Auf welcher Bewusstseinsstufe?
- ↳ Welche Inhalte möchtest du am liebsten erstellen und in welcher Frequenz? (Posts, Videos, nur Text, mit Grafik?)

Kanäle

Bei jedem Kanal gilt: es hängt von deinem Produkt und deiner Zielgruppe ab. Probiere den Kanal deiner Wahl, selbst wenn weder Zielgruppe noch Produkt mit meiner Empfehlung unten übereinstimmen, kann genau DEIN Produkt total gut ankommen, wenn du es so präsentierst, dass es sich von anderen abhebt!

(Die folgend genannten Zahlen sind Richtwerte und können je nach Produkt, Darstellung und Zielgruppe stark variieren. Try it.)

↳ Facebook

- Zielgruppe 25+, gemischte Altergruppe, B2B & B2C
- Seite & Profil möglich (Profil hat meist bessere Reichweite, Seite wirkt seriöser, mehr Infos, mehr Möglichkeiten)
- Formate: Posts (mit/ohne Grafik), Videos, Live, Stories, Reels, Gruppen
- Postintervall: >2-3/Woche, persönliche Texte und Erlebnisse
- Empfehlung: Vor allem für Dienstleistungen (Seite)



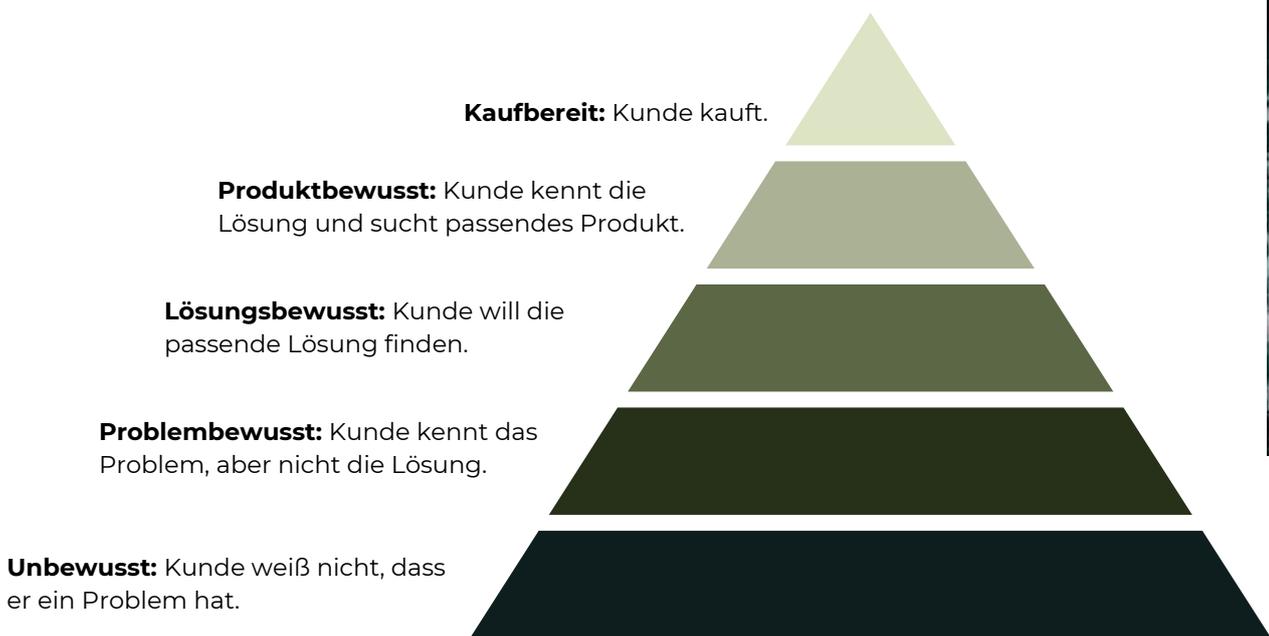
Welchen Kanal zu einsetzen, hängt von dir, deinem Thema und deiner Zielgruppe ab. Eine jüngere, unbewusste Zielgruppe erreichst du besser über zB Instagram. Bewusstere Zielgruppen über einen Blog.

