

BEREIT FÜR MEHR...?

“DEIN PRODUKT WURDE AUSGELIEFERT”

Nutze diesen **Copywriting** Guide, um die **5 wichtigsten Elemente deiner Salespage zu meistern**, damit sie dein Digistore- oder Elopape-Konto fluten kann.



SOBALD DU OHNE GESPRÄCHE AN MEHRERE MENSCHEN
GLEICHZEITIG VERKAUFEN WILLST...

Brauchst du eine killer Salespage, auf die du dich verlassen kannst.

Ich sag's dir, wie es ist: Ich liebe Salespages.

Gut, ich bin auch Texterin und ein großer Teil meines Jobs ist es, diese Salespages zu schreiben. Ich schreibe Sales Copy für Online Business Kings & Queens im Bereich Personal-Business-, und Spiritual Development.

Über die Jahre habe ich so diese 5 Elemente herauskristallisiert, die besonders wichtig sind, damit Leser:innen ihre Kreditkarte oder ihren PayPal Login zücken wollen.

In diesem Guide verrate ich dir, welche das sind und wie du sie schreibst. Damit dein Evergreen Projekt besser konvertiert oder dein nächster Launch dir einen ordentlichen Cashflow Boost bringt.

Viel Spaß!

Madita

ELEMENT 1

DER HOLY SHIT HOOK

Schaffst du es, in 3 Sekunden Herzklopfen auszulösen?

Das erste, was deine Leser:innen sehen und lesen, wenn sie auf deine Salespage kommen, nennen wir Copywriter den **Hook**.

In der Regel beinhaltet der Hook eine Pre-Headline, eine Headline, eine Subheadline und einen Call To Action Button. Und natürlich Design-Elemente wie Bilder, Farben etc.

Hier ist ein Beispiel von einer meiner Salespages:

FINDE DIE WORTE, DIE DEINE E-MAIL-LISTE MIT TRAUMKUND:INNEN FÜLLEN.

LISTBUILDING
Bootcamp

“Wie ein kleines Wunder haben
sich seit gestern Abend **noch**
weitere 150 Teilnehmer*innen
angemeldet!”

In 4 Wochen entwickelst du ein geiles Freebie, schreibst clickable Ads,
eine starke Landingpage und E-Mails mit Suchfaktor. Bau dir ein
Publikum auf, das mit Begeisterung deine Coachings, Kurse oder
Programme kauft.



BOOTCAMP PLATZ SICHERN!

200+ begeisterte Bootcamper:innen. Bist du dabei?

Das Wort Hook (zu deutsch Haken) beschreibt eigentlich schon ganz gut, was du hier erreichen darfst.

Schaffst du es, mich zu packen? Meine Aufmerksamkeit zu bekommen?

Um den Hook zu meistern, brauchst du ein richtig tiefes Verständnis davon, was das gewünschte Ergebnis deiner idealen Kund:innen wirklich konkret ist. Was ganz konkret das Problem ist.

Hier geht's um dieses "Krass, genau das brauche ich" und "Wow, das ist perfekt für mich" und "Uh, tell me more!"

Es geht um **Neugier, Vorfreude** und "das will ich haben!".

Das erreichst du durch Relevanz und Emotion.

TO DO FÜR DICH:

☞ Schreib dir auf, was gerade besonders **dringend, intensiv** und/oder **emotional** im Leben deiner idealen Kund:in ist (mit Bezug auf dein Produkt natürlich). Sammle mal **Pain Points, Probleme, Situationen, Wünsche, Gedanken**, konkrete Träume und so weiter.

Wichtig ist, dass du spezifisch bist (*wirklich, das ist enorm wichtig!*)



BEISPIELE FÜR DEIN COPYWRITER-HIRN:

“Wollte eigentlich liebevoll sein aber schon am Frühstückstisch mit meinen Kindern ist mir wieder die Wutschnur gerissen!”

“Ich hab zwar ein Freebie, aber das bringt mir keine Kund:innen”

“Ich habe aufwändig gelauncht und keinen Umsatz gemacht!”

“Mein Mann und ich hatten bestimmt schon 4 Monate keinen Sex mehr...”

“Ich würde so gerne einfach von meinem Business leben können - ohne Nebenjob.”

“Ich will meine erste feste Mitarbeiterin einstellen, aber ich hab total Angst vor den Fixkosten und der Verantwortung”

FINGER WEG VOM CONVERSION GIFT!

