

Benedikt Ahlfeld



TRAFFIC of TRUST
von Kunden zu **Fans**

Die 4 Hebel für mehr Profit



HERZLICH WILLKOMMEN!

In diesem PDF erfährst du die vier Hebel, mit denen du deinen Profit maximierst. Sie basieren auf meiner langjährigen Erfahrung als Internet-Marketer und auf dem Wissen, das ich in meinem Studium gelernt habe. Ich selbst, Benedikt, habe aus vielen Fehlern und mit Trial & Error Prinzip gelernt, worauf es wirklich ankommt und erfolgreich mehrere Marken als Online Business aufgebaut. Diese generieren heute Passiveinkommen, also bringen Geld, ohne dass ich etwas dafür tun muss - nur, weil ich einmal Zeit investiert haben! Dazu zählen Portale im Selbstcoaching Bereich mit Online Magazin, Online Shops, ein Consulting Unternehmen und ein eigener ePublishing Verlag. Mehr über uns findest du online, doch first things first...

WILLST DU GELD IM INTERNET VERDIENEN?

Du wärest überrascht, wie viele Menschen Zeit in ihr kleines Online Business stecken und das völlig planlos tun. Monate später wundern sie sich dann, wieso sie immer noch kein Geld verdient haben! Es ist so als würden sie lieber 1.000 Mal mit dem Kopf voran an eine Wand laufen, weil sie denken, irgendwann würde ein Loch entstehen und sie könnten durchschlüpfen um etwas vom Schatz abzubekommen, der dahinter verborgen liegt. Klar tun sie das, denn es ist doch angeblich so einfach! Das behaupten zumindest die ganzen Internet-Marketing Gurus. Und letzten Endes verdienen nur die daran, indem sie die „eierlegende Wollmilchsau“ verkaufen, also das „eine Produkt, das alles kann“. Aber das funktioniert nicht und du weißt das. Womöglich, weil du sogar selbst den Fehler gemacht hast, so ein Produkt auszuprobieren und es nicht wirklich funktioniert hat. Ich kenne das, denn ich haben auch viele davon getestet und war ebenso enttäuscht.

Und genauso wie viele noch nie von den vier Hebeln gehört haben, kannst du auch nichts dafür, dass deine Besucher (solltest du bereits welche haben) nicht kaufen. Und wenn du bereits eine „funktionierende“ Website hast solltest du dich fragen: „Verkaufe ich gut genug oder hat meine Website noch viel mehr Potential?“ Unserer Erfahrung nach generieren 98% der Websites nicht so viel Geld, wie sie mit ein paar kleinen Veränderungen könnten! Es gibt aber Hoffnung... nicht nur, dass du mit den vier Hebeln einen klaren Wettbewerbsvorteil hast. Sondern ich gebe dir sogar kostenlos in diesem PDF Praxis-Tipps an die Hand, mit denen du deinen Profit sofort maximieren wirst!

WAS IST DER PROFIT ÜBERHAUPT?

Er berechnet sich wie folgt:

Umsatz (Was deine Kunden für dein Produkt bezahlen, der Bruttopreis)

-Steuern (in Deutschland z.B. 19% auf digitale Produkte wie eBooks, Downloads usw.)

= Nettoumsatz (was dir nach der Steuer übrig bleibt)

