

Lena Gubenko

Verkaufsseite Checkliste

11.Februar.2018

Frühjahrsputz? Frühjahrsputz!



Ein riesengroßes Dankeschön!

Der Frühling ist da! Und läßt nicht nur die Natur, sondern auch dein Online Business aufblühen.

Wer sagt denn, dass wir stundenlang an unseren verkaufsseiten rundoktorn müssen? Wie jeder Inhaber eines kleinen Unternehmens weiß, wenn sie an ihrem Business kein Spaß haben und genießen können, ist es schwer motiviert zu bleiben. Und wenn du nicht motiviert bist, ist es fast unmöglich zu wachsen.

Der Frühling gibt uns Energie. Durch diese Energie des Frühlings gedeiht ein junger Keimling und entwickelt sich zu einem Baum, der ein Leben lang wächst, blüht und Früchte trägt. So können auch wir mit dieser aktiven Kraft unser Potential entfalten und das verwirklichen, was in uns steckt.

Nutze die Frühlings Energie für dein Business und beginne mit deiner Verkaufsseite. Verleihe ihr Frühlings Flügel.



Frühling, Ja du bist's! Du hast mir die Energie gegeben eine tolle Verkaufsseite zu kreieren.

Verkaufsseiten sind ein notwendiges Bestandteil für viele Unternehmer. Du weißt dass du eine Verkaufsseite brauchst. Du weißt dass sie gut sein muss, aber du bist dir nicht sicher wo du beginnen sollst und was du schreiben kannst.

Kommt dir diese Situation bekannt vor?

Mit dieser Checkliste helfe ich dir das "Verkaufsseite-Jungel" zu verlassen. Diese Checkliste gibt dir den Überblick über die Grundregeln eine Verkaufsseite. Ich gebe dir einige Tipps und Vorschläge um die Seite überzeugend zu gestalten.

Diese Checkliste führt dich durch den Prozess der Erstellung einer überzeugenden Verkaufsseite.

Bevor du beginnst deine Verkaufsseite zu kreieren liste alle Funktionen deines Verkaufsangebotes (Produktes, Dienstleistung) auf.

- Liste alle Vorteile deines Produktes auf (Die Vorteile sind das was deinen Kunden hilft ihre Probleme zu lösen)
- Entscheide dich für dein USP (wird im Marketing und in der Verkaufspsychologie das herausragende Leistungsmerkmal bezeichnet, durch das sich ein Angebot deutlich vom Wettbewerb abhebt./Wikipedia/) Was zeichnet dein Produkt aus? Wie unterscheidet sich dein Produkt von der Konkurrenz?
- Wer ist die Zielgruppe für das Produkt? Liste alles auf, was du über deine Zielgruppe weißt. Nicht nur demografische Merkmale, sondern ihre Probleme und Schmerzen. Wo tut es weh? Was motiviert meine Zielgruppe?
- Überlege dir welchen Wert du dem Projekt geben möchtest und was es kosten soll.
- Überlege dir, wie kannst du den Preis "rechtfertigen"?
- Dein Angebot. Was sind die Verkaufsargumente für dein Angebot?
- Überlege dir Power- Wörter und Formulierungen
- Überlege dir Garantien



- Gestalte Handlungsaufforderung
- Überlege dir Verknappung und Wege wie du ein Dringlichkeits Gefühl bei den Menschen weckt und wie du sie zum Kauf motivieren kannst

Checkliste:

- Hast du Überschrift erstellt?
- Hast du den größten Nutzen in dem Überschrift genannt?
- Weckt dein Überschrift Neugierde?
- Hast du in dem Überschrift eine Frage formuliert, welche die Interessenten mit einem "Ja" beantworten können? ...oder mit "Nein" beantworten können?
- Macht deine Story (Produkt Story) auf sich aufmerksam? Will deine Zielgruppe weiterlesen?
- Bleibt deine Story (Unternehmensstory/Produktstory) in den Köpfen deiner Zielgruppe stecken? Ist das unvergesslich? Ist das spannend?
- Hast du magische Wörter, Formulierungen und Phrasen in deine Texte mit eingebaut? Z.B: Verblüffend, garantiert, schnell, einfach, unwiderstehlich, magisch, entdecken, enthüllen, ankündigen, revolutionär, bewährt....
- Ist deine Überschrift groß und fett?
- Hast du "Unter- Überschrift" erstellt? Diese verstärkt deine Überschrift und das Versprechen.
- Hast du das großer Nutzen in der Beschreibung von deinem Produkt beschrieben?
- Hast du die Vertrauens- Brücke verkürzt? Hast du eine Geschichte erzählt in der die Hürden und Hindernisse bewältigt wurden?
- Hast du Statistiken mit eingebaut? (Optional)
- Hast du das Schmerz und das Problem "schmerzhaft genug" beschrieben?
- Hast du die Vorteile mit eingebaut?
- Ist es deinem Interessenten klar genug? Kann er die Vorteile für sich erkennen?
- Hast du dich mit dem Leser emotional verbunden? Zeige das du das Problem wirklich verstehst.
- Hast du ihm Fragen gestellt?
- Hast du erklärt, was passieren würde, wenn das Problem nicht behoben wird?
- Hast du Schritte aufgezählt, dass dein Produkt die beste Lösung für ihn ist?
- Hast du eine Liste von Nachweisen erstellt mit den Vorteilen deines Produktes?
- Hast du deine Zielgruppe aufgeklärt, wie dein Produkt zu verwenden ist? "Gebrauchsanweisung". Zeige die Aussichten
- Hast du schöne Bilder, Grafiken, Videos, Audios, Screenshots...erstellt?
- Benutze Beweise- Testimonials und verwende nur die stärksten Beweise.
- Sind die Testimonials nachprüfbar? Sieht es glaubwürdig aus?



