



Ariane Grünler
Die *wilde* Frau im SoulBusiness

Workbook

Newsletter & Social Media
Marketingtools



Die Bedeutung von E-Mailadressen

Die E-Mail-Adressen Deiner Website-Besucher*innen sind das Gold in Deinem Business, wenn Du

- ✓ Deinen Kundenkreis legal und glasklar aufbauen und erweitern willst
- ✓ Deine Klient*innen in regelmäßigen Abständen mit hochwertigen News per E-Mail kontaktierst
- ✓ und somit peu à peu eine Beziehung zu ihnen aufbaust

Du kannst so sehr schnell und enorm kostengünstig auf Veränderungen, neue Angebote, und besondere Events oder Dienstleistungen hinweisen, und Dich damit immer wieder in Erinnerung bringen.

Die E-Mailadressen generierst Du über Dein kostenloses Informationsprodukt (a.k.a. Freebie oder Leadmagnet)

Warum sollte Dir eine Websitebesucherin ihre E-Mail-Adresse anvertrauen?

Ist doch klar! Weil Du ihnen ein **sehr attraktives gratis Produkt** auf Deiner Website anbietest.

Werte regelmäßig aus, ob Dein Freebie genug Anreiz bietet. Falls es anfangs weniger als 2- bis 4-mal täglich angefordert wird, überlege, was fehlt (oder was zu viel ist) damit es attraktiver wird.

Merke: Dieses Gratisangebot darf auf keinen Fall nur ein Adressfänger sein, sondern muss **einen wirklichen Mehrwert** für deine Interessent*innen bieten.

Hier nochmal meine besten Tipps zur Website

- ✓ Die Qualität der Inhalte und die Einfachheit der Kontaktaufnahme sind wesentlich wichtiger als irgendwelche „superfancy Special-Effects“
- ✓ Der Aufbau einer effektiven, stark frequentierten Webseite ist eine Reise und braucht Zeit – nimm sie Dir! Und bleib dran!
- ✓ Achte von Anfang an auf einen klaren, professionellen Eindruck.
- ✓ Mach es Dir zur Gewohnheit, täglich irgendwo im Internet eine qualitativ hochwertige Information zu hinterlassen, die eine Spur zu Deiner Webseite legt.
- ✓ Wertvoller Inhalt spricht sich rum.
- ✓ Die Einladung, die E-Mail-Adresse im Austausch gegen eine wertvolle Information zu hinterlassen, gehört auf die Startseite.



Merke:

Du willst auf Deiner Website nicht in erster Linie Dich begeistern, sondern Deine potenziellen Kund*innen. Also frag Dich immer wieder:

„Womit ist sein/ihr Verstand sehr wahrscheinlich gerade beschäftigt? Wo struggelt sie/er gerade und was braucht sie/er, um Erleichterung zu finden?“

Auf einen Blick: 4 Schritte zur Buchung

Für Freebies oder niedrigschwellige Angebote



Wenn es dann so weit ist, und Deine E-Mail-Liste sich füllt, kannst Du beginnen – vielleicht zunächst sporadisch, einen Newsletter zu schreiben.

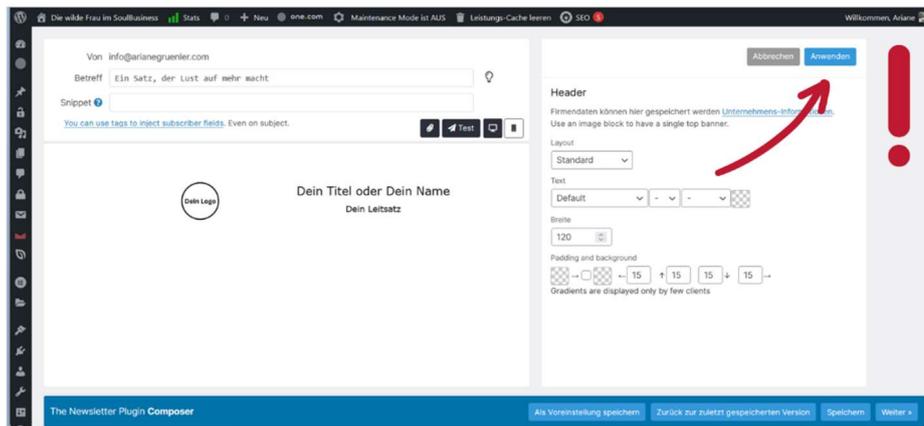
Wenn Du sporadisch schreibst, achte darauf, dass Deine Abonnent*innen nicht immer **nur dann** von Dir lesen, wenn es **etwas zu buchen** gibt. Lass sie teilhaben an dem, was Dich gerade beschäftigt. Achte dabei darauf, dass Du immer eine Brücke zu Deinem Business herstellst (ja, das ist möglich! Siehe Kapitel Storytelling).



