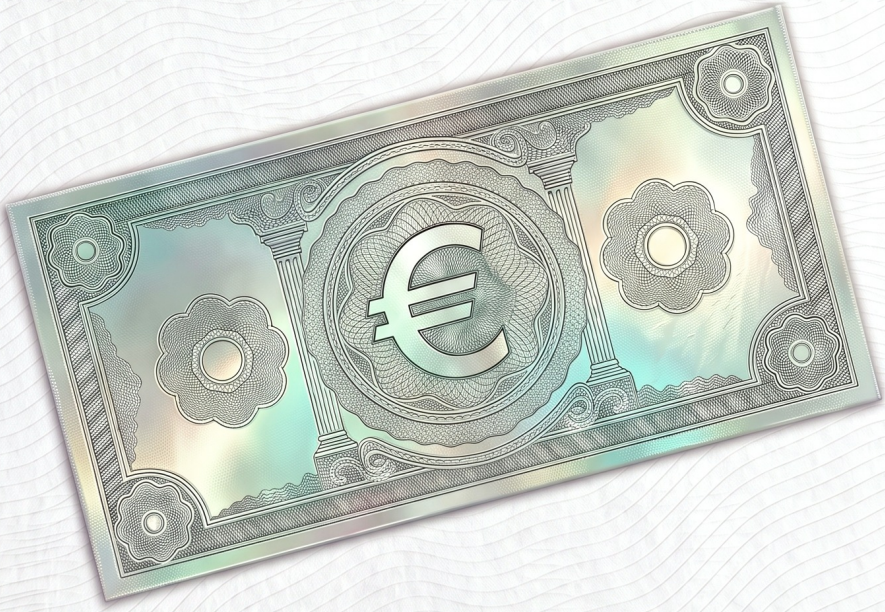
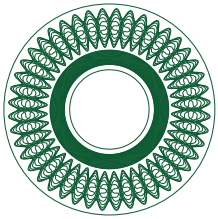
DAS 60-MINUTEN MARKETING GENIE

36 unzensierte Geständnisse
auf meinem Weg von der Notwohnung
zum Selfmade-Millionär.



ARTUR NEUMANN



Das 60-Minuten Marketing-Genie

36 unzensierte Geständnisse auf meinem Weg von der Notwohnung zum Selfmade-Millionär

ARTUR NEUMANN

© Artur Neumann. Alle Rechte vorbehalten. Das Werk darf, auch teilweise, nur mit Genehmigung des Autors wiedergegeben werden.

Herausgeber: Neumann Marketing GmbH, Brachtstraße 22, 40223 Düsseldorf

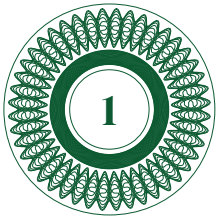
Erstausgabe 2019, überarbeitete Neuauflage 2026

In Zusammenarbeit mit www.buchkodex.de, Düsseldorf

Inhalt

1 Kommen wir zu dir 6
2 Halten diese Denkfehler dich davon ab, reich zu werden? 10
3 Wer hat dein Geld? 19
4 Wo ist der größte Domino? 22
5 Die bestbezahlte Fähigkeit des Planeten 24
6 Frag nach Feuer 30
7 Wie du das Unsichtbare verkaufst 32
8 Die große Idee 34
9 Kreativität wird überbewertet 36
10 Sei ein Bildhauer 38
11 Hungrige Käufer 40
12 Woran muss dein Kunde glauben? 42
13 Was verkaufst du wirklich? 44
14 Zeit ist wichtiger als Geld und Wissen 46
15 Autoritätsbooster 47
16 Wer möchte sonst noch reich werden? 49
17 Features & Benefits 51
18 Wann ist Schluss mit Verkaufen? 54
19 Der Sinn des ersten Satzes ist … 56
20 Hook 57
21 Cliffhanger 59
22 Willst du auch das Geheimnis der Superreichen erfahren? 60
23 Mein Risiko 62
24 Stapel den Wert hoch 64
25 Gib mir einen Namen 68
26 Erklär's mir 71
27 Zum Glück ist er vom Pferd gefallen und hat sich das Bein gebrochen 72

28 Das Gleiche, nur teurer 74
29 E-Mail-Profit 78
30 Mach daraus ein Abo 79
31 Time-Blocking 81
32 Bist du ein Grashüpfer? 84
33 So machst du nie wieder einen Fehler 88
34 Nur noch wenige Kapitel! 91
35 Wie du sofort das Zehnfache verdienst 93
36 Dein nächster Schritt: So verdienst du mehr Geld 96
Über dieses Buch 100



Kommen wir zu dir

Geld verdienen ist ein Spiel. Wenn du die Strategien, Taktiken und Tricks aus diesem Buch umsetzt, könnte es sogar zum Kinderspiel für dich werden. Die Gründe, warum wir Menschen etwas kaufen, sind immer die gleichen. Der Mensch bleibt Mensch und verändert sich nicht.

Es gibt bestimmte psychologische Trigger und Mechanismen, die schon seit Tausenden von Jahren existieren.

Vernachlässige nur eines der wichtigen Prinzipien aus diesem Buch und deine Verkaufszahlen gehen in den Keller. Sobald du die Grundsätze jedoch verstanden und wirklich verinnerlicht hast, kannst du absolut alles verkaufen und so viel verdienen, wie du möchtest.

Mein Name ist Artur Neumann und ich bin Gründer der Neumann Marketing GmbH. Wir helfen Unternehmern dabei, mehr Geld zu verdienen: mit Beratung, Seminaren, Weiterbildung und Software. Ich arbeite von überall auf der Welt, wann und wie ich möchte. Fast alles, wofür ich früher ein Team hatte, erledige ich heute mit künstlicher Intelligenz. Hauptsache, meine Kunden sind glücklich und der Gewinn stimmt.

Mein wichtigster Hebel dabei sind exzellente Verkaufstexte und Online-Verkaufspräsentationen.

Warum gerade diese beiden Verkaufskanäle? Weil alle anderen Formen des Verkaufs deine Zeit oder die deiner Mitarbeiter binden. Und Zeit ist nun mal wertvoller als Geld.

Verkaufstexte oder Verkaufspräsentationen kannst du EIN MAL erstellen und danach lebenslang damit Geld verdienen. Du machst EIN MAL die Arbeit und profitierst so lange von den Einnahmen, wie du Traffic/Besucher auf den Text führst.

Ich persönlich habe schon alle möglichen Kanäle probiert, um mit möglichst wenig Aufwand möglichst viel GEWINN zu erwirtschaften (wer interessiert sich schon für Umsatz?).

Vor-Ort-Präsentationen und ständige Kundentermine sorgen dafür, dass du Hotels und Bars häufiger siehst als deine Familie. Telesales kurbeln den Umsatz gewaltig an, bedeuten ab einer gewissen Größe allerdings sehr viel Management und Chaos.

Speaking und Bühnenverkauf sind nicht gut skalierbar. Außer natürlich, du gibst dein Leben auf und reist durch die Welt.

Mit meiner Strategie erstellst du einmalig einen Weltklasse-Verkaufstext oder eine Video-Präsentation und verkaufst dein Produkt oder deine Dienstleistung rund um die Uhr komplett automatisch. Das Gefühl, morgens aufzuwachen und schon mehr Geld verdient zu haben, als du an diesem Tag ausgeben kannst, ist genial.

Kombiniere das mit Abo-Produkten und du freust dich mehr als ein irischer Kobold auf seinem Geldtopf.

Wenn du wissen möchtest, wie genau das funktioniert, dann hast du genau das richtige Buch ausgewählt. Ich zeige es dir. Auch wenn du

dich bisher nicht als Verkäufer siehst und dich insgeheim vielleicht als „talentfrei“ bezeichnen würdest.

> ***Die Tricks eines Magiers sind nicht so schwierig, wie sie aussehen.***

Also: Wenn du Unternehmer oder Selbstständiger bist und mehr verkaufen willst, egal ob Produkt oder Dienstleistung, dann lies dieses Buch komplett und setze alles um.

In jedem Kapitel bekommst du einen weiteren Hebel, um mehr zu verkaufen und mehr zu verdienen. Deshalb steht über jedem Kapitel ein Siegel wie auf einem Geldschein. Denn was du hier bekommst, ist bares GELD wert.

Jedes Kapitel im Buch, das du nicht umsetzt, bedeutet, dass du Geld auf dem Boden liegen lässt. Ich spreche hier nicht von Centbeträgen. Sondern von einem ganzen Koffer oder Lkw voller Bargeld (je nachdem, wie groß dein Unternehmen schon ist).

Betrachte jedes Kapitel so, als wäre es eine Million Euro wert. Dann nimmst du es ernst genug.

Warum ich dieses Buch geschrieben habe

Ich weiß, wie hart es ist, kein Geld zu haben oder wenig zu verdienen. Im Alter von zweieinhalb Jahren bin ich mit meiner Familie nach Deutschland gekommen. Wir hatten nichts.

Meine Eltern mussten bei null starten, in mehreren Notwohnungen leben und sogar Kleidung aus der Altkleidersammlung tragen.

Doch durch sehr viel Fleiß, die richtige Einstellung und fantastische Eltern, die mich immer unterstützt und schon früh gefördert haben, kann ich heute den Geschmack von Freiheit schmecken.

Frei davon, was irgendein Chef von mir will. Frei davon, ob ich ein Projekt annehmen möchte oder nicht. Frei, jeden Tag aufzuwachen und mir zu denken: „Was würde ich heute gerne machen?“

Erfolg hat für mich nichts mit schnellen Autos, teuren Uhren oder Booten zu tun. Jedem das Seine, aber für mich bedeutet Erfolg vor allem, dass man FREI ist.

Dass man seine eigene Intuition und seine eigenen Gefühle wahrnimmt, spürt und genau so handelt, wie man es tief in seinem Inneren möchte. Das geht nur, wenn man genug Geld hat und weiß, wie man es schnell und leicht verdient.

Ansonsten musst du Dinge tun, auf die du eigentlich gar keine Lust hast, und endest mit einem Burn-out oder Depressionen. Beispiele dafür gibt es genug.

Egal ob nun materielle Werte, Freiheit oder etwas anderes dein Antrieb sind: Wenn du mehr verdienen möchtest, bist du hier richtig.

Führen wir dich in die Freiheit!



Halten diese Denkfehler dich davon ab, reich zu werden?

Bevor ich dir die Verkaufsprinzipien zeige, räumen wir zwei Denkfehler aus dem Weg. Ich sehe sie bei vielen Unternehmern, auch bei erfolgreichen. Sie bremsen den Umsatz mehr als jede schlechte Werbeanzeige.

1. Ich bin nicht gut genug.

Das ist der traurigste Grund, warum Menschen nicht ihren Träumen folgen. Sie fokussieren sich mehr darauf, was andere über sie denken, statt einfach das zu tun, was sie tun wollen. Im Alter von 18 Jahren startete ich einen Blog über Persönlichkeitsentwicklung und Erfolg. Sehen wir den Tatsachen ins Auge: Ich hatte keine Ahnung von nichts. Doch ich hatte einige Bücher gelesen und war davon so inspiriert, dass mich glücklicherweise irgendwas in mir dazu bewegte, diesen Blog zu starten.

Als 18-jähriger Bengel fühlte ich mich schon so, als hätte ich die Weisheit mit Löffeln gefressen. Das Interessante: Nur weil ich das von mir glaubte, wurde mein Blog erfolgreich. Anfangs veröffentlichte ich den

größten Unsinn. Dann bekam ich Feedback von Lesern und berücksichtigte ihre Anmerkungen.

Dank dieses Feedbacks wurde ich mit der Zeit immer besser, und auch meine Inhalte wurden durchdachter. Ich wusste, was bei den Lesern gut ankommen würde, und konzentrierte mich immer mehr darauf. Teilweise saß ich vier oder fünf Tage an einem einzigen Blogartikel. Vollzeit.

Da ich in Deutsch immer die Schulnote 4 (ausreichend) hatte, strengte es mich enorm an, Blogartikel zu schreiben. Doch ich tat es trotzdem, weil ich mein Ziel (einen großen Blog aufzubauen) unbedingt erreichen wollte.

Circa fünf Jahre und über 350 Beiträge später wurde der Blog von über 100.000 Menschen pro Monat besucht.

Was für eine Zahl. 100.000 Menschen. Für ein Projekt, das ein 18-jähriger durchschnittlicher Schüler in einem kleinen Dorf mit 3.500 Einwohnern gestartet hatte, war diese Zahl schier unbegreiflich.

Bis zu diesem Zeitpunkt hatte ich fast niemandem in meinem Umfeld von diesem Blog erzählt. Warum? Weil ich mich nicht abhängig von der Meinung anderer machen wollte.

Die Leute, denen ich es erzählte, schauten mich schief an und wollten es mir ausreden. Manche dachten sogar, dass ich nicht ganz richtig im Kopf sei.

Zum Glück bemerkte ich schnell, dass es besser ist, die Dinge einfach zu machen. Frage nicht nach Erlaubnis. Ignoriere, was andere sagen oder denken. Lebe dein Leben statt das Leben der anderen.

> ***Egal was du machst: Es wird immer Menschen geben, die sich gegen dich stellen. Gleichzeitig wird es auch immer Menschen geben, die deine Arbeit lieben.***

Als ich das erste Mal eine E-Mail von einem jungen Herrn bekam, der aufgrund meiner Blogbeiträge seinen Job gekündigt und endlich den Start in die Selbstständigkeit gewagt hatte, war ich baff.

Ich wusste, dass ich ECHTEN Wert für andere Menschen geschaffen hatte. Und das, obwohl ich selbst erst 18 Jahre alt war. Seitdem konzentriere ich mich darauf, schnell zu starten. Wann immer ich eine Idee habe, die ich für wertvoll halte, setze ich sie innerhalb von 24 Stunden um und teste sie.

Meist ist der erste Versuch ziemlich schlecht. Doch dann erinnere ich mich wieder daran, dass auch aus meinem kleinen schrottigen Blog einer der größten im deutschsprachigen Raum geworden ist.