Du hast über Social Media die Chance, deine Zielgruppe gratis in vergleichsweise kurzer Zeit zu erreichen. Darum empfehle ich einen Social Media Kanal gut zu bespielen.

How to

- ↳ Wer ist deine Zielgruppe? Auf welcher Bewusstseinsstufe?
- ↳ Welche Inhalte möchtest du am liebsten erstellen und in welcher Frequenz? (Posts, Videos, nur Text, mit Grafik?)

Bewusstseinsstufen



Kanäle

Bei jedem Kanal gilt: es hängt von deinem Produkt und deiner Zielgruppe ab. Probiere den Kanal deiner Wahl, selbst wenn weder Zielgruppe noch Produkt mit meiner Empfehlung unten übereinstimmen, kann genau DEIN Produkt total gut ankommen, wenn du es so präsentierst, dass es sich von anderen abhebt!

(Die folgend genannten Zahlen sind Richtwerte und können je nach Produkt, Darstellung und Zielgruppe stark variieren. Try it.)

↳ Facebook

- Zielgruppe 25+, gemischte Altersgruppe, B2B & B2C
- Seite & Profil möglich (Profil hat meist bessere Reichweite; Seite wirkt seriöser, Seite ideal für automatisiertes Posten und Businessinfos)
- Formate: Posts (mit/ohne Grafik), Videos, Live, Stories, Reels, Gruppen (!)
- Postintervall: >5 pro Woche, persönliche Texte und Erlebnisse
- Empfehlung: Vor allem für Dienstleistungen (Seite)

↳ Instagram (Businessaccount)

- Zielgruppe <18-60, junge bis mittlere ZG, B2B & B2C
- Formate: Reels, Posts mit Grafiken, Stories, Live, Videos
- Postintervall: täglich, Stories so häufig wie möglich
- Empfehlung: Coaches, Trainer, Photographen, Mode, Produkte (Wissen, Lifestyle, Aufklärung)





↳ LinkedIn

- Zielgruppe 25-60+, gemischte Altersgruppe, B2B
- Formate: Posts (mit/ohne Grafik), Video, Veranstaltungen, Gruppen
- Postintervall: >3-5/Woche (Posts haben längere Sichtbarkeit als z.B. auf IG)
- Empfehlung: Dienstleistung

↳ TikTok

- Zielgruppe <16-35, sehr junge ZG, perfekt für B2C
- Formate: Kurzvideoplattform
- Postintervall: täglich
- Empfehlung: Perfekt für Coaches, Lifestyle, Shops

↳ Pinterest

- Zielgruppe: 25-45, gemischte Altersgruppe, B2B & B2C
- Formate: Pins
- Postintervall: +/- 8 Pins täglich
- Empfehlung: DIY, Künstler, Blogger, Coaches, Lifestyle, Shops

↳ Youtube

- Zielgruppe: alle (visuelles Publikum), B2B & B2C
- Formate: Videos
- Postintervall: min. alle 2-3 Tage
- Empfehlung: Erklärvideos, Talks, Podcasts, Meditationen, Interviews

↳ Podcast

- Zielgruppe: alle (auditives Publikum), B2B & B2C
- Formate: Audio
- Postintervall: 1-2x pro Woche
- Empfehlung: Aufklärung, Diskussion, Information, Talks, Interviews

Für alle Kanäle gilt: **KONTINUITÄT IST KING!**

Regelmäßiges Posten ist für die Reichweite essentiell. Der Kanal sollte dir Spaß machen, sonst leidet dein Content darunter.

Tipps



- Lagere das aus, was dir Energie raubt.
- Plane Beiträge gesammelt ein und lass sie automatisch posten.
- Hole dir Hilfe für Contentstrategien.
- Wenn die Motivation fehlt: hinterfrage den Kanal.
- Schreiben kannst du über alles, wirklich alles, was dir im Kopf schwirrt!