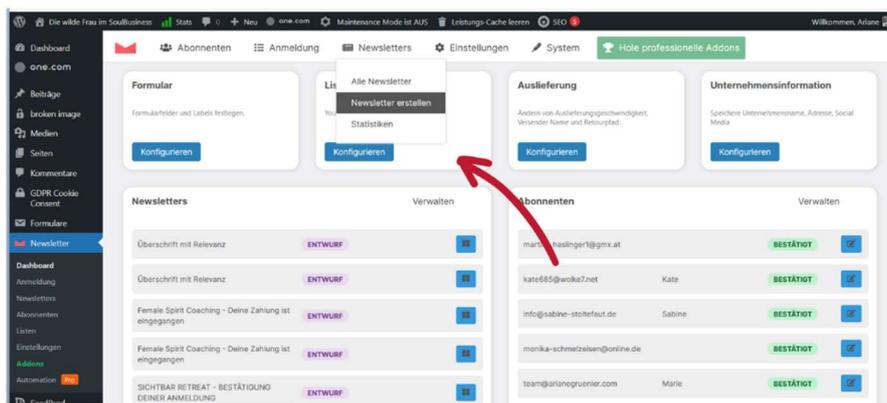
So baust Du Dir eine Newsletter Vorlage

Du findest hier die Schritt-für-Schritt-Anleitung, wie Du Dir eine Vorlage erstellst. Du kannst diese Vorlage immer wieder nutzen, indem Du **den vorausgegangenen Newsletter duplizierst** und Deinen neuen Text usw. einfügst.

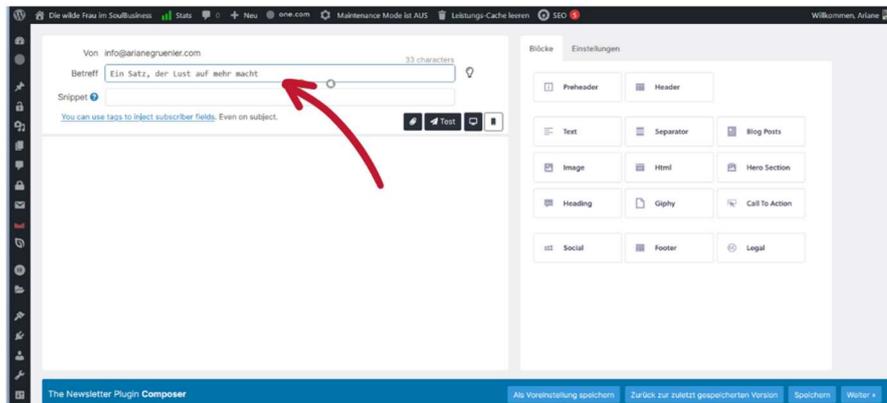
Wichtig! Nach jedem Schritt auf "Anwenden" klicken