Was ich dir damit sagen will: Probier es doch einfach mal, statt darüber nachzudenken, was schiefgehen könnte. Wenn du Momentum hast und aktiv wirst, lösen sich viele Probleme schneller, als du glaubst.

VERKAUFE dein Angebot, BEVOR es fertig ist. So beweist du dir selbst, dass jemand es will. Dann kommt auch die Motivation, und du findest die Lösungen für die Lieferung.

Ein konkretes Beispiel: Ich arbeitete einige Jahre als angestellter digitaler Projektleiter und gestaltete internationale Großprojekte für Banken, Versicherungen und die Industrie. Doch irgendwann hatte ich keine Lust mehr, da ich mich nicht mehr weiterentwickeln konnte.

Also wollte ich mich selbstständig machen. Ich definierte eine Geschäftsidee, erstellte an einem einzigen Nachmittag eine simple Website und überlegte mir, wie ich Kunden bekommen könnte.

Die Idee: Ich wollte eine Dienstleistung anbieten und Unternehmern sowie Experten dabei helfen, in sehr kurzer Zeit Bücher zu schreiben. Wie? Indem ich sie interviewe und auf der Basis der Antworten den Text für sie schreibe, ihr Buch gestalte und es danach sogar veröffentliche. Der Autor muss für den Prozess nur rund zwölf Stunden investieren und kann sich danach Buchautor nennen. Ohne jemals selbst ein Wort schreiben zu müssen.

Die Idee war brillant und in meinem Kopf war sie möglich. Doch ich wusste nicht, ob es wirklich ging. Ich hatte schließlich noch nie für jemanden ein Buch geschrieben und auch noch nie dieses System ausprobiert.

Dennoch war ich überzeugt. Also erstellte ich eine Liste mit 100 potenziellen Zielkunden, samt E-Mail-Adresse, Telefonnummer und Website.

Dann rief ich in den Mittagspausen meines Jobs als Projektleiter diese Kunden an. Bei jedem Anruf raste mein Herz und mir schossen tausend Gedanken durch den Kopf. Doch ich ließ mir nichts anmerken. Einfach Menschen anzurufen und sie um Geld zu bitten, war für mich eine der schlimmsten Herausforderungen, die ich bis dato gestemmt hatte.

Das Beste: Ich hatte NOCH NIEMALS auch nur eine Zeile professionell für jemanden geschrieben, wollte diese Leistung aber trotzdem verkaufen.

Da ich natürlich damals überhaupt nicht verkaufen konnte, wimmelten mich die meisten am Telefon ab. Von den 100 Kunden hatten jedoch einige Interesse und wollten ein Angebot von mir haben.

Bingo!

Nachdem ich circa fünf Leuten ein Angebot geschickt und mich dann mit zwei Kunden sogar persönlich getroffen hatte, war ich motiviert.

Keiner von ihnen gab mir den Auftrag, aber … als Angestellter zu erleben, wie man einfach so Menschen anrufen, ihnen ein Angebot unterbreiten kann und dann ganz nah dran ist, Geld für eine Dienstleistung zu bekommen, die einem sprichwörtlich beim Duschen eingefallen ist, sprengte die Grenzen meiner Realität.

Nach den Gesprächen mit diesen beiden Kunden kam ich zu Hause an und dachte mir nur: Wenn bei 100 Interessenten mit meinen abgrundtief schlechten Verkaufsfähigkeiten schon zwei ein Treffen wünschen, dann habe ich nach 1.000 Telefonaten sicher ein paar Aufträge.

Ich wusste, dass ich nur einen oder zwei Aufträge im Monat brauchen würde, um ganz gut zu verdienen. Sprich maximal 1.000 Telefonate.

Ich wusste auch, dass ich mit der Zeit besser werden und sicher auch schon bei 100 Telefonaten einen Auftrag gewinnen würde.

Zudem wusste ich, dass ich den Vertrieb später automatisieren konnte (durch Verkaufstexte und Video-Präsentationen).

Als ich das verstanden hatte, schrieb ich meine Kündigung und gab mir sechs Monate Zeit. In diesen sechs Monaten wollte ich mindestens einen neuen Kunden gewinnen. Dies war die Voraussetzung, um weiterhin selbstständig zu bleiben. Was dann passierte, war unglaublich. Das Business explodierte und bereits nach drei Jahren machten wir hohen sechsstelligen Umsatz.

Und das mit einem winzig kleinen Team: neben mir lediglich einige fantastische freiberufliche Mitarbeiter.

Ich hatte keine Referenzen und keine Kunden. Aber: Ich startete einfach und wurde durch das Feedback der Kunden immer besser.

Die ersten Projekte waren ein Verlustgeschäft. Ich musste viel mehr arbeiten als in meinem Job als Angestellter und verdiente deutlich weniger.

Doch ich feilte so lange an den Büchern, bis sie erstklassig waren und meine Kunden glücklich.

Beim nächsten Kunden steigerte ich die Preise.

> ***Diesen Zyklus wiederholte ich etliche Male, und mittlerweile verkauft sich unsere Reputation fast von selbst.***

Viele der bekanntesten Online-Unternehmer im deutschsprachigen Raum haben ihr Buch von uns schreiben lassen. Heute arbeitet BUCHKODEX mit künstlicher Intelligenz: Ein Fachbuch entsteht dort in rund 60 Minuten, mit Cover, Druckdateien und E-Book. Mehr dazu auf www.buchkodex.de.

Starte einfach. Was soll schon passieren?

2. Verkaufen ist böse.

Diese Denkweise ist der zweite Grund, warum du nicht so viel verdienst, wie du gerne möchtest. Wenn du glaubst, dass Verkaufen böse sei, wird Geld immer einen großen Bogen um dich machen.

Wenn du glaubst, dass es nicht in Ordnung sei, Menschen zu überzeugen, dein exzellentes Produkt zu kaufen, dann wirst du es auch nicht verkaufen.

Menschen kaufen allerlei Dinge. Produkte, die wir wirklich brauchen. Produkte, die wir nur schön finden. Produkte, die wir gar nicht brauchen. So oder so: Dein Kunde wird irgendwie sein Geld ausgeben.

Für Immobilien, weil er an den Traum von finanzieller Sicherheit glaubt. Für Vergnügen, weil er sein Leben genießen will, statt der reichste Mensch auf dem Friedhof zu sein. Für Luxusartikel, weil er die neidischen Blicke seiner Freunde ernten möchte.

Für Weiterbildung, weil er schneller weiterkommen will. Für gutes Essen, weil er kulinarische Erlebnisse zelebrieren will. Für Drogen und Alkohol, weil er den Schmerz nicht erträgt. ODER: für dein Produkt, das ihm dabei hilft, seine Ziele zu erreichen.

Wenn du nicht verkaufen willst oder damit ein Problem hast, liegt es daran, dass du nicht von deinem Produkt überzeugt bist. Du musst zuerst dir SELBST verkaufen, dass du ein tolles Produkt anbietest, das seinen Preis wert ist.

Einer meiner Kunden (ein sehr erfolgreicher Immobilienverkäufer) äußerte mal einen tollen Spruch, der mich sehr beeindruckte. Ich erzählte ihm, wie verwerflich ich die manipulativen Verkaufstricks eines bekannten Verkaufstrainers fand, und machte mich darüber lustig. Darauf sagte er nur ganz nüchtern:

> ***„Artur, wenn man Probleme mit den Verkaufsstrategien anderer Menschen hat, ist dies oft ein Zeichen dafür, dass man selbst Probleme hat zu verkaufen.“***

Ich fühlte mich ertappt. Gleichzeitig beschämt. Er hatte recht. Mein Business lief bis dahin ganz gut, aber der richtige Aha-Moment fehlte noch. Die Kunden kamen bisher oft über Empfehlungen, und irgendetwas blockierte mich, mehr zu tun. Als ich nach Hause kam, dachte ich noch lange über den Satz nach. Ich wusste, dass ich etwas ändern musste.

Ich drehte mein Budget für Onlinewerbung hoch und legte meinen Kalender voll mit Kundenterminen. Die potenziellen Kunden rief ich alle persönlich an und verkaufte ihnen mein Produkt.

Der Bann war gebrochen, und meine Einstellung zum Verkaufen veränderte sich komplett.

> ***Kein Wunder, dass sich mein Umsatz von einem auf den anderen Monat VERZEHNFACHTE.***

Nur weil ich nicht mehr glaubte, dass Verkaufen böse sei, sondern verstanden hatte, dass es GUT und NOTWENDIG ist. Für meine Kunden und für mich.

Zwischenfazit

Wenn dein Unternehmen weniger verdient, als es könnte, steckt meiner Meinung nach fast immer einer dieser beiden Glaubenssätze dahinter. Solange einer davon im Weg steht, bleibt die Tür zu echtem Wohlstand und echter Freiheit zu. Verändere deine Gedanken und zerstöre den Käfig, den du dir selbst gebaut hast.

Das hier soll kein Mindset-Buch werden, sondern ein Buch über konkrete Strategien. Mit diesem Kapitel möchte ich jedoch auch die Unternehmer abholen, die gerade erst starten.

Wenn du diese beiden Glaubenssätze nicht überwindest, rennst du in die falsche Richtung und weg vom Geld. Es ist, als ob dein Kompass nach Süden zeigt, obwohl du nach Norden musst, wo das Geld und die Freiheit liegen.

Falls du schon die richtigen Glaubenssätze verinnerlicht hast, hättest du die Verkaufstipps aus den nächsten Kapiteln wahrscheinlich früher oder später selbst gefunden.

Mit diesem Buch sparst du jedoch sehr viele Jahre Zeit und viel Geld, weil du Verkaufsexperimente weglassen kannst, die nicht funktionieren.

Dies ist also die Abkürzung zu mehr Umsatz. Los geht's!



Wer hat dein Geld?

Ich finde es sehr amüsant, wenn Unternehmer sagen: „Wie ich eine Million Euro in zwölf Monaten generiert habe." Darin steckt ein TIEFER Denkfehler.

Dieses Geld ist also aus dem Nichts entstanden und die Zahl auf deinem Bankkonto wurde plötzlich um eine Million größer?! Oder hast du diesen coolen Gelddruckautomaten von der Bundesbank in der Garage, mit dem du dir bei Bedarf einfach haufenweise saubere Scheine druckst?!

Natürlich nicht! Du kannst Einnahmen oder Geld nicht GENERIEREN. Du kannst nicht mal Geld besitzen, höchstens vorübergehend. Geld wandert und wechselt ständig den Besitzer.

Nehmen wir an, du baust für einen Handwerksbetrieb eine neue Website und bekommst dafür 5.000 Euro. Diese 5.000 Euro hat der Inhaber nicht gedruckt. Er hat sie von seinen Kunden, zum Beispiel von einem Ehepaar, das ihm 30.000 Euro für ein neues Bad bezahlt hat.

Und das Ehepaar hat das Geld bei seinen Arbeitgebern oder in der eigenen Firma verdient. Die Website soll dem Betrieb noch mehr solcher

Aufträge bringen. Deshalb gibt der Inhaber dir gern einen Teil davon ab.

> ***Frage: Woher kommt nun das Geld, also die 5.000 Euro, die du vom Handwerksbetrieb erhalten hast?***

Geld kommt immer von anderen Menschen. Genauer: von deinen KUNDEN. Die bekommen es wiederum von ihren Kunden. Es kommt nicht aus der Luft oder wird generiert. Es wechselt nur vorübergehend den Besitzer.

Denn wenn du die 5.000 Euro bekommst, gibst du dieses Geld weiter: dem Finanzamt, Vermieter, Supermarkt, deiner Familie oder dem Yacht-Verkäufer.

Wenn du rein gar nichts mit deinem Geld machst und es nur auf deinem Konto sterben lässt, gibst du es der Inflation, die dein Geld jährlich um circa zwei Prozent wertloser macht.

Warum ich so weit aushole? Du musst verstehen, dass es keinen magischen Trick gibt, um Geld zu GENERIEREN. Es ist viel, viel, viel leichter.

Du musst einfach nur jemanden finden, der schon Geld von irgendwo anders bekommen hat und dir gerne einen Teil davon für dein Produkt oder deine Leistung abgibt.

Wenn du das wirklich verstehst, weißt du immer, wo dein nächster Umsatz liegt. Du kannst jederzeit zum Beispiel anderen Menschen dabei helfen, noch mehr Geld zu bekommen, und dafür einen Teil ihres Gewinns erhalten. Wenn du also nächsten Monat mehr Umsatz brauchst, frag dich: Wer hat mein Geld? Wer hat das Problem, das ich löse, und das Budget dafür?

Verabschiede dich von dem Gedanken, dass es kein Geld auf dem Markt gäbe. Du lügst dich selbst an. Menschen gehen jeden Tag arbeiten und haben am Monatsende einen Überschuss, den sie einfach auf ihr Konto legen.

Jährlich erwirtschaftet die Weltwirtschaft weit über 100 Billionen US-Dollar. BILLIONEN.

2024 waren es rund 110 BILLIONEN US-Dollar. Das ist eine 110 mit zwölf Nullen. So lächerlich sieht diese Zahl aus:

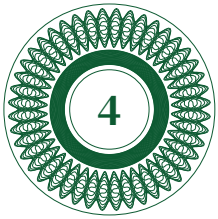
110.000.000.000.000

Glaubst du wirklich, dass du davon nicht 0,00001 Prozent bekommen kannst? Falls doch, verdienst du 11 Millionen US-Dollar pro Jahr.

Es ist verrückt, wie viel Geld es in der Welt gibt. Geld ist überall, und Menschen leben dafür, es auszugeben. Warum auch nicht? Was soll man sonst mit diesen abstrakten Zahlen auf seinem Konto machen?

Wenn du deinen Kunden einen guten Grund gibst, warum sie lieber dir ihr Geld geben sollen statt jemand anderem, wirst du es bekommen.