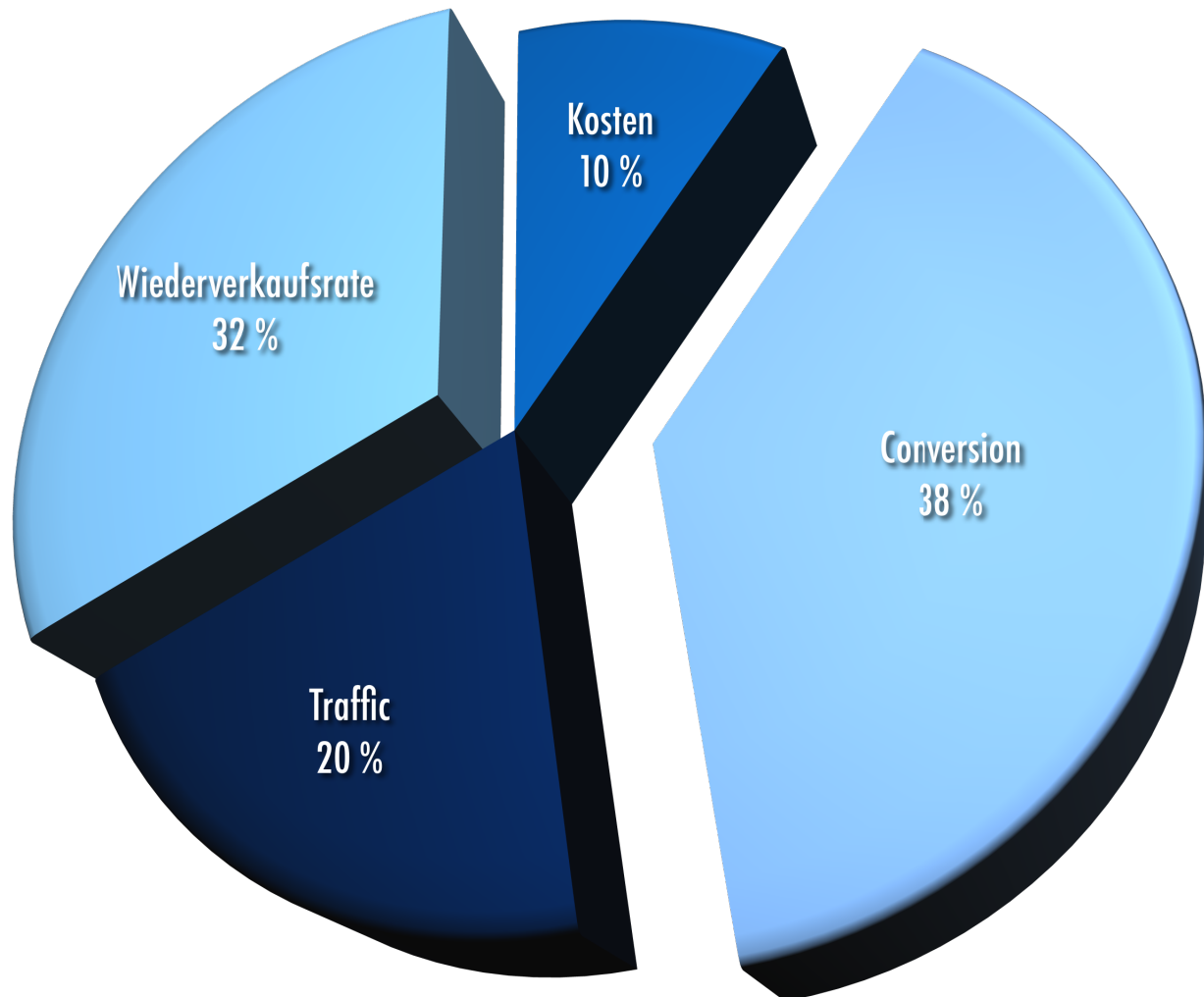
-Ausgaben (für die Erstellung deines Angebotes, etwa direkte Ausgaben für Website-Erstellung oder Domain, aber auch deine eigene Zeit und die Einkommenssteuer)

= Profit

Der Profit ist also der Gewinn, der dir übrig bleibt, nachdem du all deine Ausgaben abgezogen hast. Um ihn zu erhöhen kannst du die vier Hebel der Profit-Maximierung einsetzen, die du hier lernst.