Das da oben sind alles sehr konkrete Dinge. Also bitte halte hier möglichst viel **Sicherheitsabstand von ausgelutschten, nichtssagenden, generischen Messages** wie:

“Business aufs nächste Level bringen”

“Richtig durchstarten...”

“Wieder in deine volle Kraft kommen”

“Zufriedener werden”

“Weniger Stress haben”

“Unzufrieden sein”

ELEMENT 2

DIE LÄSTIGE LÜCKE

Schaffst du es, dieses “Wow, kann die Gedanken lesen?!” auszulösen?

Schau dir als nächstes den Teil an, der nach dem Hook kommt. Super wichtig. Super oft vernachlässigt. Lass mich ein bisschen ausholen.

Im Copywriting geht es immer um Lücken. **Lücken erkennen. Lücken schließen.**

Dein Leser oder deine Leserin will etwas, sonst wäre sie nicht auf deiner Salespage.

Dein Job ist herauszufinden, was das genau ist und das zu spiegeln (*gerne so richtig glorreich im Detail*).

Diesen Teil, der direkt nach der Headline kommt, nennen wir Copywriter auch **Lead**.

Im Hook hast du deine Leser:innen vom Hocker gehauen und jetzt wollen sie mehr. Jetzt ist es wichtig, dass du ihnen zeigst: **I get you!**

Ich verstehe, wo du gerade stehst. Und ich weiß, wo du hinwillst. Hier will ich ganz viel **Kopfnicken** sehen beim Lesen.

Deine Leser:innen müssen sich hier so richtig verstanden fühlen, denn was sie sich die ganze Zeit fragen ist das hier:

Bin ich hier richtig? Lohnt es sich für MICH, mir dieses Angebot anzuschauen? Lohnt es sich für MICH, Geld hierfür auszugeben und Zeit und Energie zu investieren?

Sie dürfen jetzt keinen Zweifel mehr haben, dass sie die ideale Kund:in sind. Dass du dieses Angebot speziell für SIE erstellt hast.

TO-DO FÜR DICH:

☞ Schildere konkret den **Status Quo, aus dem sie heraus wollen** (Stell dir vor, du bist eine Fliege an der Wand). Und dann benenne konkret die **neue Realität, die dein Produkt erschafft**.

Wo ist A, wo ist B? Da hast du schon viel gesammelt eben.

Die Gefahr ist jetzt nur, dass du dein Messaging verwässerst, indem du ZU VIELE verschiedene Messages reinhaust.

Nutze folgende Impulse, um dich und dein Copywriting zu fokussieren.

- ✦ Was ist diese EINE konkrete **Transformation**, die dein Produkt bringt?
- ✦ Was ist das EINE **Problem**, das sie haben und wahrnehmen und lösen wollen?
- ✦ Was ist das EINE **Ergebnis**, das dein Produkt ihnen möglich macht?



ELEMENT 3

DER FALLENDE GROSCHEN

Eröffne deinen Dream Clients über deine Salespage Copy eine frische Sichtweise, eine neue Realität

Warum hat deine Leserin noch das Problem und noch nicht das Ergebnis? Warum ist die Lücke noch da? Warum ist sie noch bei A statt bei B?

Je spezifischer du diagnostizieren kannst, warum ich noch nicht da bin, wo ich hinwill, desto besser. Denn das schafft Vertrauen, Glaubwürdigkeit und die **Notwendigkeit für eine neue Lösung**. Zu der kommen wir gleich.

Frag dich: Wenn meine Leserin das liest, hat sie einen Aha-Moment? Wenn nein, dann lohnt es sich, nochmal tiefer zu gehen und diesen Aha-Moment zu finden.

Hier ein kleines Beispiel von einer meiner Salespages.

DAS WAS DU MACHST, BEVOR DU VERKAUFST, ENTSCHIEDET DARÜBER, WIE ERFOLGREICH DU IM ENDEFFEKT VERKAUFST.

Wenn du eine große, aktive E-Mail-Liste hast und weißt, wie du geniale Angebote machst, hast du den Jackpot geknackt.

Gutes Marketing macht Verkaufen leicht - fast schon überflüssig.

Nicht umsonst betitelt die ein oder andere Marketing-Legende eine E-Mail-Liste als Lizenz zum Geld drucken.

Über strategisches Marketing & Copywriting kreierst du den Kontext, der dafür sorgt, dass bei dir Kaufen der nächste logische Schritt ist.