Wie genau du das machst, zeige ich dir im Folgenden.



Wo ist der größte Domino?

Bevor wir in detaillierte Taktiken einsteigen, möchte ich deinen Geist für etwas Wichtigeres öffnen: Strategie. Vielleicht denkst du gerade an Generäle, die sich gemeinsam eine Landkarte anschauen und philosophieren.

Oder du denkst an Schachspieler, die konzentriert auf das Spielfeld schauen. Du hast recht. Strategie scheint nicht besonders sexy zu sein, doch ohne die richtige Strategie verschwendest du Zeit, Geld und Energie.

Ein Beispiel: Jeder lebende Mensch auf der Erde hat 24 Stunden Zeit pro Tag. Wie kann es sein, dass manche Menschen superreich sind und in ihrem Leben gigantische Konzerne aufgebaut haben, während andere jeden Monat ums Überleben kämpfen müssen? Und das, obwohl BEIDE hart arbeiten und BEIDE dieselbe Zeit zur Verfügung haben?

Ganz einfach: Der reiche Unternehmer konzentriert seine Arbeit und seine Energie auf den größten Domino. TÄGLICH NEU. Er steht auf und überlegt sich:

> ***„Was kann ich heute erledigen, das alle anderen Aufgaben in meinem Leben einfacher, schneller und profitabler machen wird?“***

Der Unternehmer mit wenig Geld überlegt sich wahrscheinlich: „Ich muss gleich noch diese E-Mail an Kunde XY schreiben. Dann noch einkaufen und aufräumen. Ach, und Anne hat heute Geburtstag. Was schenke ich ihr nur? Vorher muss ich aber noch ins Fitnessstudio.“

Vielleicht sagst du jetzt: Ja, aber diese Dinge sind doch auch wichtig. Und du hast recht. Doch der reiche Unternehmer beginnt morgens seinen Tag mit dem größten Domino. Erst wenn er freie Zeit hat, denkt er über andere Dinge nach.

Du bekommst genau das, worauf du dich konzentrierst. Starte deinen Tag IMMER mit dem größten Domino. Du wirst merken, dass du dadurch viel schneller Fortschritte machst und viel mehr Geld verdienst.



Die bestbezahlte Fähigkeit des Planeten

Wenn du dieses Kapitel liest, bist du neugierig. Du möchtest gerne wissen, wie du mehr Geld verdienen kannst und deine Kunden schneller, leichter und effektiver davon überzeugst, dir ihr Geld zu geben.

Dann empfehle ich, dass du die bestbezahlte Fähigkeit des Planeten lernst: Verkaufstexte schreiben.

Ich weiß: Texte schreiben klingt nach Schule. Trotzdem ist es der schnellste Weg zu mehr Umsatz.

Ein Rechenbeispiel: Stell dir vor, du bist Arzt oder Anwalt. Ein absoluter Top-Spezialist kann vielleicht 500 Euro pro Stunde abrufen.

Das ist schon ein sehr hoher Stundensatz, aber um das Beispiel simpel zu halten, nehmen wir einfach dieses Honorar.

Immer wenn der Spezialist Geld verdienen möchte, muss er sich anziehen, ins Auto setzen, im Stau stehen, parken, mit Patienten oder Kunden sprechen, seine Arbeit machen, sich wieder ins Auto setzen, wie-

der im Verkehr stehen, seine Berufskleidung pflegen und dann am nächsten Tag das Gleiche tun.

Oft sind solche scheinbar hochbezahlten Spezialisten mehrere Tage in Hotels und sehen die Kunden häufiger als ihre Familie. Die Arbeit ist sehr belastend für Körper und Psyche. Wenn man sich diesen Aufwand anschaut, scheinen die 500 Euro pro Stunde schon gar nicht mehr so viel zu sein.

Hier ein einfacher Weg, um mehr pro Stunde zu verdienen als ein Top-Arzt oder Top-Anwalt (bei DEUTLICH WENIGER AUFWAND):

Eine Mitarbeiterin aus meinem Team hat vor drei Monaten eine Produktrezension verfasst und diese auf einem meiner Blogs veröffentlicht. Sie stellte darin das Produkt und seinen Nutzen nach meiner Anleitung vor. Am Ende der Produktrezension fand sich ein sogenannter Partnerlink, auch Affiliate-Link genannt.

Wann immer ein Kunde über diesen Link das von meinem Team vorgestellte Produkt bestellt, bekomme ich dafür eine Provision.

Konkret in Zahlen: Das Produkt kostet 49 Euro pro Monat. Ich bekomme bei jedem Verkauf JEDEN Monat, solange der Kunde dabeibleibt, eine Provision von 12,50 Euro netto.

Ohne dass ich ein eigenes Produkt habe, ohne den Kundensupport oder sonst irgendetwas übernehmen zu müssen. Ich leite einfach nur interessierte Kunden an den Produkthersteller weiter. Dies nennt man auch Affiliate-Marketing.

Es kommt noch besser: Mein Team hat für die Erstellung dieser Rezension circa zwei Stunden gebraucht. Nach meiner Anleitung optimierten sie den Text so, dass AUTOMATISCH Besucher über Google auf meine Website kommen, wenn sie den passenden Suchbegriff eingeben.

Ich hoffe, du sitzt, denn das wird dich umhauen: Heute habe ich in meinen Provisions-Account geschaut und festgestellt, dass ich bereits 1.587,50 Euro an diesem einen Blogartikel beziehungsweise Produkt verdient habe.

Dies sind ABO-EINNAHMEN. Jeden Monat kommen neue Käufer hinzu, die über Google auf meine Website gelangen und dann über meinen Link das Produkt kaufen.

Gleichzeitig bekomme ich auch Provisionen, wenn die Käufer verlängern, was rund 90 Prozent der Kunden tun. Ich weiß also schon jetzt, dass ich dieses Jahr mit dieser einen Produktbewertung, in die mein Team etwa zwei Stunden Zeit investierte, über 10.000 Euro verdienen werde.

Grob gerechnet sind das 5.000 Euro pro Stunde, für Arbeit, die ich nicht gemacht habe. Jeden Tag werden es mehr, weil immer mehr neue Kunden dazukommen und der Großteil der Kunden im Abo bleibt.

Ist das nicht genial? Und heute geht es noch schneller: Mit künstlicher Intelligenz schreibst du so eine Rezension in wenigen Minuten.

> ***Der Grund, warum das Schreiben von Verkaufstexten so gut bezahlt ist: Du kannst asynchron von deiner Zeit Geld verdienen.***

Du arbeitest also EINMAL und verkaufst danach immer wieder. Du baust ein System, das sich selbst finanziert und dir jeden Monat Geld bringt. Das nennt man SKALIERBARES EINKOMMEN.

Ich muss zugeben, dass nicht jede Produktbewertung direkt so viel Gewinn abwirft. Aber: Auch wenn es deutlich weniger ist, liegt mein Stundensatz immer noch höher als der eines Top-Spezialisten.

Um solche Ergebnisse erzielen zu können, musst du lernen, VERKAUFSTEXTE zu verfassen. Anders geht es nicht. Du brauchst diese Fähigkeit aber nicht nur, um Produktbewertungen zu erstellen. Du brauchst sie in jedem Bereich deines Unternehmens.

Hier einige Beispiele:

1. Direktansprache per Mail oder Telefon
2. Telefonische Erstgespräche
3. Verkaufsgespräche (Closing)
4. Erstellung von Verkaufspräsentationen
5. Erstellung von Videos oder Webinaren, die automatisiert deine Produkte verkaufen
6. Newsletter, die wirklich PROFITABEL sind
7. Autoresponder
8. Website-Texte, die dir neue Kundenanfragen bringen
9. Werbeanzeigen, die häufig geklickt werden
10. und vieles mehr …

Wie du siehst, musst du unbedingt lernen, wie du auch in Textform verkaufst. Die gute Nachricht: Du benötigst dafür KEIN SCHREIBTALENT! Ich bin nicht mal in Deutschland geboren und habe es geschafft, mir diese Fähigkeit anzueignen. Du kannst das auch!

Als ich in der Oberstufe war, hatte ich in Deutsch die Note 4 (ausreichend), wobei 6 die schlechteste Note ist. Meine Lehrerin kam nach einer Klausur sogar zu mir und sagte:

„Artur, was hast du da geschrieben? Du hast überhaupt kein Schreibtalent. Ich empfehle dir, Deutsch abzuwählen! Das ging wirklich gar nicht."

Nach diesen motivierenden Worten meiner Lehrerin war ich verwundert, und alles, was ich über Texte wusste, veränderte sich komplett. Warum?

Circa ein Jahr vor diesem Ereignis hatte ich meinen Online-Blog zum Thema Persönlichkeitsentwicklung gestartet. Dieser Blog wuchs sehr schnell und wir bekamen ausschließlich positive Kommentare. Als meine Lehrerin mir diesen Spruch drückte, hatten wir bereits rund 20.000 Leser MONATLICH, die sich an unseren Beiträgen erfreuten.

Zudem verdiente ich bereits über Affiliate-Marketing und Buchempfehlungen mein erstes Geld im Internet. Ich hatte damals sogar schon eine Nischenseite, mit der ich ein E-Book verkaufte.

Meine Lehrerin verwechselte fehlerfreie Rechtschreibung mit Schreibtalent. Das sind zwei verschiedene Dinge. Rechtschreibung kann man korrigieren lassen. Ob ein Text verkauft, entscheidet etwas anderes: ob er den Leser packt.

In diesem Moment wurde mir das klar. Ich war auf dem besten Weg, meine Träume zu verwirklichen.

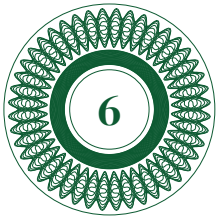
Verkaufstexte werden dich in deinem Leben als Unternehmer immer begleiten. Es geht noch nicht mal nur um die Texte an sich. Es geht darum, dass du die Verkaufspsychologie verstehst, die dazu führt, dass Menschen KAUFEN.

Übrigens: Wenn du genauso schlecht in Rechtschreibung und Grammatik bist wie ich, gibt es Abhilfe: Suche dir einen Profi-Lektor, auf den du dich verlassen kannst, oder nutze künstliche Intelligenz. Beide kön-

nen deine Texte korrigieren. Du selbst kannst dich danach auf die Psychologie hinter den Texten konzentrieren und verkaufen.

Ein letzter Punkt: Viele Menschen glauben tatsächlich, dass man kreativ sein müsse, um gute Verkaufstexte zu schreiben. Doch das stimmt nicht. Mit dem richtigen System und sobald du die Grundlagen der Verkaufspsychologie verstanden hast, wirst du erkennen, wie leicht es ist.

In den nächsten Kapiteln bekommst du weitere Tipps, um exzellente Verkaufstexte zu schreiben, die lebenslang Geld für dich verdienen. Es geht um spezifische Taktiken und Strategien, die du sofort einsetzen kannst.



Frag nach Feuer

Ich bin Nichtraucher. Dennoch beobachte ich immer gerne, wie Menschen miteinander ins Gespräch kommen. Wenn du auf einer Messe oder Veranstaltung bist, siehst du immer Leute draußen stehen. Diejenigen, die alleine zum Event gekommen sind, suchen oft den Kontakt. So gewinnst du neue Freunde:

Man geht in den Raucherbereich und fragt die Person, die man sympathisch findet, nach Feuer. Je nach Reaktion des anderen erkennst du seine Offenheit gegenüber Small Talk.

Wenn die Person dich lächelnd anschaut und sagt: „Ja, natürlich!“, kannst du dies wunderbar als Anlass nehmen, um mehr über sie zu erfahren. Oft ergeben sich dadurch interessante neue Kontakte oder sogar neue Kunden.

Genau dieses simple Prinzip solltest du auch im Vertrieb deines Produkts verwenden. Erstelle Inhalte, die deine Zielgruppe gerne konsumiert. Zum Beispiel Bücher, Videos oder Blogartikel. Die Menschen, die sich das anschauen, fragst du nach dem nächsten KLEINEN Schritt.

Du könntest ihnen beispielsweise ein kostenfreies Buch oder ein kostenfreies Onlineseminar anbieten. So machst du Small Talk und deine Kunden beginnen, dir zu vertrauen. Mit der Zeit kannst du graduell die Hürde erhöhen und es bleiben schließlich nur noch die Kunden übrig, die dein Produkt kaufen.

Heutzutage nennt man das „Funnel". Am Ende des Tages geht es aber darum, möglichst viele Menschen nach Feuer zu fragen, das Gespräch aufrechtzuerhalten und dann eine Transaktion beziehungsweise den Verkauf durchzuführen.

> ***Starte mit kleinen Schritten und lass dir Zeit beim Verkaufen.***



Wie du das Unsichtbare verkaufst

Jeder Hollywood-Film wird schon monatelang, bevor er erscheint, angekündigt. Warum? Es geht darum, Hype und Vorfreude aufzubauen und die Kunden neugierig zu machen. Ein großer Teil der Einnahmen bei Hollywood-Filmen entsteht in der ersten Zeit nach der Veröffentlichung.

Wenn mehrere Hundert Millionen Dollar in die Produktion eines Films fließen, dann müssen die ersten Tage nach der Veröffentlichung sitzen und sehr, sehr, sehr viele Menschen in die Kinos führen.

Egal was du planst oder verkaufen möchtest: Du solltest VON TAG EINS deiner Planung/Produktentwicklung an dein Produkt vorverkaufen und Vorbestellungen ermöglichen.

Als ich die Idee für eine besonders einfach bedienbare Projektmanagement-Software hatte, erstellte ich einfache Mock-ups/Grafiken, die meine Softwarelösung erklärten.

Danach produzierte ich ein kurzes Video, in dem ich den Nutzen der Software beschrieb und ein paar Screenshots einblendete. Zudem erstellte ich eine Landingpage.