Vorteil von Social media: du kommst direkt in Interaktion mit deiner Zielgruppe und baust dir ein Netzwerk auf!

ADS (bezahlte Werbeanzeigen):



Du kannst auf jedem Kanal bezahlte Werbung schalten. Gängig und vergleichsweise günstig ist Werbung über Facebook bzw. Instagram (Meta). Dazu kommen wir später beim Thema Newsletter. Tipp vorab: schalte keine Ads für deine Posts oder dein Profil.

Tools

- ✓ Canva - Grafiken und Videos für Social Media erstellen, kostenlos nutzbar mit Hunderten von Vorlagen
- ✓ CapCut - Videos schneiden, mächtiges Tool in der gratis Version, als App und für Mac/Windows
- ✓ Creator Studio – Facebook-Tool. Posts für Facebook-Seite und Instagram vorplanen und automatisch posten lassen (Tipp: plane 1-2x pro Monat alle Posts für 4 Wochen ein und konzentriere dich dann auf andere Dinge)
- ✓ Later/Hootsuite – für andere Kanäle Posts vorplanen



5. NEWS- LETTER

Wenn Website und ein Social Media Account stehen, wird es Zeit für den Newsletter, denn wir wollen ja langlebiges Marketing!

In deiner Liste hast du die Menschen, die wirklich von dir lesen wollen und bist unabhängig von anderen Plattformen.

Hierzu brauchst du einen Anbieter, der zu dir und deinen Zielen passt.

Ausführlich Infos im E-Mail-Marketing Guide

How to

Richte das Tool ein und platziere ein Anmeldeformular auffällig auf deiner Website. zB als Pop-Up, im Footer, in der Blogseitenleiste, in Blogartikeln.

Erfahre in meinem Newsletter Guide, was du vorab beachten solltest.

- Idealerweise erstellst du einen Lead Magneten (Freebie), um Interessenten einen Anreiz zu geben, sich zum Newsletter anzumelden.
- Erstelle eine Willkommensmail oder Willkommenssequenz.
- Versende regelmäßig einen Newsletter.

Lead Magnet:

- ↳ erstelle ein kleines Infoprodukt, dass potentielle Kunden interessieren könnte
- ↳ Ideen: Infobroschüre als PDF, kleines Workbook, Videosequenz, Audios, Quizze
- ↳ Lass es über eine Automation nach Anmeldung zum Newsletter an den Abonnenten senden
- ↳ Schalte Ads, um eine breitere Masse anzusprechen und deine Newsletterliste schneller zu füllen. Hol dir hierzu am Besten Hilfe von einem Profi.

Newsletterideen

- Mach aus jedem Erlebnis in deinem Alltag einen Newsletter.
- Berichte über dich, Projekte, Planung
- Tipps & Tricks, ohne zu sehr in die Tiefe zu gehen
- mehr Ideen beim Newsletterprofi [Tim Gelhausen](#)

Der Newsletter ist dazu da, um Vertrauen aufzubauen und dich in die Köpfe der Leser zu brennen, nicht zwangsläufig um etwas beizubringen.

Du schreibst nicht gern? Dann nimm Youtube Videos oder Podcasts auf und teile den Link über deinen Newsletter!

Wozu Newsletter?



Das Geld liegt nach wie vor in der E-Mail-Liste. Der gesamte Fahrplan zielt auf deine E-Mail-Liste ab.

Alles davor sind nur Schritte, um dich bekannt zu machen und deine Liste zu füllen.

Das dauert, aber dafür bleiben dir deine Abonnenten lange. Du schreibst ihnen direkt ins Postfach und baust so Vertrauen auf - bei Social Media tauchst du schneller unter als du gucken kannst, wenn du mal kurz nichts mehr postest.