ABER diesen Kontext musst du erstmal aufbauen.

TO-DO FÜR DICH:

☞ Erkläre, warum diese Lücke so wie sie jetzt ist noch da ist. Stell dir vor, du bist Arzt oder Ärztin und musst eine **Diagnose stellen**.

Haben sie vielleicht schon andere Lösungen ausprobiert? Wenn ja, warum haben die nicht funktioniert?

Wie kannst du einen **Aha-Moment** erzeugen?

BEISPIELE

“Warum du aktuell noch mehr als 30h pro Woche arbeitest und trotzdem weniger als 10K Umsatz pro Monat machst.”

“Willst du wissen, warum diese ganzen Mindset-Kurse 0 für deinen Umsatz getan haben?”

“Es reicht nicht, einfach nur eine Darmsanierung zu machen, wenn du deine Neurodermitis langfristig loswerden willst.”

ELEMENT 4

DIE LANGERSEHENTE LÖSUNG

**Bevor die Leute dein PRODUKT kaufen wollen,
müssen sie deine LÖSUNG haben wollen!**

Was ist **DEINE** Lösung?

Sie weiß jetzt, warum sie noch nicht da ist, wo sie hinwill. Jetzt ist es Zeit, ihr eine neue Lösung aufzuzeigen. DEINE Lösung, die hinter deinem Produkt steckt und **dafür sorgt, dass es wirkt.**

ACHTUNG: Hier geht es noch nicht um dein Produkt und was alles enthalten ist, sondern erstmal um die Lösung, die quasi hinter deinem Produkt steckt.

Bevor ich überhaupt in Erwägung ziehe, dein Produkt zu kaufen, muss ich davon überzeugt sein, dass deine Lösung genau das ist, was mich endlich von A nach B bringt.

Glaub mir, dieser Teil ist so wichtig für deine Conversion Rate. Du kannst noch so viele Module in den Kurs packen, noch so viel Support reinballern. Wenn ich noch nicht von deiner Lösung überzeugt bin, interessiert mich das nicht.

Das hier ist übrigens auch ein wichtiger Teil für deine Content-Strategie. Idealerweise sorgt dein Content schon dafür, dass ich Feuer und Flamme für deine Lösung bin.

Trotzdem darf das auf der Salespage natürlich nicht fehlen.

WIE SIEHT DAS KONKRET AUS?

Meine Freundin und Kollegin Anna-Lena Eckstein hat ein Online-Programm namens Ads Formel.

Die Lösung dahinter sind (pauschal gesprochen) Meta Ads. Wenn ich keine Ads will, will ich auch dieses Programm nicht. Logisch, oder?

Die Lösung hinter meinem Listbuilding Bootcamp ist, eine aktive E-Mail-Liste, eine kaufbereite Audience. Schau mal, wie ich das auf der Salespage untergebracht habe:

WAS DU KONKRET BRAUCHST, UM DIR 3000+ BEGEISTERTE, KAUFBEREITE E-MAIL-ABONNENT:INNEN AUFZUBAUEN...

- ✓ ... einen Leadmagnet, der Aufmerksamkeit bekommt und dafür sorgt, dass die Leute mehr wollen aka. dein Produkt kaufen oder dich buchen (*oder erstmal weiter in dein Universum eintauchen, dich kennen- und lieben lernen*)
- ✓ ... eine Landingpage, die Leser:innen dazu bringt, sich für das Freebie oder Webinar anzumelden. Also ihren Namen und ihre E-Mail-Adresse anzugeben und Zeit und Energie in dich und deinen Content zu investieren.
- ✓ ... eine Anzeige und Social Media Posts, die dafür sorgen, dass deine zukünftigen Kund:innen auf diese Landingpage kommen und den Leadmagnet JETZT haben wollen.
- ✓ ... E-Mails, die so gut sind, dass sie verschlungen werden UND deine neu gewonnenen Kontakte Zeile für Zeile in Fans und schlussendlich zahlende Kund:innen verwandeln.

DIESE FRAGEN MUSS DEINE SALESPAGE AN DIESER STELLE BEANTWORTEN:

- ☞ Was ist deine Lösung? Wie bringst du deine Leute von A nach B? Was kaufe ich?
- ☞ Was wirkt da? **Wieso** hilft gerade diese Lösung?
- ☞ Was ist anders als bei all den anderen Lösungen, die deine Leser schon probiert haben?
- ☞ Kannst du das beweisen?