Auf dieser erklärte ich kurz, worum es ging. Interessenten für die Software konnten sich mit ihrer E-Mail-Adresse in die Warteliste eintragen. Nach der Bestätigung ihrer E-Mail-Adresse (das hat Datenschutzgründe) gelangten sie auf eine Website, auf der ich meine Software bereits VORVERKAUFTE, bevor sie fertig war.

> ***All das habe ich an einem einzigen Tag gemacht. Richtig gelesen: von der Idee bis zum fertigen Vorverkauf an einem Tag.***

Ich wollte unbedingt wissen, ob meine Software-Idee Potenzial hatte und Kunden sie kaufen würden. Warum? Die Entwicklung meiner Idee in der Basisversion würde mich eine mittlere fünfstellige Summe kosten. In der Basisversion!

Ich wollte also sicherstellen, dass meine Idee funktioniert, bevor ich das Projekt in Auftrag geben würde. Also schaltete ich Onlinewerbung auf meine Warteliste-Seite und investierte einen kleinen Betrag. Nach wenigen MINUTEN hatten sich bereits einige Leute in meine Warteliste für die Software eingetragen. Am Ende des Tages kauften sogar 2 von 33 Interessenten sofort mein Produkt (als Vorbestellung). Willkommen in der modernen Welt!

Wenn du Verkaufstexte schreiben kannst und die Verkaufspsychologie verstehst, sind solche Ergebnisse möglich. Du kannst an einem Tag als Profi oder in wenigen Tagen als Anfänger sofort deine Idee testen und schon erste Verkäufe erzielen. Dadurch weißt du ganz genau, ob die Idee gut ist oder du noch an der Verkaufspräsentation arbeiten musst.



Die große Idee

Die große Idee in deinem Marketing macht auch den großen Unterschied dabei, wie erfolgreich du etwas verkaufst. Nehmen wir an, du möchtest einen Videokurs zum Thema „Armdrücken lernen“ verkaufen (genau damit konnte ich mir als Student eine Weltreise finanzieren).

Jetzt gibt es verschiedene Wege, um diesen Kurs als nützlich und sinnvoll zu präsentieren.

Diese große Idee bezeichnet man auch als „Angle“, also den Blickwinkel, unter dem du dein Produkt oder deine Dienstleistung verkaufst. Hier einige Variationen für ein und dasselbe Produkt:

1. Lerne Armdrücken
2. Werde zum Armdrücken-Profi
3. Zermalme deine Gegner beim Armdrücken, auch wenn sie stärker sind als du
4. Entwickle eine bestialische Griffkraft beim Armdrücken
5. Ex-Armdrücken-Champion packt aus und zeigt dir seine Geheimnisse

6. Was ich von Bären über Armdrücken gelernt habe
7. Der einzige Armdrücken-Trick, den du brauchst, um fast immer zu gewinnen
8. Ist Armdrücken wirklich eine Frage der Kraft?
9. Wie diese zierliche Frau beim Armdrücken sogar gegen Kolosse gewinnt
10. Der schnellste Weg, um Armdrücken zu lernen
11. Lerne Armdrücken und hol dir den Respekt, den du verdienst
12. ...

Ich könnte hier noch ewig so weitermachen. Es gibt unendlich viele Wege, um ein und dasselbe Produkt zu verkaufen.

> ***Dadurch, dass du es anders verkaufst, wird es auch ein anderes Produkt.***

Wenn du mehr Geld verdienen willst, und zwar schnell, dann solltest du nicht kleine Optimierungen in Text, Buttonfarbe oder Bildern testen. Konzentriere dich stattdessen auf große Ideen und überprüfe, welche am besten ankommt und die meisten Interessenten zu Käufern macht.



Kreativität wird überbewertet

Im Marketing und Verkauf MUSST du kreativ sein. Sonst gehst du unter und wirst nicht auffallen. Doch was bedeutet das eigentlich?

Kreativität ist einer dieser abstrakten Begriffe, die in der Luft schwirren und kaum greifbar sind. Vielleicht hast du in der Kindheit oder Schule schlechte Erfahrungen gemacht.

Vielleicht haben dir deine Eltern eingeredet, dass sie nicht kreativ seien und deshalb du auch nicht. Und nun hast du von dir das Bild im Kopf, kein kreativer Mensch zu sein.

Deshalb möchte ich deine Gedanken und deine Einstellung in Bezug auf Kreativität öffnen.

Dafür musst du verstehen:

1. Kreativität ist kein Selbstzweck. Sie wird eingesetzt, um ein bestimmtes Ziel effizienter, schneller oder leichter zu erreichen. Dein Ziel? Geld verdienen.

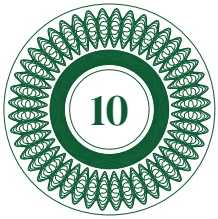
2. Die Messlatte für Kreativität wird nicht von einer abstrakten Skala bestimmt. Sondern die Messlatte ist, wie leicht, schnell oder effizient du dein Ziel erreichst.
3. Es gibt mehrere kreative Lösungen, mit denen du dein Ziel gleich leicht, schnell und effizient erreichst.

Was bedeutet das für dich?

> ***Du musst nicht auf DIE EINE kreative Lösung warten.***

Es gibt viele verschiedene Möglichkeiten, um das Maximum aus deiner Zeit und deinen Ressourcen herauszuholen. Du solltest dir also keinen Druck machen.

Der Weg zur besten Lösung ist simpel: Mache verschiedene Experimente und verändere zum Beispiel deine Marketing-Idee, deinen Verkaufstrichter, deine Botschaft oder die Zielgruppe. Du wirst bei jedem Experiment dazulernen und merken, was sich am meisten lohnt. Ignoriere, was nicht funktioniert. Wie gesagt: Kreativität wird überbewertet.



Sei ein Bildhauer

Ich sehe immer wieder, wie die Menschen sich selbst im Weg stehen. Das liegt an der Angst, nicht gut genug zu sein, die oft in Perfektionismus mündet. Doch mit dieser Einstellung machst du nur sehr langsame Fortschritte und brauchst für jeden kleinen Schritt Ewigkeiten.

Ein sehr guter Freund von mir denkt schon seit einem Jahr über seine Geschäftsidee nach. Er hat schon alles Mögliche gemacht: Website, Visitenkarten, Raumsuche, Software und so weiter. Doch das Wichtigste hat er sich noch nicht getraut: Verkaufen.

Er denkt die ganze Zeit darüber nach, welche möglichen Einwände ihm im Verkaufsgespräch begegnen könnten. Wenn er eine Lösung für die Einwände hat, denkt er sich wieder neue schwierige Fragen aus, die er nicht beantworten kann.

Schade, dass er nicht wie ein Bildhauer denkt. Bildhauer und andere Objektkünstler starten mit einem massiven, riesigen Block Rohmaterial. Zum Beispiel Holz, Stein oder Ton.

Diesen Block stellen sie bei sich ins Atelier und beginnen mit der Arbeit. Zuerst nutzen sie grobes Werkzeug, das gewaltige Stücke aus

dem Material sprengt. Danach wählen sie immer feinere Werkzeuge, um die Details zu bearbeiten.

Der Freund, von dem ich gerade erzählt habe, startet direkt mit dem feinen Werkzeug und braucht deshalb auch hundertmal länger als der kluge Bildhauer.

Klar ist es nicht so schön, wenn Menschen dich für deine harte Arbeit kritisieren. Doch du musst lernen, dich davon zu lösen. Starte sehr, sehr grob. Werde danach feiner und optimiere dein Arbeitsergebnis.

Genauso mache ich es, wenn ich Bücher oder Verkaufstexte schreibe. Den ersten Entwurf schreibe ich runter, ohne etwas zu korrigieren.

Ich presse die Wörter aus meinem Kopf heraus und sie werden zu Sätzen. Die Sätze werden zu Kapiteln. Schließlich formt sich ein ganzes Buch oder ein Verkaufstext.

Erst nachdem ich komplett fertig bin, überarbeite ich meinen Text grob. Überflüssige Informationen verschwinden. Neue werden gegebenenfalls hinzugefügt.

Dann mache ich eine weitere Korrekturrunde und lese den Text einmal komplett laut vor. Alles, was sich schlecht aussprechen lässt, wird verbessert. Erst danach kümmere ich mich um Rechtschreibung und Grammatik.

> ***Was immer du tust: Arbeite von grob nach fein.***



Hungrige Käufer

Das wertvollste Vermögen für dich als Unternehmer sind hungrige Käufer. Sicher kennst auch du den Spruch, dass ein guter Verkäufer sogar Sand in der Wüste verkaufen könnte.

Natürlich geht das. Doch ich würde nicht empfehlen, es zu tun. Denn deine Verkaufsrate wird katastrophal sein. Zudem musst du schon sehr, sehr gute Verkaufsfähigkeiten besitzen.

Bleiben wir in der Wüste. Es ist brütend heiß und du sitzt auf einer Palette voller gekühlter Wasserflaschen. Nun kommt ein Wanderer vorbei, der sich in der Wüste verirrt und seit Stunden nichts mehr getrunken hat. Was glaubst du, wie gut deine Verkaufsfähigkeiten hier sein müssen?

Richtig geraten!

Du brauchst ÜBERHAUPT keine Fähigkeiten. Du kannst einfach sagen: „Wasser: 10 Euro!“ Und der Wanderer kauft dir (wenn er Geld dabeihat) so viel Wasser ab, wie er nur tragen kann.

Noch einmal, und das ist wirklich essenziell:

> ***Wenn du dein Produkt an hungrige Käufer verkaufst, brauchst du überhaupt keine Verkaufsfähigkeiten.***

Du musst deutlich weniger arbeiten, dich deutlich weniger anstrengen und wirst viel mehr Geld verdienen als jemand, der seine Produkte an satte Käufer verkaufen will. Auch dein Gewinn steigt.

Deine Aufgabe ist es, diese Liste mit hungrigen Käufern aufzubauen oder zu finden.



Woran muss dein Kunde glauben?

Wenn du von deinem Produkt überzeugt bist, hast du verschiedene Glaubenssätze und siehst die Welt aus einer ganz bestimmten Perspektive. Diese führt dazu, dass du dein Produkt liebst und ganz genau verstehst, wie es deinen Kunden helfen kann.

Erst wenn dein Kunde die Welt (im Hinblick auf dein Produkt) ganz genauso sieht wie du, wird er etwas bei dir kaufen. Stelle dir die Frage: Woran muss mein Kunde glauben, damit er VON SICH AUS mein Produkt haben möchte?

Nehmen wir an, du verkaufst ein Zeitungsabo.

Damit ein Kunde deine Zeitung haben will, muss er unter anderem glauben:

- Es ist wichtig, jeden Tag die neuesten Nachrichten zu kennen.
- In Zeitungen bekommt man bessere/andere Informationen als im Internet.
- Dass ich in Gesprächen mit anderen „mitreden“ und Small Talk führen kann, ist mir wichtig.

- Lesen macht Spaß.
- Die Papierform gefällt mir besser als die digitale.
- Meine Zeitung soll zu mir kommen. Ich möchte sie nicht im Laden kaufen.
- Diese Tageszeitung passt am besten zu mir und meinen Werten.
- Diese Tageszeitung ist den Preis wert.
- Ich möchte jetzt damit starten, häufiger Zeitung zu lesen.

Wie du siehst, muss dein Kunde zuerst an ziemlich viele Ideen glauben, bevor er etwas bei dir kaufen wird. Wenn du ihn also als Kunden gewinnen möchtest, sollte dein Verkaufstext oder dein Marketing auf all diese Aspekte (und vielleicht noch weitere) eingehen.

Genau das Gleiche passiert auch bei jedem anderen Produkt, das du verkaufen würdest.

> ***Jeder Käufer hegt bestimmte wichtige Glaubenssätze, die Voraussetzung dafür sind, dass er dein Produkt kauft.***

Wenn du es versäumst, diese Glaubenssätze zu vermitteln, wirst du auch kein Geld verdienen. Übrigens: Diese Übung ist sehr wertvoll, wenn du neue Verkäufer für dein Team einarbeiten möchtest. Statt ihnen im Detail ein Skript vorzugeben (erfahrene Verkäufer machen das ungern), kannst du ihnen diese Liste mitgeben.

Schreibe dafür auf, woran dein Traumkunde glauben muss, und dein Verkaufsteam wird sich darum kümmern, den Kunden diese Glaubenssätze zu vermitteln.



Was verkaufst du wirklich?

Was verkaufen diese Unternehmen: Rolex, McDonald's, Apple? Rolex verkauft in Wirklichkeit keine Uhren. Sie sind eigentlich eher in der Luxusbranche und näher an der Schmuck- oder Diamantenbranche als an der Uhrenbranche.

McDonald's verkauft kein Fünf-Sterne-Erlebnis mit entspannter Wohlfühlatmosphäre für Geschäftsessen. Sondern sie verkaufen Geschwindigkeit und konstante Qualität.

Apple verkauft keine Computer. Sondern sie verkaufen Lifestyle, Kreativität und Technik, die ohne Kopfschmerzen funktioniert.

Aus genau diesen Gründen sind die drei Unternehmen extrem erfolgreich. Sie verkaufen zwar physisch das eine, in der Kundenwahrnehmung verkaufen sie aber etwas komplett anderes. Wenn du mehr Gewinn pro Verkauf erzielen möchtest, solltest du dir einmal genau überlegen, was du WIRKLICH verkaufst.

> ***Warum kaufen Kunden WIRKLICH bei dir?***

Sobald du das herausgefunden hast, solltest du diesen Punkt in deinen Werbetexten und deinem Marketing ganz nach vorne stellen und gezielt damit werben.

Dadurch steigt dein Gewinn und du verdrängst die Konkurrenz. Denn plötzlich bist du in einem komplett anderen Markt aktiv, in dem es vielleicht noch keine ernst zu nehmenden Konkurrenten gibt.



Zeit ist wichtiger als Geld und Wissen

Verändere dein Angebot so, dass du ZEIT und Geschwindigkeit verkaufst. Menschen kaufen lieber Zeit ein als Wissen oder Geld.