Die vier Hebel zur Profit-Maximierung sind:

- ▶ **Kosten senken**
- ▶ **Traffic steigern**
- ▶ **Conversion steigern**
- ▶ **Wiederverkaufsrate steigern**



Anmerkung: Bei den Zahlen handelt es sich um Näherungswerte aus der Erfahrung der letzten Jahre

Mit Traffic of Trust (kurz: TT) fokussieren wir uns auf die zwei wichtigsten Hebel, da diese nach einer Optimierung deine Einnahmen sofort steigern werden (auch schon mit Bestandskunden von dir). Doch auch die anderen beiden Hebel können kurzfristige Effekte haben, je nachdem, wie dein Unternehmen aufgebaut ist und wenn du sie richtig anwendest. Deshalb starten wir mit diesen beiden und wollen sie nur kurz anreißen, bevor wir uns den wirklich wichtigen zuwenden.

KOSTEN SENKEN

Nimm dir einen Tag Zeit, um eine komplette Übersicht all deiner Einnahmen und Ausgaben des letzten Halbjahres zu erstellen. Wenn du bereits länger als Unternehmer tätig bist, so wirst du dies sowohl aus steuerrechtlicher als auch aus Management-Perspektive bereits getan haben. Beginne nun damit, Prioritäten zu setzen, indem du die höchsten Kosten die laufend wiederkehren, zuerst optimierst.

Im Bereich Internet Marketing sind dies oft Ausgaben für Webserver, Domain und Hosting, Personalkosten (z.B. für das Schreiben von PR- und Blog Artikeln) und Marketing-Ausgaben für Google AdWords oder Anzeigen in Social Media Portalen. Wenn du die höchsten Kosten-Positionen selektiert hast, starte mit einer Online-Recherche für vergleichbare Leistungen mit einem besseren Preis- / Leistungsverhältnis. Vor allem im Online Business gilt die Regel: ein Angebot, das vor einem Jahr noch sehr attraktiv war kann heute schon wieder konkurrenzlos schlecht sein! Überprüfe also laufend neue Möglichkeiten und Wege, deine Ausgaben zu senken.

Ich tue dies selbst auch mindestens einmal pro Jahr bei einem Strategiemeeting. Insbesondere gilt das für Domains (.de, .com., .net usw.) und Webhosting. Ich empfehle für diese beiden Bereiche insbesondere den Wechsel auf amerikanische Dienstleister. Diese sind nicht nur deutlich billiger und häufig besser im Support und in der Erreichbarkeit, sondern du profitierst auch vom derzeit (Stand Jänner 2013) günstigen EUR/USD Währungskurs. Viele Provider bieten

ihre Dienste aufgrund des großen Zulaufes deshalb auch schon auf Deutsch an. Ich empfehle vor allem für Online Start Ups [Hostgator \(Webhosting\)](#), [Namecheap \(Domain Registrierung\)](#) und [Aweber \(Newsletter\)](#).

Aber auch im Bereich AdWords kannst du deine Ausgaben optimieren, indem du zum Beispiel eine automatisierte Kampagnen-Optimierung wie IntelliAds nutzt. In Traffic of Trust erkläre ich dir im Detail, wie du alle wichtigen Bausteine für deine Website online bestellst, einrichtest und bearbeiten kannst. Dort lernst du auch die besten Anbieter kennen und Tricks, wie du mit 30€ eine komplette, stilvolle und professionelle Website mit individuellem Marketing-Konzept und einfachster Bedienbarkeit erstellst.

TRAFFIC STEIGERN

Die meisten Kurse zum Geld verdienen im Internet beschäftigen sich damit, wie du mehr Besucher auf deine Seite bekommst. Es ist natürlich richtig, dass du damit mehr Geld verdienen wirst, denn je mehr Interessenten, umso höher ist auch die Wahrscheinlichkeit, dass einer davon dein Produkt oder deine Dienstleistung kaufen wird. Doch das ist schon der erste Denkfehler: es bringt gar nichts von 30 Besuchern im Monat auf 3.000 Besucher zu kommen, wenn diese immer noch nichts kaufen! Deshalb musst du bei der Conversion (Verkaufs-Rate) und der Wiederverkaufsrate ansetzen. Dein erstes Ziel muss es sein, mit deinem Angebot überhaupt Geld zu verdienen. Viele Besucher sind gut und schön aber davon füllt sich dein Bankkonto nicht.