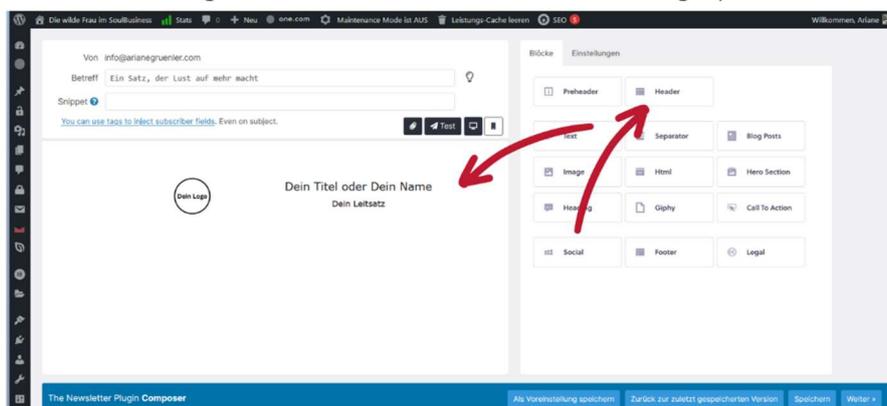
Schritt 1: Öffne das Newsletter-Programm und klicke auf "Newsletter erstellen"



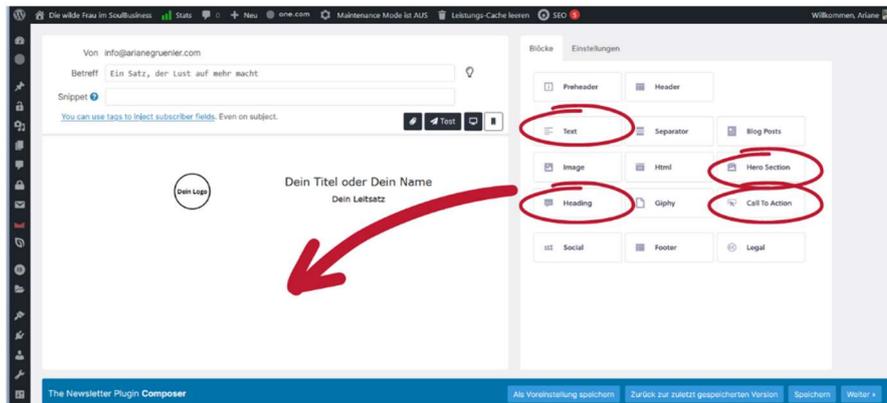
Schritt 2: Gib einen Betreff (Überschrift Deines NLs) in die Betreffzeile ein



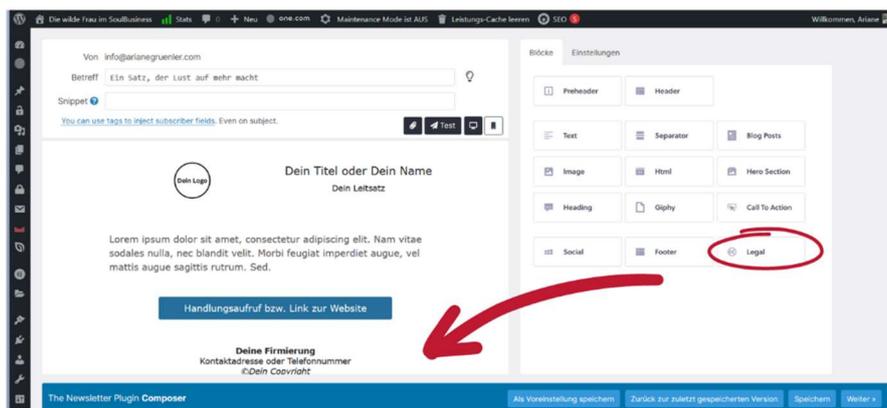
Schritt 3: Ziehe den Header in die Vorlage, damit Dein Logo und Dein Name erscheint
(vorher in den >>Einstellungen bei >>Unternehmensinformation festlegen)