Nehmen wir an, du verkaufst Beratung, Coaching oder ein Informationsprodukt. Gerade hier verkaufen die meisten Menschen das Wissen, das man mit dem Produkt bekommt.

Menschen sind eher faul. Sie wollen nicht endlos viele Kurse, Seminare oder Informationen durcharbeiten, um den Nutzen aus deiner Leistung zu ziehen.

Wenn möglich, würden sie am liebsten auf einen roten Knopf drücken und sofort das Wunschergebnis erhalten.

Zeige deinen Kunden, wie sie mit deiner Lösung (egal ob Produkt oder Dienstleistung) ZEIT sparen können und EINFACHER ans Ziel kommen.

> ***Nimm ihnen so viel wie möglich ab.***



Autoritätsbooster

Kunden werden nur von dir kaufen, wenn sie dir als Person oder deiner Marke vertrauen. Sie müssen zuerst die grundlegenden Dinge glauben. Bei jedem dieser Punkte muss der Kunde überzeugt sein:

- Es gibt dich wirklich und du bist kein digitaler Briefkasten auf den Seychellen.
- Dein Produkt gibt es wirklich.
- Du machst keinen Blödsinn mit den Bezahldaten.
- Wenn der Kunde bezahlt, kümmerst du dich darum, dass er seine Ware bekommt.
- Der Qualitätsstandard deiner Ware ist so wie versprochen.
- Dein Produkt kann ihm dabei helfen, seine Probleme zu lösen oder seinen Wunschzustand zu erreichen.

Für dich bedeutet das: Du musst in deinem Markt zur Autorität werden. Vor allem wenn du Dienstleistungen verkaufst, ist dieser Teil enorm wichtig. Warum?

Bei Dienstleistungen verkaufst du ein unsichtbares Ergebnis. Du sagst, dass du irgendetwas tun und zur vollsten Zufriedenheit des Kunden liefern wirst.

Doch die Wahrheit ist, dass der Kunde das erst genau wissen wird, nachdem er dich bezahlt hat (zumindest einen Teil).

Dies ist der Grund, warum man überhaupt Referenzen benötigt.

> ***Diese Referenzen dienen dazu, den Kunden zu überzeugen und sein Vertrauen in dich zu stärken.***

Es gibt unterschiedliche Wege, um deine Autorität zu stärken:

1. Testimonials/Kundenmeinungen
2. Awards/Auszeichnungen
3. Zertifikate
4. Referenzen deines Arbeitsergebnisses bei Dienstleistungen
5. Content: Wenn du deinen Kunden schon vorher hilfst und sie warm mit dir werden, schafft das Vertrauen.
6. Presseberichte
7. Positive Tatsachen, die man öffentlich einsehen kann

All diese Autoritätsbooster verhelfen dir zu mehr Verkäufen.



Wer möchte sonst noch reich werden?

Na, habe ich dich neugierig gemacht? Die Überschrift macht 80 Prozent deines Erfolgs im Marketing und bei deinen Verkaufstexten aus. Nur wenn deine Überschrift fesselt und potenzielle Käufer dazu bewegt, zu klicken oder mehr erfahren zu wollen, machst du es richtig.

Ich würde lieber jederzeit mit meiner Überschrift anecken und Kritik dafür ernten, als in der Masse unterzugehen.

Lehn dich also ruhig aus dem Fenster und treib deine Überschrift auf die Spitze.

In der heutigen Zeit ist kein Platz mehr für lasche Texte, die nicht im Gedächtnis bleiben. Wir werden täglich von Tausenden Werbebotschaften bombardiert, und wenn du mit deinen Produkten auffallen möchtest, musst du All-in gehen.

> ***Der Sinn deiner Überschrift liegt darin, dass Kunden den ersten Satz deines Verkaufstextes lesen. Also gib ihnen einen Grund dafür.***

Hier 21 Beispiele für gute Überschriften:

1. Die 13 besten Haushaltstipps
2. Wie du Freunde gewinnst
3. Wer sonst möchte noch reich werden?
4. Welcher Verkäufertyp bist du?
5. Bist du ein Wantrepreneur?
6. Warum bist du so schüchtern?
7. Wie du ein Buch schreibst, auch ohne Talent
8. 20 Fitness-Geheimnisse
9. Clickbaits: „Dieser Mann wollte sich nur hinsetzen, doch was er danach sah, war unglaublich."
10. 7 Dinge, die du machen solltest, wenn du abnehmen willst
11. Warum jeder meditieren sollte
12. Sie lachten, als ich mich ans Klavier setzte, aber als ich anfing zu spielen …
13. Mache nicht diesen Diätfehler, wenn du nicht zunehmen willst
14. Der detaillierte Guide zum ersten Sixpack
15. Abnehmen in 7 Tagen ohne zu hungern
16. Mache das 10 Tage lang, um deinen Traumpartner zu finden
17. Die schockierende Geschichte eines Ex-FBI-Agenten
18. 29 Trends aus Asien
19. Die modernen Regeln des Small Talks
20. In 7 Schritten zum perfekten Traumauto
21. Verschwendest du auch jeden Tag Zeit beim Kaffeekochen?



Features & Benefits

Viele Unternehmer verkaufen ihre Produkte allein durch Features/Fakten und wundern sich über die schlechten Verkaufszahlen.

Wenn du erfolgreiche Verkaufstexte schreiben möchtest, ist die Auflistung der Fakten ein wichtiger erster Schritt.

Doch danach musst du auch auf die Benefits/den Nutzen für deinen Kunden eingehen. Nehmen wir an, du möchtest einen Stift verkaufen. Hier die Fakten:

- Farbe: Schwarz mit goldener Verzierung
- Gewicht: 40 Gramm
- Ballpoint-Spitze
- Schwarze Tinte
- Austauschbare Tinte, auch Farbe veränderbar
- Hergestellt in Italien
- Schreibt rund 3 Kilometer
- Marke: gegründet 2025
- Express-Versand innerhalb von 3 Tagen

- Preis: 200 Euro

Mit diesem ersten Schritt hast du dein Produkt beschrieben. Doch was kommt jetzt? Es geht darum, aus jedem Feature die Vorteile, den Nutzen, auch Benefit genannt, zu destillieren.

- Schwarz mit goldener Verzierung > Benefit: passt zu jeder Kleidung und jedem Anlass
- Gewicht: 40 Gramm > Benefit: fühlt sich wertvoll an
- Ballpoint-Spitze > Benefit: keine Spritzer beim Schreiben, auslaufsicher
- Schwarze Tinte > Benefit: modern und stilvoll
- Austauschbare Tinte, auch Farbe veränderbar > Benefit: individualisierbar
- Hergestellt in Italien > Benefit: bekannt für qualitativ hochwertige Waren und Handwerkskunst
- Schreibt rund 3 Kilometer > Benefit: Man kann lange damit schreiben, ohne Minen nachkaufen zu müssen. > Man spart Geld.
- Marke: gegründet 2025 > Benefit: neue, moderne Marke, die die Stiftbranche revolutioniert
- Express-Versand innerhalb von 3 Tagen > Benefit: schnelle Verfügbarkeit
- Preis: 200 Euro > Benefit: Investment in ein edles und nachhaltiges Stück Handwerkskunst, dessen Wert stabil bleibt

Verstehst du, was ich dir damit zeigen möchte? Es geht darum, zuerst die Fakten aufzulisten, denn diese kannst du rein formal oder visuell sehen/ablesen/feststellen.

Danach kommt der kreativere Teil: Du musst deinem Kunden vermitteln, wie er in seinem Leben von diesen Fakten profitiert.

> ***Je deutlicher du den Nutzen deiner Features machst, desto ansprechender ist auch dein Produkt.***

Grundsätzlich gilt: Es gibt kein Feature, das gut oder schlecht ist. Es kommt einfach darauf an, unter welcher Perspektive du es beleuchtest.

Wenn deine Marke schon alt und etabliert ist, könntest du als Vorteil verkaufen: „Traditionsmarke mit bewährtem Produkt." Ich könnte jedoch dagegen sagen: „Alter Kram, den keiner mehr braucht."

Wenn du eine komplett neue Marke startest, könntest du sagen: „Wir revolutionieren den Stift-Markt mit den neuesten Designtrends." Ich könnte dagegen sagen: „Wer etwas Wertvolles möchte, sollte sich auf Marken verlassen, die schon seit Jahrzehnten bestehen."

Alles ist relativ. Als Verkäufer und Verkaufstexter wählst du die Perspektive. Die Fakten bleiben wahr. Für jede Perspektive gibt es Menschen, die dir genau zustimmen und sich deiner Meinung anschließen wollen.



Wann ist Schluss mit Verkaufen?

Mein Team hat früher unter anderem hochpreisige Dienstleistungen am Telefon verkauft. Als wir damit starteten, legte ich die Termine für die Verkäufer sehr, sehr eng, um die Effizienz zu steigern und mit kleinem Telesales-Team viel Umsatz zu schaffen.

Im Abstand von 30 Minuten mussten sie fremde Menschen davon überzeugen, 5.000 Euro oder mehr in uns zu investieren.

Diese Strategie funktionierte auch wunderbar, doch es gab häufig die Situation, dass Kunden noch mehr Informationen benötigten und 30 Minuten Gespräch nicht ausreichten, um Vertrauen aufzubauen.

Danach erhöhten wir die Vorgabe auf 90 Minuten pro Verkaufsgespräch, und siehe da: Die Abschlussquote stieg um ein Vielfaches.

Manche Kunden kauften trotzdem weiterhin schon nach 10 oder 15 Minuten. Doch manche benötigten die volle Zeit, um ein gutes Gefühl zu bekommen.

Wenn du Verkaufstexte erstellst und dein Produkt in Webinaren oder online präsentieren möchtest, solltest du nach demselben Prinzip vorgehen:

> ***Länger ist grundsätzlich erst mal besser. Je mehr Informationen du deinem potenziellen Käufer geben kannst, desto besser.***

Gerade online hat er nur schwer die Möglichkeit nachzufragen; dein Verkaufstext oder deine Präsentation muss für sich selbst arbeiten. Falls also auch nur eine Frage deines Kunden unbeantwortet bleibt, wirst du nichts verkaufen.

Gerade online ist der Platz kostenfrei. Deine Website kann theoretisch 100 Meter lang sein, ohne dass es dich mehr kostet. Dein Webinar kann theoretisch zehn Stunden dauern, ohne dass es dich mehr kostet.

Wenn man früher Werbebriefe in dicken Umschlägen verschickt hat, kostete jede weitere Seite im Druck Geld. Doch heute ist diese Zeit vorbei.

Verkaufe so lange und so ausgiebig wie nötig, um absolut alle Fragen deiner Kunden zu beantworten. Zwischendurch solltest du immer wieder einen Handlungsaufruf einstreuen und den Kunden zum Kauf animieren.

Jeder Kunde achtet beim Kauf auf verschiedene Kriterien. Manche mehr auf die Emotionen, andere eher auf die Fakten. Nimm dir alle Zeit, die du brauchst, um auf alle Kundenbedürfnisse einzugehen.

Das kann viel Arbeit für dich bedeuten. Doch nachdem du diese Arbeit einmal erledigt hast, wirst du lebenslang leichter, schneller und mehr von deinem Produkt verkaufen.



Der Sinn des ersten Satzes ist …

Jeder Satz in deinem Verkaufstext/deiner Präsentation hat einen Sinn: dass der Kunde/Leser den nächsten Satz liest und mehr erfahren will. Warum?

Nur wenn deine Kunden deine komplette Verkaufspräsentation gelesen oder gesehen haben, sind sie in der Regel mental so weit, dass sie kaufen wollen.

Sobald du deinen Text/dein Skript fertig hast, solltest du also prüfen: Macht der erste Satz neugierig auf den zweiten? Macht der zweite neugierig auf den dritten? Und so weiter.

Wenn das der Fall ist, hast du wahrscheinlich einen exzellenten Verkaufstext geschrieben, den deine Interessenten komplett lesen wollen.



Hook

„Mein Herz raste, ich bewegte meinen Blick langsam nach oben. Die Lichter der Scheinwerfer blendeten mich, sodass ich meine Augen zukneifen musste. Als ich mich an das Licht gewöhnt hatte, erwachte ich aus meinem Traum. Da saßen sie. Hunderte Menschen im Publikum, die voller Ungeduld darauf warteten, dass ich endlich etwas sagte."

Mit dem sogenannten Hook ziehst du Menschen sofort in deine Verkaufspräsentation und machst sie neugierig.

Genau wie im Kino: Man sieht bei den heutigen Filmen einen stark emotionalen Moment, der die Zuschauer sofort neugierig macht. Erst dann versteht man nach und nach, worum es geht. Der Hook fängt die Aufmerksamkeit potenzieller Kunden ein.

Er zieht sie in deinen Bann. Mit dem Hook schaffst du es, die Menschen aus ihrer alltäglichen Trance zu entführen und in deine Verkaufspräsentation zu leiten.

> ***Erzähle emotionale Hoch- oder Tiefpunkte. Und dann zoome ganz langsam aus der Situation heraus, damit dein Kunde versteht, worum es geht.***

Alternativ kannst du auch mit wörtlicher Rede oder Zitaten starten.

Ein weiterer Tipp: Auch wenn du ganz normale Inhalte wie Videos oder Blogartikel erstellst, solltest du den Hook einsetzen.

Früher startete ich meine Blogartikel immer zuerst mit allgemeinem Blabla, das keiner braucht und sowieso schon jeder kennt.

Mittlerweile schreibe ich einfach drauflos und lösche einfach die ersten paar Absätze, damit ich sofort mit dem spannenden Teil des Inhalts beginne und die Aufmerksamkeit meiner Leser fessele.

Doch ein Hook ist nichts ohne …



Cliffhanger

Der Cliffhanger ist das Gegenstück zum Hook. Während ein Hook einen Text oder eine Präsentation eröffnet, beendet ein Cliffhanger sie. Gleichzeitig führt er dazu, dass dein Leser den nächsten Absatz oder das nächste Kapitel lesen möchte. Auch dieses Schreibwerkzeug findest du immer wieder am Ende von Filmen.