Eines bleibt jedoch zu erwähnen: wenn du die in TT gelernten Techniken anwendest steigert du automatisch auch deinen Traffic, denn emotional gebundene und von dir begeisterte Kunden geben qualitativ bessere Empfehlungen ab und bringen dir neue Kunden. Dementsprechend wird sich mittelfristig auch dein Traffic erhöhen. Das geniale daran: der Traffic, den du durch TT bekommst ist nicht „kalt“ (also von Menschen die gar nicht wissen, ob sie deine Leistung gut finden oder ob sie sie überhaupt brauchen). Im Gegenteil, er ist „heiß“ und das bedeutet, dass die neuen Besucher deiner Online Präsenz dein Angebot bereits kaufen wollen und es nur noch darum geht, dass sie das möglichst einfach und komfortabel tun können. Lass uns dir eine Frage stellen:

Was wäre DIR LIEBER?

**Menschen auf deine Seite zu
locken, die gar nicht wissen,
ob sie dein Produkt oder deine
Dienstleistung brauchen?**

**Oder sie haben im Kopf
bereits die Kaufentscheidung
getroffen und es geht nur
noch darum, dass sie bei dir
bestellen?**

**Deshalb setzt du zuerst
bei der Steigerung
deiner Conversion an.**

CONVERSION STEIGERN

Du steigertest deine Conversion, indem du Vertrauen aufbaust. Ohne Vertrauen kauft der Besucher nicht. Wenn du kein Vertrauen aufbaust, dann ist der Besuch deiner Website nicht nur sinnlos für den Interessenten, sondern viel schlimmer: er ist enttäuscht! Er kam auf deine Website, weil er sich für dein Angebot interessiert hat. Aber er hat nicht bekommen was er wollte und deshalb ist er ohne Kauf wieder gegangen. Und eines ist sicher: ein Kunde, der einmal enttäuscht ist, kommt nicht mehr wieder. Es sei denn, du hast eine absolute Nische gefunden (was sehr selten ist) und bist der einzige Anbieter; hast also eine Monopol-Position.

Dann ist es egal, denn dein Kunde hat keine Wahl. Wehe aber, wenn du deine Alleinstellung verlierst. So schnell wie deine „Bestandskunden“ dann bei deiner neuen Konkurrenz sind (die du vielleicht anfänglich gar nicht ernst nehmen willst) kannst du gar nicht „Konkursantrag“ sagen.

Deshalb gehen wir immer davon aus, dass es Konkurrenz am Markt gibt und du einfach besser sein musst als der Rest! Das beginnt nicht etwa bei deinem eigentlichen Produkt (das muss natürlich überzeugen in Qualität, Service, subjektiv empfundenem Preis- / Leistungsverhältnis usw.), sondern beim Marketing. Denn Marketing ist zu Beginn nichts anderes als der erste Kontakt, den ein Mensch zu dir hat. Und im Online Geschäft ist der erste „richtige“ Kontakt meistens deine Website (manchmal kann es natürlich auch ein Newsletter, ein Blog Artikel oder

- noch besser - eine direkte Empfehlung von einem guten Freund sein). Der größte Fehler, den Internet-Marketer machen ist, dass sie zu früh verkaufen.

Richtig ist es, zuerst Vertrauen aufzubauen. Wie du das im Detail machen kannst (Stichwort „Selbstmarketing“) lernst du mit Traffic of Trust. Ich habe darin die komplette Selbstmarketing-Strategie in ein System gepackt, dass du 1:1 für dein Online-Unternehmen (egal welches Produkt du verkaufst) übernehmen kannst.