ActiveCampaign



Mailerlite



Brevo



KlickTipp



Getresponse



Cleverreach

Tools



6. KANÄLE VERBINDEN

Hier bist du jetzt:

- ↳ Dein Branding und Auftritt steht
- ↳ deine Website ist fertig
- ↳ auf Social Media bist du aktiv und
- ↳ dein Newsletter ist startklar

Jetzt machen wir aus den Einzelteilen ein System!

1. Erstell jetzt auf deiner Website einen „Linktree“. Das ist eine Seite, auf der all deine Angebote kurz verlinkt sind. Z.b. Website, Blog, Terminbuchung, Newsletteranmeldung, weitere Kanäle
- 2.1 Möchtest du Termine verkaufen? Dann biete überall ein Terminbuchungstool an.
- 2.2 Möchtest du zuerst deine Liste füllen? Dann biete gut sichtbar dein Freebie an.
3. Erwähne dein Freebie überall auf deinen Kanälen.
4. Optional: Schalte Werbeanzeigen (Ads) für dein Freebie oder erstelle einen Terminfunnel. (Diesen Teil kannst du auch dann machen, wenn du sonst nicht auf Social Media aktiv bist/sein willst). Oder du lässt es und arbeitest rein organisch.
5. Liefere kostenlosen Mehrwert in kleinen Häppchen über Newsletter, Blog (und Social media) -> organisches Marketing.
6. Teile Youtubevideos, Podcast und Blogartikel über den Newsletter und Social media (Crossposting)
7. Mach aus einem Blogartikel/Video/Podcast mehrere Posts, fasse Podcast & Videos in Blogartikeln zusammen (Crossposting)





7. NATÜRLICH VERKAUFEN

Bisher hast du noch nicht aktiv verkauft, sondern nur Content erstellt und Abonnenten gesammelt.

Jetzt geht's ums verkaufen!

Du willst eine Dienstleistung verkaufen?

Sprich darüber.

- ↪ Erzähle aus deinem Alltag, von Fragen, Lösungen und Neuigkeiten, damit deine Leser wissen, mit welchen Problemen sie zu dir kommen können.
- ↪ Schnüre kleine Pakete und Angebote und erwähn sie charmant im Newsletter
- ↪ Beschreib im Blog, im Newsletter und in Posts, was du anbietest und wie mit dir gearbeitet werden kann.

Du planst einen Launch?

Du möchtest ein hochpreisiges Coaching oder einen Kurs launchen?

Dann mach erstmal 8-12 Wochen die oben genannten Schritte, die deine potentiellen Kunden nichts kosten. Arbeite am Vertrauen.

Zwischendurch empfiehlt sich ein tiny offer, also ein günstiges, kleines Produkt für max 49€ zum schnuppern.

Anschließend launchst du deinen Kurs/Programm. Hierzu schickst du max. 10 Tage lang täglich Mails an deine Warteliste und Abonnenten

- ↪ zB mit Frühbucherrabatt, Infowebinar, Q&A und Anmelde-Deadline. Abonnenten, die genau das jetzt brauchen, haben Vertrauen zu dir und kaufen.

Merke: Nur weil Leser nicht kaufen, sind sie keine schlechten Abonnenten. Es kann auch Jahre dauern, bis aus einem Interessenten ein Kunde wird. Oder deine Abonnenten empfehlen dich still und leise weiter! Das ist das, was du anstrebst!