> ***Ein guter Cliffhanger bewegt Menschen dazu, unbedingt mehr wissen und weiterlesen zu wollen.***

Möchtest du gerne noch mehr Geld verdienen? Dann lies das nächste Kapitel.



Willst du auch das Geheimnis der Superreichen erfahren?

Möchtest du noch mehr Tipps, mit denen du Geld verdienst? Soll ich dir zeigen, wie du SOFORT Vertrauen zu deiner Zielgruppe aufbaust? Ohne wirklichen Mehrwert zu liefern? Ja? Super!

Dann hast du gerade die sogenannte Ja-Leiter in Aktion erlebt. Mit der Ja-Leiter stellst du in deiner Verkaufspräsentation Fragen, die ein Kunde mit sehr großer Wahrscheinlichkeit mit Ja beantworten wird.

Wenn du die Ja-Leiter gleich zu Beginn deines Textes verwendest, zeigst du damit sofort, dass du die Bedürfnisse deines Kunden verstanden hast.

Gegen Ende der Präsentation kannst du die Technik verwenden, um die Entscheidung deines Kunden zu festigen und den Abschluss zu machen.

Das Schöne an der Ja-Leiter:

> ***Du machst in wenigen Worten deutlich, worum es überhaupt geht und was der Nutzen für deinen Kunden ist.***

Je häufiger ein Kunde deiner Präsentation zuhört oder deinen Verkaufstext liest und dabei innerlich nickt oder Ja sagt, desto größer ist die Chance, dass er etwas bei dir kauft.



Mein Risiko

Um mehr zu verkaufen, solltest du Risiken auf dich nehmen. Je weniger Risiko dein Kunde mit dem Kauf deines Produkts eingeht, desto höher ist in der Regel deine Abschlussrate.

> ***Aus diesem Grund kann es sinnvoll sein, erweiterte Garantien, Rückgaberegelungen oder sogar Geldboni zu gewähren.***

Bekannte Onlineshops nutzen diese Garantien sehr häufig, um sich einen Vorteil zu verschaffen und von der Konkurrenz abzuheben. Ich empfehle, die Standards deiner Branche zu analysieren und dann eine bessere Risikoquote anzubieten.

Wichtig: Natürlich wird es Menschen geben, die aus den unterschiedlichsten Gründen deine Großzügigkeit ausnutzen. Doch gleichzeitig wirst du auch viel mehr Menschen davon überzeugen, dir eine Chance zu geben.

Der Umgang mit Garantien hängt immer von Branche und Produkt ab. Doch in der Regel bilden sie ein gutes Verkaufsargument, das sich positiv auf deinen Gewinn auswirkt.



Stapel den Wert hoch

Nehmen wir an, ich möchte einen umfassenden Onlinekurs oder ein Buch verkaufen. Bleiben wir einfach bei dem Armdrücken-Meisterkurs-Beispiel, um dir zu zeigen, dass es auch mit den absurdesten Themen möglich ist.

Jetzt könnte ich einen schönen Verkaufstext schreiben und gegen Ende einfach auffordern: Hol dir meinen Videokurs und lerne Armdrücken jetzt für 49 Euro!

Hm … sonderlich attraktiv scheint dieses Angebot nicht zu sein.

Wenn du dein Produkt jedoch zerlegst, könntest du seinen Wert deutlich steigern. In dem Armdrücken-Meisterkurs-Beispiel gibt es viele Kapitel oder Videolektionen. Jede Lektion hat einen bestimmten Wert. **Zerlegen wir einmal das Produkt:**

- Haken: Der wahre Grund, warum du beim Armdrücken verlierst: Mit dieser Technik allein wirst du doppelt so viele Gegner besiegen

- Mindset: Lerne, so zu denken wie die Armdrücken-Champions
- Regeln: Lass dich nie wieder besiegen, weil du die offiziellen Armdrücken-Regeln nicht kennst
- Haltung: Dieser kleine Unterschied in deiner Beinposition macht dich zum Sieger
- Locking: Wie du deinen ganzen Körper einsetzt, um deine Gegner zu zermalmen
- Fingerkraft: Wie du deine Finger in Nussknacker verwandelst und dadurch deine Gegner schon vor dem Start verunsicherst
- Griffkraft: Wie du deinen Griff so verstärkst, dass deine Gegner aufgeben müssen
- Top-Roll: Wie du dich mit dieser filmbekannten Technik auch in einer unterlegenen Position durchsetzt und deinem Gegner die Angst wegen deiner plötzlichen Kraft ins Gesicht treibst
- Slam: Wie du Gegner auf den letzten Zentimetern ins Nirwana schickst

Schon besser, oder?

Jetzt geben wir jedem der Teilbereiche noch einen Wert und schreiben den Gesamtwert darunter:

- **Haken:** Der wahre Grund, warum du beim Armdrücken verlierst: Mit dieser Technik allein wirst du doppelt so viele Gegner besiegen. **WERT: 17 Euro**

- **Mindset:** Lerne, so zu denken wie die Armdrücken-Champions. **WERT: 17 Euro**
- **Regeln:** Lass dich nie wieder besiegen, weil du die offiziellen Armdrücken-Regeln nicht kennst. **WERT: 10 Euro**
- **Haltung:** Dieser kleine Unterschied in deiner Beinposition macht dich zum Sieger. **WERT: 13 Euro**
- **Locking:** Wie du deinen ganzen Körper einsetzt, um deine Gegner zu zermalmen. **WERT: 5 Euro**
- **Fingerkraft:** Wie du deine Finger in Nussknacker verwandelst und dadurch deine Gegner schon vor dem Start verunsicherst. **WERT: 17 Euro**
- **Griffkraft:** Wie du deinen Griff so verstärkst, dass deine Gegner aufgeben müssen. **WERT: 15 Euro**
- **Top-Roll:** Wie du dich mit dieser filmbekannten Technik auch in einer unterlegenen Position durchsetzt und deinem Gegner die Angst wegen deiner plötzlichen Kraft ins Gesicht treibst. **WERT: 10 Euro**
- **Slam:** Wie du Gegner auf den letzten Zentimetern ins Nirwana schickst. **WERT: 12 Euro**

Gesamtwert: 116 Euro

Dein Preis: 49 Euro

Was genau habe ich hier gemacht? Zuerst habe ich den Gesamtwert ermittelt, indem ich alle Beträge addiert habe. Dies ergibt 116 Euro.

Dadurch verankerst du einen hohen Wert im Bewusstsein deiner Kunden. Sie sehen zuerst den Wert und erst danach den Preis.

> ***Neben 116 Euro wirken 49 Euro plötzlich klein. Durch diese simple Logik erhöhst du deine Verkaufszahlen.***

Wichtig: Streiche nur einen Preis durch, den du vorher wirklich verlangt hast. Ein erfundener Streichpreis gilt in Deutschland als irreführende Werbung.



Gib mir einen Namen

Alles, was du tust oder verkaufst, sollte einen eigenen Namen bekommen. Warum? Dadurch wirst du konkurrenzlos und bist die einzige Person, die dein Produkt anbietet.

Hier einige Beispiele:

- Nenne deinen Handventilator zum Beispiel „Smart Breezer".
- Nenne deine Methode, Menschen selbstbewusster zu machen, „Circle of Confidence".
- Nenne deine Tasse „Hustler Mug".
- Nenne dein Immobilien-Konzept „Konzept zur Freiheit".

Egal was du machst: Gib der Sache einen Namen. Vielleicht denkst du: „Eigentlich mache ich doch nichts Besonderes, das gibt es schon. Ich kann doch nicht das Gleiche machen und einfach einen anderen Namen nutzen." Doch, kannst du. Solltest du auch.

Der Unternehmer Eric Ries hat 2011 ein Buch mit dem Namen „The Lean Startup" veröffentlicht.

Seine Bekanntheit und sein Erfolg flogen durch die Decke. Jeder in der Start-up-Szene sprach über dieses Buch, der Begriff „Lean Startup“ ist mittlerweile weltweit bekannt.

Das Amüsante? Die Ansätze von Eric Ries kommen eigentlich aus der Automobilindustrie. Genauer gesagt von der Marke Toyota. Denn bereits im Jahr 1988 erschien das Buch „Toyota Production System“ von Taiichi Ohno, in dem er eine Vorgehensweise beschrieb, die bis heute (in ähnlicher Form) bei Toyota angewendet wird.

> ***An diesem Beispiel siehst du, dass die Verpackung deiner Ideen, Methoden und Produkte enorm wichtig ist.***

Du kannst alte Produkte oder Methoden haben: Doch wenn du sie massentauglich beziehungsweise zielgruppenspezifisch (je nachdem, was dein Vorgänger nicht gemacht hat) verpackst, kannst du damit neue Märkte schaffen oder erobern.

Das Beispiel von Eric Ries ist übrigens kein Einzelfall. Jeden Tag sehe ich beispielsweise auf Facebook oder Instagram Unternehmer, die alte Konzepte oder Produkte neu verkaufen. Es gibt nur noch SEHR selten echte Innovationen.

Ein weiteres schönes Beispiel ist die Marke SPANX. Die Gründerin Sara Blakely wurde damit zur Milliardärin.

Im Prinzip verkauft sie aber „nur“ Shapewear (also Strümpfe und andere Kleidung, die vor allem Frauen schlanker und straffer aussehen lässt).

Doch sie hat mit dem Begriff SPANX eine komplett neue Wahrnehmung geschaffen, und mittlerweile sagen viele Menschen in den USA nicht mehr Shapewear, sondern SPANX.

Ist das nicht genial?



Erklär's mir

Wenn du technische Produkte oder irgendetwas mit Computern verkaufst, solltest du dir genug Zeit nehmen, um alle technischen Details (sehr, sehr einfach) zu erklären.

Nehmen wir das Beispiel Onlinekurs: Nur wenn dein Kunde genau versteht, was er bekommt, wie er es bekommt und wann er es bekommt, wird er gegebenenfalls kaufen.

> ***Darunter: Wann bekomme ich den Zugang? Wo kann ich es mir ansehen? Wie lange habe ich Zugang? Was, wenn ich Fragen habe? Auf welchen Geräten kann ich es sehen?***

Und so weiter. Auch wenn wir im digitalen Zeitalter leben, gibt es immer noch sehr viele Menschen, die Angst vor Technik haben. Nimm ihnen diese Angst, indem du alles sehr detailliert erklärst.



Zum Glück ist er vom Pferd gefallen und hat sich das Bein gebrochen

Es gibt eine alte chinesische Geschichte, die ich dir gerne erzählen möchte: Es war einmal ein Bauer, der in einem kleinen Dorf lebte. Eines Tages sprang eines seiner Pferde über den Zaun und lief geschwind davon. Während die Dorfbewohner den Bauern bemitleideten, sagte der nur: „Wer weiß, wozu es gut ist."

Ein weiterer Tag verging und plötzlich tauchte das Pferd mit zwei anderen Wildpferden auf. Der Bauer fing die drei Tiere ein und freute sich über die beiden neuen Pferde.

Doch die Wildpferde waren zu wild und nicht eingeritten. Also setzte sich der Sohn auf eines der Pferde, um es zu dressieren. Nach wenigen Minuten stürzte der Sohn vom Pferd und brach sich beim Sturz das Bein. Wieder hatte das ganze Dorf Mitleid mit dem Bauern und seinem verletzten Sohn. Doch erneut sagte der Bauer nur: „Wer weiß, wozu es gut ist."

Wenige Tage später kam die Armee ins Dorf und klopfte an alle Haustüren. Der Krieg war ausgebrochen und die Führung wollte alle wehrdienstfähigen Männer sammeln und an die Front schicken.

Alle jungen Männer wurden mitgenommen. Doch da der Junge des Bauern verletzt war, ließ ihn die Armee im Dorf und er überlebte den Krieg.

Diese Geschichte zeigt sehr gut, dass es keine schlechten oder guten Situationen gibt. Es kommt immer auf die Perspektive an.

> ***Es gibt auch kein gutes oder schlechtes Produkt: Es kommt immer auf die Perspektive an.***

Als Verkäufer, Verkaufstexter und Marketer liegt es in deiner Macht, den Blickwinkel der Interessenten mit deinen Worten zu verändern.

Diese Technik nennt man übrigens Reframing.



Das Gleiche, nur teurer

Ein bekannter Spruch lautet: „Bevor du bei dir eine Depression oder Antriebsschwäche diagnostizierst, stell sicher, dass du nicht komplett von Arschlöchern umgeben bist."

Das Gleiche gilt, wenn du etwas verkaufst und immer wieder zu wenig Geld für deine Leistung oder dein Produkt bekommst.

Ob du viel Geld für deine Lösung bekommst oder wenig, hat einerseits mit deinem Verkaufsgeschick zu tun. Andererseits kommt es auch sehr stark darauf an, WEM du deine Lösung verkaufst. Billig oder teuer ist relativ.

Wenn du 100.000.000 Euro hast und etwas 50.000 Euro kostet, merkst du das nicht einmal. Falls du hingegen nur 100.000 Euro besitzt, wäre bei 50.000 Euro Kosten dein halbes Vermögen weg. Viele Unternehmer und vor allem Dienstleister beschweren sich darüber, dass sie nur geringe Stundensätze durchsetzen können. Das liegt sehr häufig daran, dass sie ihre Produkte und Dienstleistungen an die falschen Kunden verkaufen.

Stell dir vor, du bietest Online-Marketing als Dienstleistung an (oder auch als Produkt). Deine Vorstellung: Jemand soll dir 1.500 Euro monatlich für die Verwaltung seiner Werbeanzeigen zahlen.

Nun möchtest du neue Kunden gewinnen und hast zwei Möglichkeiten:

Variante A: Du hilfst dem lokalen Unternehmer, der mit seinem kleinen Restaurant eine begrenzte Anzahl von Kunden bedienen kann. Dem Unternehmer, der nur ein paar Hundert Euro pro Monat in Marketing investiert, noch nie Online-Marketing genutzt hat und selbst vielleicht „nur" 5.000 Euro monatlichen Gewinn übrig hat. Also gegebenenfalls 2.500 Euro netto.