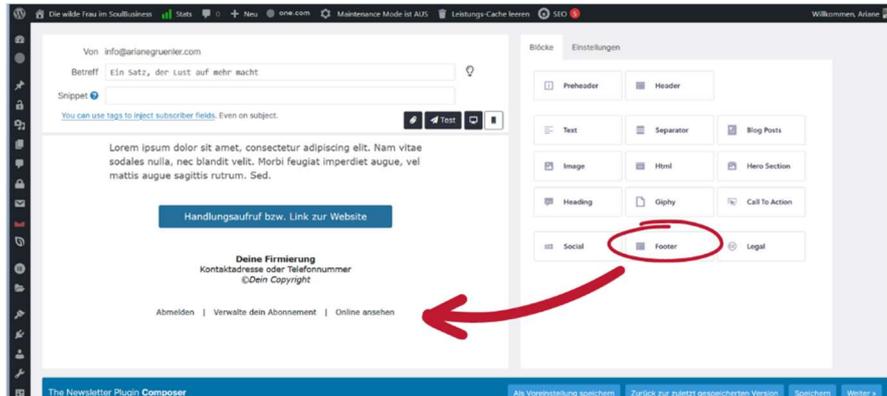
Schritt 4: Erstelle die Vorlage, in die Du Deinen Content einfügst (Heading, Text, Call to Action - bzw. nutze die "Hero Section")



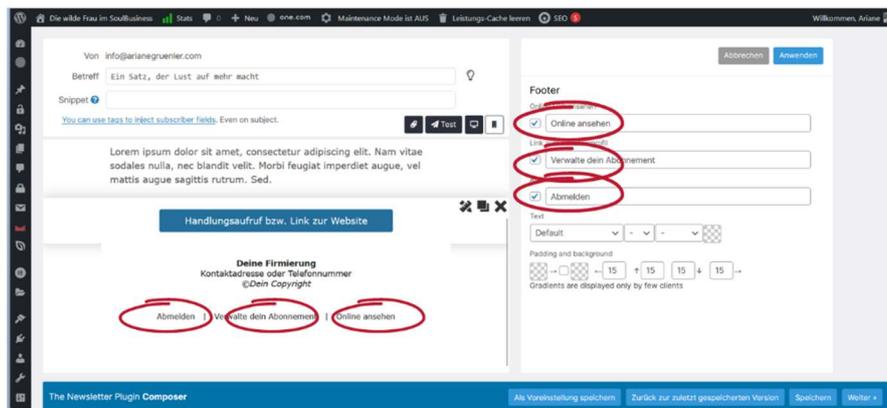
Schritt 5: Füge das Element "Legal" dazu, es beinhaltet Deine Kontaktdaten (wird auch in den Einstellungen eingegeben)



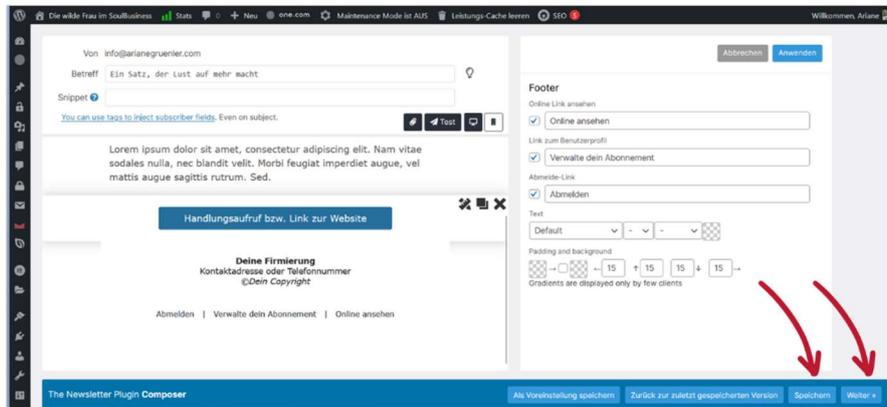
Schritt 6: Füge den Footer hinzu – er enthält u. A. den wichtigen "Abmelden-Button"