**DAMIT DU GLEICH JETZT STARTEN
KANNST ERHÄLTST DU HIER...**

PRAXIS TIPP #1: LERNE DEINEN KUNDEN KENNEN

Traffic of Trust steht für professionelles Selbstmarketing. Das bedeutet, deine Kunden emotional zu bewegen und ihnen - denn das passiert schon in den ersten Sekunden, in denen Besucher deine Website sehen - vom ersten Augenblick an das Gefühl zu geben, das sie suchen. Welches Gefühl das genau ist hängt nicht etwa vom Zufall ab. Nein, es ist abhängig von den Wünschen und Bedürfnissen, die deine Kunden haben. Deshalb ist der erste wichtige Schritt herauszufinden, was deine Kunden wollen. Du wirst jetzt vielleicht lachen und dir denken „ich weiß doch am Besten, was meine Kunden brauchen!“ doch genau da irren sich die meisten Unternehmer. Immer wieder wenn ich eine Umfrage mit den Kunden meiner Consulting-Klienten durchführe sind diese Firmen plötzlich ganz überrascht, was die Kunden, die sie ja angeblich so gut kennen, wirklich denken. Und somit empfehle ich dir regelmäßig anonymes (weil objektiveres) Feedback von deinen Kunden oder von potentiellen Käufern zu holen. Ich tue dies zum Beispiel (als eine von vielen Methoden), indem ich einmal pro Jahr ein großes Gewinnspiel mit Preisen im Wert eines vierstelligen Bereiches verlosen. Und da ich die Fragen nur geringfügig verändere kann ich über Jahre hinweg beobachten, wie sich die Wahrnehmung meiner Kunden in Bezug zu mir verändert. An dieser Stelle soll kurz erwähnt werden, dass ich zu meiner Freude verzeichnen kann, dass ich jedes Jahr noch besser die Bedürfnisse meiner Kunden befriedigen kan. Das tue ich aber nur, weil ich ein Verständnis für sie gewinnen konnten uns es laufend aktualisiere. Und das solltest du auch tun!

PRAXIS TIPP #2: CONTENT IS KING

Der einfachste Weg, Vertrauen aufzubauen ist es, dein Angebot zu „vermenschlichen“. Erzähl eine Geschichte (im besten Fall deine eigene!) die belegt, dass du deine Kunden verstehst und dass du selbst ähnliche Erfahrungen gemacht hast wie sie. Noch wichtiger ist es aber, das Gefühl beim Kunden zu wecken, dass er dir vertrauen kann.

Wie in Praxis Tipp #1 beschrieben entwickelst du ein Verständnis für deine Zielgruppe, für die Bedürfnisse deiner Kunden. Dann kannst du sie auf die Art und Weise empfangen, wie sie behandelt werden wollen. Wenn du dieses Gefühl des „Das ist genau das, was ich suche!“ erreicht hast, dann kannst du zwei Strategien einsetzen, um die Besucher an dich zu binden (und sie in weiterer Folge zu Kunden zu machen). Erstens gibst du ihnen die Informationen, die sie suchen oder zumindest einen Vorgeschmack. Dieser muss von sehr hoher Qualität sein und im besten Fall einzigartig. „Content is King“ ist der Leitspruch bei diesem Ansatz.

PRAXIS TIPP #3: GIB DEINEM PRODUKT EIN GESICHT

Zweitens emotionalisierst du deine Besucher, indem du sie sehr persönlich ansprichst und auch von dir selbst persönliche Informationen preisgibst. Das kann für den Anfang ein Foto sein, das dich in Aktion zeigt und nicht unbedingt im Profi Fotostudio aufgenommen wurde. Es mag dich vielleicht nicht von deiner Schokoladenseite zeigen, aber es kommuniziert auf einer unbewussten Ebene: „Ich bin ein ganz normaler Mensch mit Ecken und Kanten und du kannst auch schaffen, was ich geschafft habe!“

Unterm Strich machen dich solche Fotos sympathisch. Und Sympathie erzeugt Vertrauen. Diesen Eindruck kannst du verstärken, indem du nicht nur normale Schriftarten benutzt wie in einem gedruckten Buch oder einer Zeitung, sondern spezielle, besonders wichtige Passagen oder Hinweise, auf die der Fokus gerichtet werden soll, in Handschrift darstellst.

BEISPIEL: DIE UNTERE GRAFIK WIRD 18,2% HÄUFIGER ANGEKLIKT.