ZUSATZ TIPPS

TOOLS, DIE DU BRAUCHEN KÖNNTEST

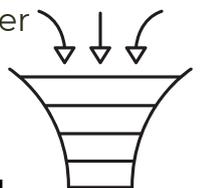
- ✓ WordPress & DIVI, Elementor oder Thrive (Website)
- ✓ Canva, Affinity (Grafiktool)
- ✓ Creator Studio, Later, Hootsuite (Social media Planungstool)
- ✓ Digistore24/Copecart, ThriveCart (Bezahlanbieter für tiny offer, Kurszugänge)
- ✓ Calendly/Tucalendi (Terminbuchungstool)
- ✓ Zoom (Videocalls, Webinare)
- ✓ Digimember, Learndash, Thrive (Kursplattformen für WordPress)
- ✓ Elopape, Memberspot, Digibizz (externe Kursanbieterplattformen)
- ✓ Google forms, Typeform, involve.me (Umfragetool)
- ✓ ActiveCampaign, Brevo, Rapidmail, Mailerlite, KlickTipp, Cleverreach, Getresponse, MailPoet (einige E-Mail-Marketing Anbieter)
- ✓ **Depositphotos** (Stockfotos & Grafiken)
- ✓ Youtube/Vimeo (Plattformen, um Videos zu hosten)
- ✓ letscast.fm Erstklassiker Podcasthost

Liste all meiner Tools
[Hier klicken](#)

2. Zusatztipp

NICE TO KNOW: BEGRIFFE IM MARKETING

- ↳ B2B = Business to Business. B2C = Business to Customer
- ↳ **Lead Magnet = Freebie.** Ein „kostenfreies“ Produkt, um Abonnenten in die E-Mail-Liste zu locken
- ↳ **Double Opt In** = Newsletter darfst du nur nach Double Opt-In (Bestätigung zur Anmeldung) aus einem speziellen E-Mail-Marketing Tool versenden. Der Versand per normalem Mailprogramm ist nicht erlaubt. Das betrifft auch Follow up Mails nach Käufen, Launchmails, Angebote etc.
- ↳ **Homepage/Website** = Die Homepage ist die Startseite deiner gesamten Website, die Webseiten sind die Unterseiten
- ↳ **Elevator Speech** = dein Pitch, der während einer Fahrstuhlfahrt alles über dich und dein Angebot aussagt
- ↳ **Ads** = Bezahlte Werbeanzeigen, die über Social Media Kanäle geschaltet werden können
- ↳ **„Linktree“** = umgangssprachlich für den Anbieter Linktree, mit welchem du verschiedene Links zu Angeboten auf einer Seite platzieren kannst. Lässt sich auch mit zB WordPress erstellen.
- ↳ **Funnel** = trichterförmiges Marketing. Alles, was du im Marketing machst, ist ein Funnel. Oben ist die breite Masse, unten der zahlende Kunde. Optimiere deinen Funnel, zB durch Buchungstools oder die Newsletteranmeldung.



Ganz ehrlich? Mehr brauchst du kaum. Wichtig ist, dass du Marketing verstehst, statt mit fancy Begriffen um dich werfen zu können.

Glückwunsch!

Du hast deinen Basis Funnel, mit dem du jederzeit Menschen erreichst und langfristig in Kunden verwandeln kannst.

Ich hoffe, du verstehst jetzt, wieso die Chancen, direkt einen Kurs über Ads zu bewerben und auf das große Geld zu hoffen, schlecht stehen. Denn du bist nicht der/die Einzige auf dem Markt.

Natürlich kannst du auch mit Strategiegesprächen und Einwandbehandlung verkaufen, aber mal ehrlich: willst du diese Kunden? Die aus Naivität und Verzweiflung kaufen?

Mit dem Fahrplan baust du dir einen langfristigen, dauerhaften Vertriebskanal auf, über welchen deine Kunden selbst zu dir finden dürfen.

Tipp: selbst wenn es nicht auf Anhieb klappt, hab Geduld und bessere Stück für Stück nach.

Dein Freebie kommt nicht gut an? Mach ein einfacheres oder führe eine Umfrage durch und erstelle eins für deine Zielgruppe.

Dein Social media Kanal läuft nicht? Hol dir Hilfe oder überdenke den Kanal und deine Inhalte.

Alles zuviel Arbeit? Mach Kaltakquise und vereinbare Strategiegespräche. It's your choice.

Fragen?

Schrei(b)!

mail@nadinschmidt.com

Ich freu mich auf dich!

nadinschmidt.com