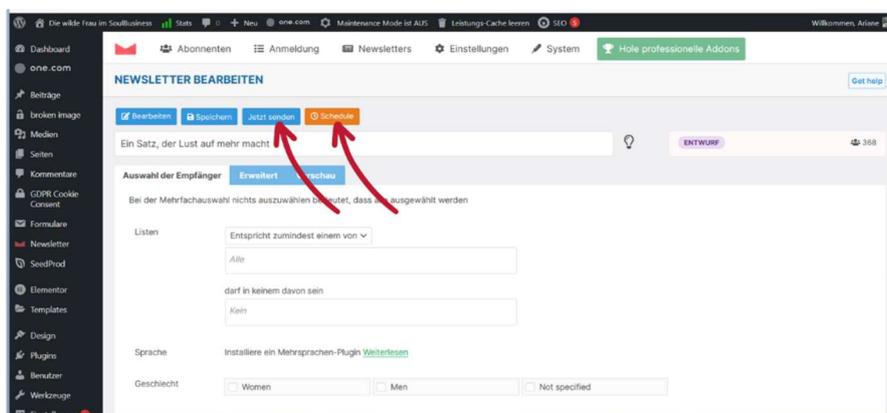
Schritt 7: Hier kannst Du noch Häkchen für die Funktionen setzen. "Abmelden MUSS immer drinnen stehen-die anderen Funktionen sind optional."



Schritt 8: Ist der Newsletter fertig erstellt, klicke auf >>speichern und anschließend auf >>weiter.



Schritt 9: Du kannst den Newsletter sofort senden oder ihn planen (Schedule).



Was soll ich schreiben? Probier's mal mit Storytelling

Storytelling ist die Kunst, aus **nüchternen Fakten**, pragmatischen Themen und klassischen Dienstleistungen eine **berührende Geschichte** zu erschaffen, die Deine Zielgruppe **emotional** anspricht.

Was eine gute Story braucht:

- ✓ einen Helden*, eine Heldin*, mit dem/der sich Deine Website-Besucher*in **identifizieren** kann. Das kannst Du selbst sein, oder auch ein*e Interviewpartner*in, ein*e Klient*in mit einer starken Erfahrung oder eine Geschichte über etwas oder jemanden.
- ✓ Mindestens eines der **8 Elemente der Held*innenreise**: >Ruf >Widerstand >Aufbruch >erste Prüfung und Überwindung >Hilfe und Unterstützung >weitere Prüfungen >Erkenntnis >Erleichterung
- ✓ Medien, durch die Du **Deine Geschichte** erzählst, z.B. Text, Foto, Audio, Video,
- ✓ Einen roten Faden. Vermeide es, den Stil Deiner Geschichten **ständig zu verändern**. Es sollte zwischen Deinen einzelnen Geschichten einen klar spürbaren roten Faden geben – und zwar einen, der im Kern immer **Deiner Business-Botschaft** entspricht.

Grundlagen des Storytellings

Geschichten werten Dich und Deine Dienstleistung enorm auf. Nutze die Kunst des Storytellings, um Dich **berührbar und gleichzeitig souverän** zu zeigen!

1. Erzähle mit Witz, Provokation und/oder Spannung.
2. Zeig Dich mit Deinen Ecken und Kanten.
3. Biete Möglichkeiten, sich mit Dir emotional zu verbinden, und auch sich an Dir zu reiben.
4. Schreibe emotional. Benutze Worte, Bilder, die Gefühle wecken.
5. Bleibe authentisch und zeig Dich berührbar.
6. Erzähle **relevante** Geschichten. Frag Dich immer, welche Relevanz Deine Geschichte für Dein Zielpublikum hat.
7. Ermutige die Menschen dazu, ihre Geschichte zu teilen.
8. Verzichte auf den moralischen Zeigefinger. Stell Dich **an die Seite** Deiner Leser*innen, **nicht über sie!**
9. Ermutige. Zeig das Licht, die Chance, die Lösung.



Inspirationsquellen

Es ist nicht nur legitim, sondern sehr effektiv, von Deinen Vorbildern zu **lernen**. Du verstehst die Wirkung und den Aufbau von Storytelling am besten, wenn Du beobachtest, was Dich **catched** und wer Dich mit seinen Geschichten berührt und warum.

Bitte **hüte Dich davor**, Texte, oder Teile davon zu kopieren oder nachzuahmen (jedenfalls nicht, ohne Quellenangabe)! Das ist weder gut für Dich noch für Dein Business und gibt ganz nebenbei noch miese Karma-Punkte.