Dir gefällt dieser Artikel?

Dann melde dich jetzt zum kostenlosen ZHI Coaching-Brief an und erhalte weitere Infos

Gratis anmelden



Dir gefällt dieser Artikel?

Dann melde dich jetzt zum kostenlosen ZHI Coaching-Brief an und erhalte weitere Infos

Gratis anmelden

Viele Internet-Marketer nutzen auf ihren Websites als Einstieg ein Video. Das kann funktionieren, meistens schreckt es aber viele Menschen ab, die nur kurz nach einer Information suchen und nicht 20 Minuten Zeit haben einem fremden, schlecht gekleideten Typen vor seiner Wohnzimmerwand zuzuhören. Und nur weil es professionell produziert wurde muss ein Video auch noch nicht gut sein (ich meine damit: Vertrauen aufbauen). Da hier viel mehr Faktoren, insbesondere dein Auftreten, entscheidend sind, spreche ich von der Königsklasse des Selbstmarketing. Schlussendlich verkaufst du immer zuerst dich und erst dann dein Produkt. Ich gehe sogar noch weiter und sage: „Die Kunden kaufen nicht dein Produkt, sondern dich.“

Damit du erfolgreiches Selbstmarketing durchführen kannst ist es also nicht einfach nur mit einer neuen Grafik auf deiner Website getan. Du benötigst ein in sich stimmiges Marketing-Konzept, das bei deiner Website beginnt, über deinen Social-Media Auftritt auf Facebook, YouTube und Twitter geht und ebenso im Newsletter zu spüren ist. Mit Traffic of Trust erstellst du ein auf deine Bedürfnisse zugeschnittenes Selbstmarketing Konzept, Dadurch werden deine Kunden sofort spüren, dass sie mit dir im persönlichen Kontakt stehen. Das steigert nicht nur das Vertrauen, sondern letzten Endes deinen Profit.

WIEDERVERKAUFSRATE STEIGERN

Die Wiederverkaufsrate steht dafür, dass ein Kunde, der schon etwas von dir gekauft hat, das noch einmal tut. Du verkaufst erneut an denselben Kunden. Wenn du das noch nicht tust dann musst du das ab sofort tun. Denn die Wahrscheinlichkeit, dass dir jemand etwas abkauft ist fast doppelt so hoch wenn er bereits einmal etwas von dir erworben hat. Das ist auch der Grund, weshalb so viele große Konzerne daran arbeiten, ihren Service laufend zu verbessern. Aber auch du als kleiner Online-Unternehmer kannst etwas dafür tun, dass sich deine Kunden wohl fühlen!

Und je besser sie sich behandelt fühlen, umso zufriedener sind sie. Und was bringen zufriedene Kunden? Richtig, du kannst 1+1 schon selber zusammenzählen. Achte aber genau auf die Formulierung: warum sprechen wir hier nicht davon, dass du sie gut behandelst, sondern davon, „dass sie sich gut behandelt fühlen“? Nun, Emotionen sind etwas sehr subjektives. Und das ist ein Vorteil, denn sie sind vor allem von einem abhängig: Erwartungshaltung.

