

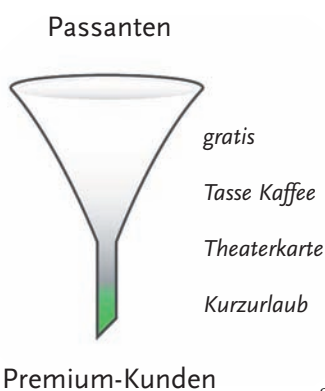


# Der Produkt-Trichter

Von Mathias Maul

## Teil 2: Schritt für Schritt zum Premium-Angebot

Coaches, Trainer und Therapeuten reden oft davon, ihre Klienten zu „transformieren“. Wie wäre es, wenn Sie Ihre Dienstleistungen derart anbieten könnten, dass auch Besucher Ihrer Website eine Transformation durchlaufen – vom beiläufigen Spaziergänger zum begeistert wiederkehrenden Kunden? Stellen Sie sich vor: Ein Straßenverkäufer steht in einer vollen Einkaufsstraße. Jedem Passanten, der seinen Stand betrachtet, bietet er eine handgeschöpfte Praline aus feinsten Schokolade an. Sobald der Passant beherzt zugreift, zieht der Verkäufer seine



Hand zurück und sagt: „Das macht dann 1.000 Euro bitte.“ Er wird auf seinen Pralinen sitzenbleiben.

Einem Passanten, der ohne direkte Empfehlung auf Ihre Website gelangt, werden Sie nicht ohne weiteres eine Ausbildung oder Coaching-Session für 1.000 Euro verkaufen können. Mit einem Produkt-Trichter

hingegen bringen Sie auch zufällige Besucher Schritt für Schritt „auf den Geschmack“ und machen sie zu treuen Kunden. Als ich noch Coaching-Ausbildungen leitete, bot ich einige Seminarskripte vollständig zum kostenlosen Download an. Kein Passant kauft im Vorbeigehen eine Ausbildung, aber ein Skript mit echtem Mehrwert zum kostenlosen Download? Wer könnte einer kostenlosen Praline widerstehen?

Kunden binden sich liebend gern an Sie, wenn ihnen die Bindung einen echten Vorteil bringt. Wenn Sie einem Besucher Ihrer Website ein wertvolles Produkt gratis anbieten, werden Ihnen die meisten Beschenkten freudig und freiwillig ihre E-Mail-Adresse verraten, um auf dem Laufenden gehalten zu werden: Der Passant hat die erste Schwelle überschritten. Von diesem Zeitpunkt an können Sie die Interaktion mit Ihren „Gratis-Kunden“ Schritt für Schritt intensivieren.

Was mit einem kostenlosen Download begann, setzt sich vielleicht mit einem ebenso kostenlosen vierteiligen Coaching-Kurs per E-Mail fort, der mit einem Fragebogen endet. Danach bieten Sie all jenen, die den Kurs in Anspruch genommen und den Fragebogen ausgefüllt haben, ein erstes

Produkt zu einem relativ niedrigen Preis an, sagen wir zum Preis einer Tasse Kaffee. Nach und nach steigt der Preis und damit steigen Vertrauen und Kundenbindung. Dabei werden von Ebene zu Ebene Kunden „aussteigen“, wenn ihnen zum Beispiel der Preis zu hoch wird oder das Produkt nicht ausreichend attraktiv erscheint, und am Ende des Trichters warten dann Ihre Traumkunden auf Sie.

## Rückwärtsplanung

- ...⇒ Beginnen Sie mit der Planung von hinten nach vorn beim Premium-Angebot und finden zunächst das Angebot, das Sie *am Ende* des Trichters plazieren möchten.
- ...⇒ Planen Sie dann Schritt für Schritt in Richtung der kostenlosen Praline, die am oberen, breiten Ende des Trichters auf Passanten wartet. Eine Anzahl von drei bis fünf Ebenen hat sich gut bewährt.
- ...⇒ Machen Sie Ihr Pralinen-Produkt so verlockend wie möglich und zielen Sie auf eine möglichst breite Masse ab. Damit am Ende genügend Kunden Ihr Premium-Produkt kaufen, muss der Trichter oben sehr breit sein. Plazieren Sie dann das kostenlose Produkt so deutlich auf Ihrer Website, dass auch ein zufälliger Passant es findet ...

... und lesen Sie in den nächsten Folgen dieser Serie, wie Sie sehr viele Menschen dazu bewegen, Ihre Website zu finden und die erste Schwelle in den Trichter zu überschreiten. Bis dahin: Viel Erfolg!

### Was Sie in diesem Jahr in dieser Rubrik weiter erwartet:

- Heft 3: Hören, Sehen, Fühlen: Alle Kanäle nutzen
- Heft 4: Social Marketing: Der Markt ist Konversation
- Heft 5: Traffic, Traffic, Traffic: Verkehrsberuhigung war gestern
- Heft 6: Selbstoptimierung: Wenn Websites „denken“ lernen

### Bisherige Folgen:

- Heft 1: Der Einstieg: Die drei Elemente eines wirkungsvollen Online-Auftritts.



**Mathias Maul**, Linguist, Informatiker, Experte für Nischen- und Online-Marketing für Mediziner, Coaches und Trainer, [hallo@maulco.de](mailto:hallo@maulco.de).

# Kommunikation

April 2010

Gewaltfreie Kommunikation • NLP • Business

## Seminar

Coaching • Mediation • Pädagogik • Gesundheit

**K&S ist das Magazin für Profis, die Menschen in Veränderungsprozessen begleiten.**

Die Zeitschrift wendet sich an Berater, Coaches, Therapeuten, Manager und vermittelt Wissen zu modernen kommunikativen Methoden. K&S erscheint alle zwei Monate aktuell beim Junfermann Verlag, Paderborn. [www.ks-magazin.de](http://www.ks-magazin.de)

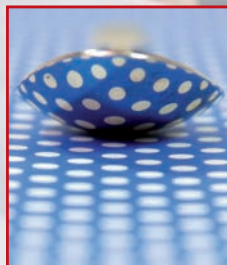
# Mein Platz im Team

## Gruppenprozesse im Business



### Coach oder Couch

Wo verläuft die Grenze?



### Mythos NLP

Das Gründer-Geheimnis



### Was bleibt?

Zum Tod von Ruth Cohn