Variante B: Du hilfst dem Zahnarzt, der pro Kiefer-Restaurierung 35.000 Euro verdient und bereits einen Gewinn von 500.000 Euro beziehungsweise 280.000 Euro netto jährlich macht. Der Zahnarzt schaltet bereits für 2.000 Euro pro Monat Werbung, doch so richtig funktioniert es noch nicht.

Was glaubst du, wie die unterschiedlichen Unternehmer auf deine Vorstellung von 1.500 Euro reagieren werden?

Es sollte klar sein, dass der Zahnarzt pro Monat nur einen Kunden mehr durch deine Dienstleistung benötigt, um dich mit Leichtigkeit zu bezahlen, während der Restaurantbetreiber mindestens 100 neue Kunden braucht.

Deshalb ist es nur logisch, dass du deine Preise viel leichter bei Variante B durchsetzen kannst als bei Variante A. Und das, obwohl du bei beiden Kundentypen die gleiche Arbeit, Zeit und Energie investieren musst. Zudem lieferst du bei beiden Kundengruppen gleich gute Arbeit.

Aufgrund der Tatsache, dass Kunde A wenig Geld und Kunde B eher viel Geld hat (und deine Leistung auch mehr positiven Einfluss auf den Gewinn hat), werden sie dich unterschiedlich gut bezahlen.

> ***Orientiere dein Marketing und deine komplette Positionierung an KMGs = Kunden mit Geld!***

Ein weiteres Beispiel: Ich habe mal eine Dienstleistung an einen äußerst vermögenden Unternehmer verkauft. Er war so vermögend, dass er nicht mal danach fragte, wie viel meine Leistung kostete.

Er sagte einfach nur, dass ich ihm eine Rechnung schreiben solle. Die gesamte Rechnung von über 60.000 Euro zahlte er auf einen Schlag am nächsten Tag.

Ohne dass wir jemals zusammengearbeitet haben. Ohne zu diskutieren. Und nach nur 15 Minuten Telefonat.

Falls du Kunde bist und mit Dienstleistern arbeitest, kann ich dir den Rat geben, deine Rechnungen immer mehr als pünktlich zu zahlen.

Gerade bei Dienstleistungen verhandle ich persönlich nie.

Entweder sage ich Ja oder Nein. Warum? Weil ich ganz genau weiß, dass dadurch der Dienstleister seine Motivation verliert, sich für mich einzusetzen.

Du kannst dir sicher sein, dass mein Team und ich uns für diesen vermögenden Top-Kunden besonders engagiert und alle Aufgaben zur vollsten Zufriedenheit gelöst haben. Warum? Ist doch klar: Wir wollten noch mehr solcher gut bezahlten Aufträge.

Wenn du erfahrener Unternehmer bist, wirst du übrigens feststellen, dass Kunden, die viel Geld für deine Dienstleistung zahlen, die WENIGSTEN Probleme machen.

Kleine Kunden verursachen den größten Stress und treiben dich oft in den Wahnsinn. Und das, obwohl dir kaum Gewinn übrig bleibt.



E-Mail-Profit

Viele Menschen glauben, dass nur noch Social Media & Co. umsatztreibende Online-Marketing-Kanäle seien. Doch E-Mail ist der einzige Kanal, der dir gehört. Instagram, Facebook oder YouTube können deine Reichweite morgen halbieren. Deine Liste bleibt.

> ***Und mit einer E-Mail kommst du sofort in die private Zone deines Kunden: sein E-Mail-Postfach.***

Ich habe in meinem Unternehmen festgestellt: Je mehr Zeit ich mir für E-Mail-Marketing nehme, desto mehr verdiene ich. Meine Empfehlung lautet, dass du dir Zeit nimmst und diesen wichtigen Kanal meisterst. Es geht hier nicht um ellenlange Newsletter mit den News der Woche oder so etwas.

Es geht darum, menschliche und motivierende E-Mails zu schreiben, die deine Kunden zum Dialog auffordern.



Mach daraus ein Abo

Stell dir vor, du verkaufst ein Produkt einmalig für 49 Euro. Im Gegenzug verkaufst du ein ähnliches Produkt für 49 Euro monatlich. In einigen meiner Abo-Produkte bleiben die Kunden über Jahre. Das bedeutet: Aus den 49 Euro pro Monat werden durchschnittlich beispielsweise 490 Euro. Und das, obwohl ich nur einmal an denselben Kunden verkauft habe.

Auch wenn dieses Beispiel wirklich simpel ist: Nur wenige Unternehmer denken darüber nach, wie sie ihre Produkte und Dienstleistungen von Anfang an als Abo-Produkt anbieten können.

Manchmal musst du dafür den Inhalt deines Produkts anpassen. Oft ist dies jedoch überhaupt nicht nötig, sondern du kannst sofort deine Bezahlvarianten ändern und deinen Kunden das Produkt monatlich neu zur Verfügung stellen (zum Beispiel bei Verbrauchsartikeln, Coaching, Software oder Masterminds). Mit Abo-Geschäftsmodellen steigerst du auch bei geringer Kundenzahl den Kundenwert und somit auch deinen Gewinn.

Ein Abo bringt dir und deinen Kunden mehrere Vorteile:

1. Mehr Wert für deine Kunden: Sie brauchen sich um nichts mehr Gedanken zu machen, sondern dein Produkt kümmert sich um alles.
2. Mehr Sicherheit: Du weißt schon jetzt ziemlich genau, wie viel Umsatz du nächstes Jahr machen wirst.
3. Mehr Freiheit: Das Gefühl, seinen Umsatz vorherzusehen, ist sehr erleichternd.
4. Höhere Qualität: Du hast planbare Ressourcen und Geld, um deine Produkte zu verbessern. Dadurch bekommen deine Kunden die beste Lösung.

Dies sind nur einige wichtige Vorteile eines Abo-Geschäftsmodells.



Time-Blocking

Um mehr Geld zu verdienen, musst du dir mehr freie Zeit verschaffen. Mit freier Zeit meine ich die Art von Zeit, in der du dich um die wichtigste Aufgabe des Tages (deinen größten Dominostein) kümmern kannst und zu 100 Prozent fokussiert bist. In dieser Zeit darf dich nichts ablenken oder stören.

Ich nutze immer die erste Zeit nach dem Aufwachen (circa sieben Uhr morgens) für genau diese Arbeit. Denn dann ist mein Kopf noch frisch, fokussiert und voller Kreativität. Erst nachdem ich mehrere Stunden fokussierte Arbeit erledigt habe, erlaube ich mir Ablenkungen.

> ***Grundsätzlich unterscheide ich alle Aufgaben in Output-Tasks und Input-Tasks.***

Task ist der englische Begriff für Aufgabe. Output-Tasks sind Aufgaben, die produzieren und erschaffen. Sie kommen aus deinem Kopf und geben deinem Business neues Momentum.

Die Erledigung dieser wichtigen Aufgaben kann dein Unternehmen in eine komplett neue Richtung führen und dich deutlich schneller an dein Ziel.

Einige Beispiele für Output-Tasks:

- Entwicklung neuer Produkte
- Entwicklung neuer Marketing-Strategien
- Content-Produktion (Blogartikel, Videos, Podcast etc.)
- Strategie und Positionierung sowie Planung der Zukunft (Vision)
- Erstellung von Onboarding- und Schulungsmaterial für Mitarbeiter oder den Vertrieb
- Investment-Entscheidungen
- Teamentwicklung

Input-Tasks sind Aufgaben, die von außen an dich delegiert wurden. Sie können dringend sein, aber nur deshalb, weil sie jemand anders dringend gemacht hat.

Für deinen Erfolg und die schnelle Erreichung deiner Ziele ist diese Art von Aufgaben irrelevant.

Einige Beispiele für Input-Tasks:

- E-Mails, in denen andere (egal ob Mitarbeiter, Kunden etc.) irgendetwas von dir benötigen
- Telefonate
- lustige Katzenvideos
- Slack- oder Teams-Nachrichten
- WhatsApp (anhören oder einsprechen)

- Recherchen für neue Visitenkarten
- Onlineshopping
- Auf Fragen deiner Mitarbeiter oder Kunden antworten (auch wenn es nur um Sekunden geht), während du gerade an einem Output-Task arbeitest. Es kann locker 20 Minuten dauern, bis du wieder komplett in der Aufgabe drin bist.

Mir ist meine Zeit morgens sehr heilig. Denn wenn ich um sieben Uhr starte und um elf Uhr gegebenenfalls erste Telefonate führe, habe ich bereits vier Stunden konzentriert gearbeitet. Vorher kann man mich nicht erreichen.

Wenn du deinen Tag so strukturierst, schaffst du an einem Tag mehr als die meisten Menschen in einer Woche.

Kein Wunder: Theoretisch könnte man sich den ganzen Tag nur damit beschäftigen, auf externe Reize zu reagieren.

Der will dies, sie will das, dort gibt es jenes. Es hört niemals auf, und so schluckt das Tagesgeschäft ganze Tage aus deinem Kalender, ohne dass du einen wirklichen Fortschritt gemacht hast.

Viele Milliardäre und Multimillionäre wachen schon früh morgens auf (dagegen sind meine sieben Uhr schon Mittagszeit), weil sie sich um Output-Tasks kümmern, die enormen Effekt auf ihr Business haben.

Sei keiner dieser Leute, die sagen: Ich hatte dafür keine Zeit. In Wahrheit hast du dir nämlich einfach nicht die Zeit genommen.

Alle Unternehmer haben täglich 24 Stunden. Ob ein Unternehmen wächst oder stehen bleibt, hängt oft an einer Frage: Wofür nutzt der Chef seine besten Stunden?



Bist du ein Grashüpfer?

Grashüpfer sind interessante Tierchen, ihre Sprungkraft ist unfassbar. Sie können circa 100-mal so weit springen, wie sie groß sind. Ihre Aufgabe: von einer grünen Wiese in die andere hüpfen.

Hast du schon mal einen Grashüpfer ganz leicht angetippt? Bei der kleinsten Berührung springt er wie verrückt weg und sucht sich einen anderen Ort.

Viele Unternehmer, die nicht weiterkommen, sind Grashüpfer. Sie wählen sich ein Produkt oder eine Geschäftsidee aus und posaunen überall herum, dass dieses neue Geschäft jetzt ihr Leben verändere.

Es folgen coole Fotos auf Instagram. Selbstbewusste Sprüche. Und etliche Kommentare auf Facebook, in denen sie ihr neues Ding verkaufen. Durch die geballte Ladung Motivation haben diese Menschen am Anfang sogar etwas Erfolg.

Doch mit der Zeit wird es schwieriger. Und schwieriger. Und schwieriger.

In dieser Frustration kommen Zweifel auf: Vielleicht war es ja doch eine dumme Idee? Gibt es dafür überhaupt noch Kunden? Soll ich vielleicht doch etwas anderes machen?

Jetzt werden sie anfällig für Ablenkung und schauen sich online um. Wenn der Grashüpfer in diesem verunsicherten Moment eine Werbeanzeige mit einer neuen Geschäftsmöglichkeit sieht, packt er seine sieben Sachen und hüpft sofort auf die nächste scheinbar grüne Wiese.

> ***Dort angekommen, merkt er dann nach wenigen Wochen oder Monaten des Scheiterns, dass es wieder zu schwierig wird.***

Wieder tritt Verunsicherung ein, und wieder lässt der Grashüpfer sich ablenken.

Statt sich auf ein Produkt oder ein Geschäft zu konzentrieren, springen diese Menschen wie Grashüpfer durch die Gegend. Wenn man sie mit kleinen Impulsen füttert oder neue Geschäftsideen vorstellt, springen sie sofort darauf an.

Vermögende Menschen sind dagegen schwer zu bewegen. Sie konzentrieren ihre ganze Energie und ihren ganzen Fokus darauf, dieses eine Gebiet, diese Branche oder diese Idee zu verfolgen. Falls sie in mehreren Branchen aktiv sind, haben sie EIN TEAM, das sich fast selbstständig darum kümmert.

Doch da du wahrscheinlich kein Milliardär bist, kannst du dir diesen Luxus nicht leisten. Es geht darum, deine Zeit und deine Energie und dein Geld (das du bei jedem neuen Business benötigst) möglichst effektiv einzusetzen.

Das geht nur so: Lass dir Zeit beim Überlegen und teste verschiedene Ideen oder Branchen, auf die du neugierig bist. Schau dir an, wo du die besten Reaktionen bekommst und womit du dich am wohlsten fühlst.

Dann wähle ein einziges Produkt aus und meistere die Fähigkeit, dieses Produkt zu verkaufen.

Diese vier Bausteine benötigst du dafür:

1. Wie bekomme ich automatisch neue Interessenten/Anfragen/Leads? Nachdem du das herausgefunden hast: An wen kann ich danach diese Aufgabe delegieren?
2. Wie konvertiere ich Leads/Interessenten in Käufer? Nachdem du das herausgefunden hast: An wen kann ich danach diese Aufgabe delegieren?
3. Wie liefere ich möglichst effizient und profitabel mein Produkt aus? Nachdem du das herausgefunden hast: An wen kann ich danach diese Aufgabe delegieren?
4. Wie fördere ich aktiv neue Empfehlungen? Nachdem du das herausgefunden hast: An wen kann ich danach diese Aufgabe delegieren?

Nach der erfolgreichen Umsetzung dieser simplen vier Bausteine hast du eine GELDMASCHINE gebaut, die du nicht mal selbst bedienen musst. Verrückt, oder?

Wenn du automatisch Kunden gewinnst, an diese verkaufst, das Produkt/die Dienstleistung automatisch auslieferst und sogar neue Empfehlungen bekommst, verdienst du Geld, ohne selbst aktiv sein zu müssen.