PRAXIS TIPP #4: BLEIB GLAUBWÜRDIG

Wenn du von Anfang an mit offenen Karten spielst, werden deine Kunden nicht überrascht sein. Damit meine ich, dass du natürlich deine Versprechen halten sollst. Wenn du beispielsweise deinem Kunden ein eBook verkaufst und dazu ein kostenloses Mini-Hörbuch verschenkst, dann muss es nach Kauf dieses kleine Bonus-Audiobook auch wirklich geben. Ich empfehle dir aber eine gänzlich andere Strategie: anstatt deine Kunden mit kostenlosen Goodies zu überhäufen, fokussiere dein Marketing nur auf das Haupt-Produkt. Unserer Meinung nach mindert jeder Preisnachlass oder jede künstliche Verknappung (die nicht echt ist), wie etwa der Satz „Nur für kurze Zeit verfügbar!“, der aber auch 1 Jahr später noch auf der Website zu finden ist, den Wert deines Angebotes. Somit wird auch das Vertrauen deiner Kunden geschwächt - oder gänzlich gebrochen, wenn sie einige Zeit später wieder diese Lüge auf deiner Website finden. Denn es ist bei vielen Internet-Marketern schlichtweg nichts anderes als das: eine Lüge! Und das ist auch der Grund, weshalb viele Angebote als unseriös empfunden werden. Und womit? Mit Recht! Ich gehe den genau entgegengesetzten Weg. Bei unseren Angeboten gibt es keine künstliche Verknappung und auch keinen unnatürlich erzeugten Kaufdruck. Denn ich behalte mein oberstes Ziel stets im Blick: das Vertrauen zum Kunden zu verstärken. Wenn auch du diese Sichtweise einmal angenommen hat wird es dir ganz leicht fallen, die Fehler, die viele andere Verkäufer online machen, zu entlarven und selber zu vermeiden. Welche Fehler von den anderen (teilweise sogar halbwegs erfolgreichen, aber nur für kurze Zeit und nicht langfristig) Verkäufern sonst noch regelmäßig gemacht werden und wie du sie zu deinem Vorteil nutzen kannst lernst du... bei uns. Wo denn sonst? Also weiterlesen...

PRAXIS TIPP #5: DER UNANGEKÜNDIGTE BONUS

Anstatt deine Kunden wie andere mit Freebies und sonstigem Kram zu überhäufen und damit nur eine einzige Botschaft zu senden, nämlich: „Mein Produkt selber ist nichts wert, darum schenke ich dir obendrauf noch 4 andere Sachen also bitte kauf es jetzt!“ Ich verkaufe das eine Produkt (und **nur** ein Produkt! verwirre deine Kunden nicht mit einer unübersichtlichen Angebotsvielfalt), denn es ist es wert, gekauft zu werden. Falls du noch andere Angebote hast, dann verkaufe sie erst später und zwar im Rahmen deiner ganzheitlichen und langfristigen Marketing-Strategie.

Für den Moment will ich dir noch einen Praxis Tipp mit auf den Weg geben, den unangekündigten Bonus. Recht selbsterklärend machst du es genau anders herum als die anderen Internet-Marketer: anstatt mehrere Boni im Vorhinein zu bewerben (als zusätzlichen Kaufgrund) schenkst du den Käufern deines Produktes ganz überraschend etwas oben drauf. Etwas, das qualitativ hochwertig ist, zu deinem Produkt passt und den Kunden gefallen wird. Es soll aber nicht den Rahmen sprengen oder gar die Stellung des Hauptproduktes gefährden was Umfang, Qualität oder Inhalt angeht. Wenn du diesen unangekündigten Bonus im Nachhinein richtig kommunizierst werden deine Kunden positiv überrascht sein und das Vertrauen wird deutlich steigen.

Zudem bedienen wir uns hier einer typischen Marketingstrategie, die auf dem Prinzip der Reziprozität beruht. Kurz umrissen bedeutet das: „Ich habe dir mehr gegeben, als womit du gerechnet hast. Jetzt bist du mir etwas schuldig.“ Das ist aber nicht negativ gemeint, ich sprech hier nur vom unbewusst wahrgenommenen Gefühl, das im Kunden entsteht. Und wenn du ihm einige Zeit später (denk daran: nicht zu früh) ein neues Angebot machst, wird die Kaufquote deutlich höher sein als bisher. Das Prinzip des „Ich möchte zurückgeben, was ich bekommen habe“, also der Reziprozität, hat dir gerade bares Geld eingebracht!

Wenn du Feedback oder Fragen zu diesen Praxis Tipps oder den vier Hebeln hast, dann schick mir eine eMail an office@EhrlichesOnlineMarketing.de

Ich wünsche dir viel Erfolg mit deinem Online Business!

Alles Liebe,

Benedikt Ahlfeld

www.TrafficOfTrust.com