Deine Bühne

Besonders geeignete Plattformen, auf denen Du mit Deinen Geschichten sichtbar und Dein Business bekannter machen kannst

1. Deine eigene Website plus Newsletter (ggf. Blog)
2. Facebook
3. Instagram
4. LinkedIn
5. Podcast

Deine Reichweite in Social Media steigerst Du durch Kontinuität.

1. Poste über einen gewissen Zeitraum (z.B. 3 Monate) in **sehr** regelmäßigen Abständen.
Faustregel:
 - Alle 5 Posts einen Link integrieren (zum Freebie, zum Newsletter, zum live Workshop...)
 - Alle 10 Posts einen Link zu einem aktuellen Angebot
2. Erzähle gute Geschichten
3. Lade zum Kommentieren ein: Fragen stellen, Umfragen, Verlosungen, um ein Zeichen der Zustimmung bitten
4. Erzeuge Spannung
5. Werte anschließend aus, welche Wirkung (Likes, Interaktion, Teilen, Websiteclicks) die einzelnen Beiträge erzeugen und daraus lernen. Am besten schriftlich die stärksten Erfolge auswerten.
6. Etabliere offene und freigiebige Interaktion auf anderen Seiten...natürlich nur, wenn ausdrücklich erwünscht (Facebook Gruppen etc.). Heißt: Kommentare hinterlassen, liken, teilen.



Deine Analyse & Optimierung

Beobachte genau, wie genau sich Deine Sichtbarkeit auf die **Besucherzahlen** Deiner Website auswirkt. Und vor Allem: Lerne daraus!

Analysiere Besucherstatistiken auf Deiner Website

Installiere Dir hierfür das WordPress PlugIn >>**Visitor Traffic Real Time Statistics**

So gehts:

Gehe in Deinem Admin Bereich auf >>**PlugIns** >>**Installieren** und gebe dann den Namen des PlugIns (s.o.) oben rechts in das Suchfeld ein. Installiere Dir das PlugIn indem Du auf >>**installieren** klickst. Klicke anschließend auf >>**aktivieren**

Sobald der Vorgang abgeschlossen ist, siehst Du in der oberen Menüleiste **drei kleine grüne Balken mit dem Namen „Stats“**. Klickst Du hier drauf, werden Dir Deine Statistiken angezeigt. Unter Anderem, wie viele Zugriffe? Zu welchen Uhrzeiten? Welche Seiten am meisten geklickt wurden? etc...

Achtung! Passe Deine Vorgehensweise Deiner Auswertung an und bleib Deiner Business-Botschaft und Deiner Marke dennoch treu. **Du musst nicht jede Welle surfen!**

3... 2...1... Lift off! 🚀

Damit Dein Launch ein Erfolg wird.

Du hast einen Workshop kreiert oder ein besonderes Angebot, das Du zu einem bestimmten Zeitpunkt mit Teilnehmer*innen füllen willst?

Dann bist Du ready für Deinen ersten Launch (sprich looooohnsch)

Das Wort Launch kommt aus dem Englischen und bedeutet „Start“ oder auch „Eröffnung“. Damit wird **der Verkaufsstart eines Produktes, bzw. eines Angebotes** bezeichnet.

Im Gegensatz dazu gibt es auch so genannte **Evergreen-Produkte**, die dauerhaft und online zur Verfügung stehen und jederzeit gebucht werden können.

Auch Du wirst in ein paar Monaten vielleicht schon ein Evergreen-Produkt haben, denn sie gehen meist aus dem Launch eines live Programmes oder -Workshops hervor.

Ein Launch darf **supergut** vorbereitet sein, damit Du in der **heißen Phase** (dem so genannten **Cart-Opener**, also der Moment, in dem die Verkaufsseite mit dem Buchen-Button veröffentlicht wird) nicht aus dem Konzept kommst.



Hier findest Du meinen **ultimativen Launch-Planer (plus Pre Launch-Planer)**, der Dir dabei hilft, an alles zu denken, dabei klar und fokussiert zu bleiben und nebenbei natürlich auch noch Dein Tagesgeschäft zu wuppen.