Hast du deine Zielgruppe aufklären können, dass dein Produkt gut ist?

- Hast du den Wert deines Produktes gründlich demonstriert?
- Sieht dein Beweis glaubwürdig aus? Mit anderen Worten: hast du den Preis gerechtfertigt?
- Hast du den Interessenten gezeigt das sie viel mehr bekommen, als das was sie zahlen?

Garantie

- Bitte eine Garantie an und nehme den Menschen die Angst ab einen Fehler begehen zu können.
- Wie lange ist die Garantie gültig?
- Unter welchen Bedingungen?
- Wie erhalten die Kunden Rückerstattung?
- Prüfe ob alles in diesem Kapitel klar und deutlich formuliert ist.

Bonus

- Bitte die Boni's an um die Interessenten bei dem Kauf zu unterstützen
- Ist das Boni relevant für das Produkt?
- Ist das wertvoll?
- Hast du die Vorteile von Boni genannt?

Call to Action

- Hast du deinen Interessenten klar genug gesagt was als nechstes zutun ist?
- Hast du den Link zum Zahlungsanbieter aktiviert?
- Hast du Verkaufsbutton getestet?
- Hast du einen guten Grund gegeben jetzt zu kaufen?
- Hast du die Knappheit und Dringlichkeit eingebaut? Z.b: Zeitlich begrenzt, Limitiert, befristeter Bonus, das Angebot endet am....



Achte auf ansprechendes Designs, hör nicht auf sich für die Menschen zu interessieren und ihnen zu zu hören. Und ich verspreche dir, dass dein Business nicht nur zum Frühling aufblüht, sondern das ganze Jahr dir und deinen Kunden Freude bringt.

Ich glaube das Marketing nicht schwierig oder kompliziert sein muss. Viele Unternehmer machen den Fehler, in dem sie zu viel arbeiten und meinen überall sein zu müssen. Viele springen zu der nächsten Glanz-Kugel und verlieren dabei viel Energie und Zeit.

Ich wünsche mir, dass dein Marketing zu einer Routine Arbeit für dich wird und du dich auf viele wichtigere Dinge konzentrieren kannst. Das sind gute Inhalte, hilfreiche Lösungen, hoher Nutzen deines Angebotes und die Liebe zum Leben, anderen Menschen, Natur und zu sich selbst.

Ich Danke dir für die Aufmerksamkeit, welche du mir geschenkt hast. Wünsche dir auf deinem Weg viel Erfolg und ganz viel Frühling.

P.S: Kennst du schon meine Frühjahrskurse? Nein? Dann werden wir es schnell ändern.

Meine Frühjahrskurse sind zweiwöchige Workshops zu einem bestimmten Online -Marketing Thema. Diese Kurse helfen dir in nur zwei Wochen eine Sache von Anfang bis zur Ende zu erstellen. Und das tolle dabei ist, dass ich dich mit 1 zu 1 Trainings unterstützen werde. Außerdem gibt es von mir, speziell für dich erstellte, Begleit-Videos, Checklisten und Arbeitsblätter, eine geheime Facebook-Gruppe und so viel Support, wie du benötigst.

Hier kannst du dich über die Frühlingkurse informieren

[/Hier klicken und mehr erfahren/](#)



Hast du noch Fragen? Dann melde dich bei mir und schreibe mir eine E-Mail.

elena.gubenko@t-online.de

Oder schaue auf meiner Frühlingskurse Seite vorbei, dort gibt es tolle und schnelle Lösungen für dich bezüglich deines Businesses.

<https://simpler-starten.de/fruehlings-kurse>

Bist du ein blutiger Anfänger, dann beginne lieber mit diesen Angeboten

<https://simpler-starten.de/arbeite-mit-mir>

Herzlichs,

Lena

<https://simpler-starten.de>

simpler-starten
Lena Gubenko