"Good copywriting is not about using clever language; it's about presenting your product as the best solution to your customer's most pressing issues."

– Ann Handley, Digital Marketing Pioneer

"The key to high-converting copy is to clearly explain how your product can bridge the gap between your customer's current situation and their desired outcome." -

– Joanna Wiebe, Copywriter

ELEMENT 5

DER PERFEKTE WILL-ICH-HABEN-PITCH

Make them say HELL YES! Indem du einen genialen Pitch schreibst

So, JETZT ist es Zeit, für dein Produkt. Das positionierst du als **das Tool, das es deiner Leser:in erlaubt, diese Lösung schneller/leichter/nachhaltiger in ihr Leben zu integrieren.**

Manchmal ist der Pitch auch der Hook oder Teil des Hooks. Aber nicht immer. Deswegen liste ich das hier als ein separates Element auf. Was ist ein Pitch?

Der Pitch ist im Grunde der **Teaser oder Trailer für dein Angebot.** Ich liebe ja Kinowerbung. Ich freu mich immer riesig auf die Trailer. Weil sie so viel Vorfreude auslösen.

Der Trailer muss dafür sorgen, dass ich den Film sehen will. Dein Pitch muss dafür sorgen, dass ich das Produkt haben will.

Deine Aufgabe ist also in ein oder zwei kurzen Absätzen die Highlights so zusammenzufassen, dass ich auf **KAUFEN** klicken will.

Hier nochmal ein Beispiel von mir.

GENAU DAS MACHEN WIR AB DEM 1.5.23 ZUSAMMEN IM...

LISTBUILDING
Bootcamp

SICHERE DIR DEINEN PLATZ UND FINDE DIE WORTE, DIE DEINE E-MAIL-LISTE MIT TRAUMKUND:INNEN FÜLLEN.

Nach 4 Wochen hast du ein geiles Freebie, clickable Ads & Posts, eine starke Landingpage und E-Mails mit Suchfaktor. Freu dich auf ein Publikum auf, das mit Begeisterung deine Coachings, Kurse oder Programme kauft.

NUTZE ZUM START GERNE DIESE VORLAGE, UM DEINEN PITCH ZU FORMULIEREN

PRODUKTNAME

Sichere dir deinen Platz und **KERN DESSEN WAS DEIN PRODUKT MACHT**.
Nach **ZEIT** hast du **LÖSUNG**. Freu dich auf **KONKRETES ERGEBNIS/BENEFIT**.

Hier nochmal das Beispiel:

Listbuilding Bootcamp

Sichere dir deinen Platz und finde die Worte, die deine E-Mail-Liste mit Traumkund:innen füllen.

Nach 4 Wochen hast du ein geiles Freebie, clickable Ads & Posts, eine starke Landingpage und E-Mails mit Suchtfaktor. Freu dich auf ein Publikum auf, das mit Begeisterung deine Coachings, Kurse oder Programme kauft.



NEUE RUNDE: HERBST 2023

HÜPF AUF DIE WARTELISTE FÜRS SALESPAGE BOOTCAMP

Lerne Salespages zu schreiben, die im Launch oder Evergreen Funnel zuverlässig für dich verkaufen.

WENN DU DIR EINE KOMPLETTE A-Z ANLEITUNG FÜR DEINE SALESPAGES, VORLAGEN, BEISPIELE, FEEDBACK UND EXTREM VIEL COPYWRITING KNOW-HOW WÜNSCHST, IST DIESES GRUPPENPROGRAMM PERFEKT FÜR DICH.

Danach hast du nicht nur eine **fertige Salespage für deinen nächsten Launch oder Evergreen Funnel**, sondern auch die Copywriting Fähigkeiten, die du wirklich brauchst, um ohne 1:1 Verkaufsgespräche dein Digistore- oder Elopape-Konto zu fluten.

>>Trag dich hier unverbindlich in die Warteliste ein, um den Start nicht zu verpassen

Alle, die auf der Warteliste stehen, bekommen einen Special Price, wenn das Bootcamp öffnet.



MEHR ÜBER MADITA UND PUT IT IN WRITING

Willkommen in meinem Copywriting Universum!

Meine Mission ist es, es dir zu leicht wie möglich zu machen, geniale, verkaufstarke, unterhaltsame Sales Copy zu schreiben, die dich locker zur ersten Wahl für deine Traumkund:innen macht.