Kurs _____ Start am _____ Angestrebte TN-Zahl _____

Dein Pre-Launch Planer

Entspannt und fokussiert Deinen Kurs füllen



12-16 Wochen	Für wen ist Dein Kurs interessant?	Erstelle eine Verkaufsseite	Erweitere Deine potenzielle Zielgruppe
10-12 Wochen	Finde spannende und themenbezogenen Aufhänger für Deine Newsletter Inhalte	Schreibe alle Deine Newsletter im Voraus	Schreibe alle Deine Social-Media Posts im Voraus
8-10 Wochen	Erstelle eine Warteliste für alle, die Interesse haben	Packe die Warteliste als Link in Deine Social Media Posts und Deine Newsletter	Verfasse eine herzliche Willkommensmail für Wartelisten-Einschreiber
5-8 Wochen	Lade Deine Wartelisten-Einschreiber zum kostenlosen Workshop, zur Challenge oder zum live Q&A ein	Plane Deine Launch Strategie	Plane Deinen Launch Content
3-5 Wochen	Achte auf Pausen und Self-Care!	Nutze Deine Intuition	Analysiere Deine Massnahmen und korrigiere ggf.

by Ariane Grünler



Dein Launch Planer

Entspannt und fokussiert Deinen Kurs füllen



4-5 Wochen	Schicke wöchentlich kurze Newsletter, verlinke sie auf die Verkaufsseite	Plane, wie Du die 5 wesentlichen Fragen der Unentschlossenen in einem weiteren live Q&A beantwortest	Lade die Unentschlossenen zu einem weiteren live Q&A ein
1-4 Wochen	Gehe live auf Deinen Social Media Kanälen. Biete Möglichkeiten Fragen zu stellen.	Setze weitere unterstützende Massnahmen um (ggf. Facebook Werbung schalten)	Nimm Dir Zeit für SelfCare!
1 Woche	3 kurze Newsletter mit letztem Aufruf. Kommuniziere, was "auf dem Spiel" steht. AnmeldeLink mitsenden!	Halte die, die sich bereits angemeldet haben, auf den Laufenden. Lade sie ggf. schon in die Facebook Gruppe ein und teile ihnen mit, was sie zum Kursstart parat haben sollten (Schreibzeug etc)	Plane Dein Angebot für die, die lieber 1:1 gehen wollen
1 Tag vor dem Start	Überprüfe, ob Deine Technik funktioniert. Erwähne auch Deine Teilnehmer*innen per Mail daran, die Technik zu checken	Überprüfe, ob Deine Unterlagen vollständig sind	Beantworte letzte Anfragen und Mails. Hol alle TN*innen in die Facebook Gruppe. Veröffentlichte einen Willkommenstext
Nach dem Launch ist vor dem Launch	Bitte um Testimonials	Hole im 1:1 Coaching noch Nachzügler ins Boot	Informiere Deine Newsletter-Abonnenten über den Start des Kurses und darüber, wann die nächste Gelegenheit ist, dabei zu sein. (Neue Warteliste!)

by Ariane Grünler



Das ist kein „Good Bye“

Nein, ich verabschiede mich nicht von Dir. Denn ich wünsche mir sehr, dass wir miteinander verbunden bleiben.

Ich danke Dir so sehr für Dein Vertrauen und ich hoffe, dass **LEGENDÄR! 2023** für Dich nicht nur „ganz okay“ war, sondern Deine Erwartungen übertroffen hat.

Ich wünsche Dir die Selbstachtung, an Deinem Traum dranzubleiben und volle Kanne in dessen Erfüllung zu investieren.

Ich wünsche Dir Freude auf Deinem Weg, einen langen Atem, die Lust, Dich immer besser kennenzulernen und den Mut, Dich klar, authentisch und „unverschämt“ sichtbar zu machen.

Auch wenn Du es dachtest – nein, Du hast nicht für Dich an diesem Programm teilgenommen, sondern für all die Menschen da draußen, die Dich jetzt schon suchen.

Also: Zeig Dich und lass Dich finden!

Von Herzen,

Ariane

Die wilde Frau im SoulBusiness

Sichtbarkeitsenthusiastin, Website-Profi und SoulBusiness-Expertin.

www.arianegruebler.com