Dieses Business kannst du entweder als Cashcow nutzen und dich daran erfreuen oder es verkaufen. Erst wenn das erledigt ist, solltest du darüber nachdenken, etwas Neues zu starten.



So machst du nie wieder einen Fehler

Stell dir vor, du gründest einen Burgerladen in der Stadt Düsseldorf. Er läuft super, jeden Tag ist die Schlange gigantisch. Nun möchtest du einen weiteren Laden eröffnen und hast mehrere Möglichkeiten.

Hier die Fakten: In Düsseldorfs Stadtmitte ist dein Laden schon sehr bekannt. An der Kasse merkst du, dass auch häufig Geschäftsleute ihre Mittagspause hier verbringen.

Du fragst die Leute, woher sie kommen, und sie antworten: „Wir kommen jedes Mal extra aus dem Medienhafen her und fahren dafür mittags 20 Minuten. Aber es lohnt sich!“

Alternativ weißt du auch, dass Burgerläden in Berlin super laufen, und dein Kumpel aus Berlin hätte sogar Lust, deine Filiale zu leiten. Dort gibt es viel mehr Kunden und die Stadt ist deutlich größer. Nachteil: In Berlin kennt dich noch niemand. Was machst du?

Die Realität ist, dass viele Unternehmer den zweiten Burgerladen in Berlin eröffnen würden. Doch das hat viele Nachteile. Die Distanz zwi-

schen Düsseldorf und Berlin ist groß. Gerade am Anfang musst du hier sehr viel Zeit mit Reisen verbringen.

Du hast keine Ahnung, wo GENAU du den Laden eröffnen sollst. Du kennst die Leute dort nicht und auch nicht die Konkurrenz. Du hast zwar einen Kumpel, der dort arbeiten möchte, aber woher bekommst du die anderen Mitarbeiter?

Da deine Ware frisch sein muss, brauchst du jetzt auch einen neuen Lieferanten, der Burger-Patties, Gemüse und Brötchen nach Berlin liefert. Insgesamt: viele Variablen, die das Risiko für dein neues Vorhaben erhöhen.

Die weitaus bessere Entscheidung wäre, einen zweiten Burgerladen im Düsseldorfer Medienhafen zu eröffnen. Warum? Es verändert sich kaum etwas.

Du kannst denselben Lieferanten nutzen und deine bestehenden Mitarbeiter kennen sicher gute Leute, die in deinem neuen Burgerladen arbeiten wollen.

Vor allem kennst du aber die Stadt Düsseldorf und weißt genau, welche Ecke im Medienhafen ein guter Standort für deinen Laden wäre.

Wenn man ein Business oder Produkt hat, das bereits funktioniert, ist es eine Frage der strategischen Kompetenz, was man als Nächstes tut. Unternehmer sind kreative Menschen und wollen gerne viele Interessen ausleben.

Deshalb springen viele bei ihren Projekten komplett zwischen unterschiedlichen Märkten umher, nur weil diese lukrativ erscheinen.

Dabei wäre es empfehlenswert, in derselben Branche oder Zielgruppe zu bleiben, wenn man den nächsten strategischen Schritt macht.

> ***Alles, was du tust, und jedes neue Geschäft sollte alle anderen vorhandenen Geschäfte stärker, leichter und profitabler machen.***

Statt also von einer Fashionmarke in B2B-Software abzudriften, solltest du vielleicht eher deine Fashionmarke um Schmuck erweitern.

So kannst du bestehende Energien sinnvoll nutzen und verstärkst das, was bereits gut funktioniert, statt einen komplett neuen Markt aufzubauen, den du noch gar nicht kennst.

Als Outsider kommen einem andere Geschäftsmodelle immer interessanter und profitabler vor. Doch wenn du hinter die Kulissen schaust, kann es ganz schön hässlich aussehen und der Schein löst sich auf. Als Insider einer Branche hast du viel mehr Wissen, als du vielleicht von dir glaubst. Nutze es und profitiere davon.



Nur noch wenige Kapitel!

Produkte gut zu inszenieren ist gar nicht mal so schwer. Was jedoch schwierig sein kann, ist der konkrete Kauf, die konkrete Transaktion. Ein Kunde, der nicht persönlich mit dir spricht, muss dir Geld im Austausch für deine Ware geben.

Gerade wenn du online etwas verkaufen möchtest, gestaltet sich der konkrete Verkauf schwieriger als oft angenommen. Wenn du es ordentlich machst, sind deine Kunden motiviert und finden Gefallen an deinem Produkt.

Doch um wirklich Geld von ihnen zu bekommen, brauchst du noch mehr. Du musst in der Lage sein, deine Kunden über die Schwelle zu bewegen.

Das schaffst du nur, wenn Kunden eine Dringlichkeit verspüren und wissen, dass sie JETZT handeln müssen. Aus diesem Grund siehst du überall Aktionen wie:

- Nur noch xxx Tage!
- Nur noch bis zum xx.xx.!
- Nur für xxx Kunden!

Und so weiter. Unternehmer setzen diese Verknappung (auch Scarcity genannt) ein, um Kunden über die Schwelle zu einem Kauf zu bewegen. Auch du solltest von dieser Technik Gebrauch machen.

> ***Wann immer du ein begrenztes Angebot bietest, solltest du das klar und deutlich formulieren.***

Sonst entgeht dir viel Umsatz.

Nutze aber nur echte Fristen und echte Grenzen. Wer eine Frist verlängert, dem glaubt beim nächsten Mal keiner mehr.



Wie du sofort das Zehnfache verdienst

Wenn du als Unternehmer erfolgreich sein möchtest, musst du mehrere Fähigkeiten besitzen. Jede weitere, die du beherrschst, erleichtert deinen Alltag und erhöht deinen Marktwert enorm.

Im Klartext heißt das: Lerne, was das Zeug hält. Wenn du eine Aufgabe gut beherrschst, kannst du dir immer noch überlegen, ob du sie an einen Mitarbeiter delegieren möchtest.

Doch zu delegieren, ohne zu wissen, worauf es bei einer guten Lösung der Aufgabe ankommt, stürzt dich ins Verderben und in die Kostenfalle. Ich kann dir etliche Beispiele dafür nennen.

Wenn du heute ein Business aufbauen willst, musst du all das können:

1. **Positionierung:** Wie formuliere ich ein Angebot und entwickle ein Produkt, das Kunden wollen und das sich von der Konkurrenz abhebt?

2. **Traffic:** Wie gewinne ich automatisiert und schnell viele wildfremde Menschen für mein Unternehmen und führe sie auf meine Website?
3. **Conversion:** Wie schaffe ich es, dass die Menschen auf meiner Website auch wirklich den nächsten Schritt gehen oder mein Produkt sofort kaufen? OHNE mit jedem persönlich sprechen zu müssen?
4. **Operations:** Wie liefere ich mein Produkt schnell, automatisiert und zuverlässig aus? Bei einer Dienstleistung: Wie strukturiere ich mein Team so, dass wir effizient alle Projekte abwickeln können?
5. **Buchhaltung:** Wie dokumentiere ich Zahlungen und Mahnungen? Wie gehe ich mit Nichtzahlern um? Wer kümmert sich darum?
6. **Referrals:** Wie fördere ich automatisiert neue Empfehlungen in meinem Geschäft?
7. **Innovation:** Wie mache ich mein Unternehmen sicher für die Zukunft?

All diese Bereiche sind notwendig. Egal wie groß oder klein dein Business ist. Von daher ist es auch notwendig, dass du offen bist, dich in all diese Bereiche einzuarbeiten und sie zu verstehen.

Als Unternehmer solltest du keinen dieser Bereiche abgeben, den du nicht selbst verstehst. Egal wie selbstorganisiert dein Team scheinbar ist.

Wenn du das Ruder einem anderen Steuermann oder einer anderen Steuerfrau übergibst, könnte es sein, dass ihr in die falsche Richtung segelt.

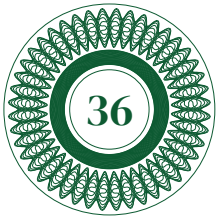
Zum Glück habe ich mir aus reiner Neugier schon früh etliche Fähigkeiten beigebracht.

Sie alle haben mir mein Leben als Unternehmer massiv erleichtert: Grafikdesign, Programmierung, Technik, Pay-per-Click-Werbung, Verkaufstexte verfassen, Videoschnitt, Printproduktion, Verkaufen am Telefon oder vor Ort, Vorträge halten …

Wenn ich für jede dieser Aufgaben jemanden beauftragen müsste, hätte ich dafür im Laufe meines Lebens über eine Million Euro ausgegeben.

Löse dich von dem Gedanken, dass erfolgreiche Unternehmer nur eine wichtige Fähigkeit beherrschen müssten.

Das ist schlichtweg falsch. Je mehr Fähigkeiten du hast, desto einfacher wird es dir fallen, erfolgreich zu sein.



Dein nächster Schritt: So verdienst du mehr Geld

In diesem kompakten Buch habe ich dir die wichtigsten Tipps, Tricks und Prinzipien gezeigt, mit denen du mehr verkaufst und mehr verdienst.

Eins ist sicher: Wenn man komplett auf sich alleine gestellt ist und das Gelernte anwenden möchte, gestaltet sich das gar nicht so einfach.

Man hat offene Fragen oder weiß nicht genau, wie man das Wissen auf sein konkretes Business oder seine Situation anwenden soll.

Ich verstehe das. Auch ich arbeite in jedem wichtigen Lebensbereich (vor allem im Bereich Geld verdienen) mit Mentoren. Jährlich investiere ich Beträge in fünfstelliger Höhe für meine Weiterbildung. Dieses Investment zahlt sich um ein Vielfaches zurück.

Warum? Ich muss nicht erst die Fehler machen, die andere schon längst gemacht haben. Stattdessen kann ich sofort die richtigen Schritte gehen und dadurch viel Zeit (und Lehrgeld) sparen.

Um zeitliche, finanzielle und räumliche Freiheit durch ein skalierbares, automatisiertes Unternehmen zu erreichen, benötigst du verschiedene Bausteine. Doch zwei Fähigkeiten sind besonders wichtig:

1. **Traffic:** Wie bekomme ich Menschen automatisch auf meine Website? Und zwar so viele, wie ich gerade benötige.
2. **Conversion:** Wie schaffe ich es, dass Menschen, die einmal meine Website gesehen haben, auch wirklich etwas bei mir kaufen?

Beide Bereiche werden von der bestbezahlten und wichtigsten Fähigkeit umklammert, die es im digitalen Zeitalter aus meiner Sicht gibt: das Verfassen von Verkaufstexten.

Nur wenn du gute Verkaufstexte schreibst, wirst du:

- Werbeanzeigen, Blogartikel oder Videos erstellen, die häufig geklickt werden.
- wissen, wie du Lead-Magneten und andere Strategien einsetzt, um automatisiert neue Kunden zu gewinnen und automatisiert Geld zu verdienen.
- Webinare, E-Mails oder Telefonskripte erstellen können, die WIRKLICH verkaufen und endlich funktionieren.
- deine Kunden in großem Stil überzeugen und deutlich mehr Empfehlungen erhalten.

> ***Wie du siehst, sollte sich jeder Unternehmer mit dem Thema Verkaufstexte beschäftigen.***

Ob du das Wissen später einsetzt, um mit Texten zu verkaufen, oder die Prinzipien bei Kundengesprächen anwendest, um deine Verkaufsraten zu verbessern, bleibt dir selbst überlassen.

Doch wenn du die Verkaufspsychologie verstehst, wirst du mit allen Marketing- oder Vertriebsaktivitäten bessere Ergebnisse erzielen.

Gerne helfe ich dir dabei, deine Fähigkeiten im Bereich der Verkaufspsychologie und des Verkaufstexte-Schreibens schnell und effektiv zu verbessern.

Wie geht es weiter?

Wenn du weitere Unterstützung brauchst oder persönlich mit mir arbeiten willst, dann geh einfach auf:

www.arturneumann.de

Dort findest du alle meine Produkte und Angebote.

Noch etwas ...

Wie hat dir dieses Buch gefallen?

Wenn dir dieses Buch gefallen hat, schreib mir gerne. Eine kurze Nachricht, eine Videobotschaft oder ein Foto mit dir und dem Buch.

Das bedeutet mir sehr viel und dadurch weiß ich, wen dieses Buch inspiriert hat.

Hier erreichst du mich:

- WhatsApp: +49 176 381 705 74
- Telegram: @arneumann
- E-Mail: an@arturneumann.com

- Instagram: www.instagram.com/arturneumann

WHATSAPP TELEGRAM

Ich lese jede Nachricht! Oder empfiehl das Buch einem Unternehmer, dem es helfen kann.

Folge mir auf Social Media

Auf Social Media bekommst du von mir laufend neue Tipps für mehr Umsatz und mehr Freiheit als Unternehmer. Folge mir hier:

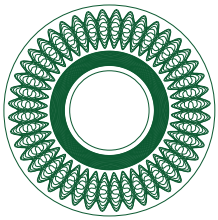
YouTube: www.youtube.com/@arturneumann

Instagram: www.instagram.com/arturneumann

LinkedIn: www.linkedin.com/in/arturneumann

Viele Grüße aus Düsseldorf

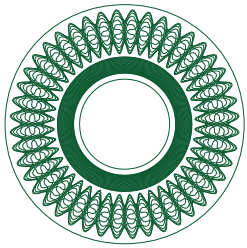
Artur Neumann



Über dieses Buch

Dieses Buch erschien zuerst 2019 unter dem Titel CASHCODE. Seit Oktober 2026 heißt es „Das 60-Minuten-Marketing-Genie“. Für diese Neuauflage habe ich den Text durchgesehen und an einigen Stellen aktualisiert. Die Prinzipien sind dieselben geblieben, weil sich Menschen nicht ändern.

Du willst selbst ein Buch wie dieses? Mit BUCHKODEX entsteht dein Fachbuch mit künstlicher Intelligenz in rund 60 Minuten: www.buchkodex.de



Das 60-Minuten Marketing-Genie

WWW.ARTURNEUMANN.DE