




8 SCHRITTE ZUM LEADMAGNETEN UND MEHR LEADS

MEHR LEADS BEKOMMEN DURCH UNSERE
8 SCHRITTE ANLEITUNG

CHECKLISTE

Checkliste – Der perfekte Leadmagnet

	Aktivitäten
<input type="checkbox"/>	Liefert Ihr Leadmagnet ein ultra-spezifische Lösung in einem ultra-spezifischen Markt?
<input type="checkbox"/>	Verspricht Ihr Leadmagnet nur ein einziges „großes Ding“ (anstatt viele kleine Dinge)?
<input type="checkbox"/>	Stellt Ihr Leadmagnet als Lösung einen ideal Zustand der Zielgruppe dar?
<input type="checkbox"/>	Bietet Ihr Leadmagnet einen sofortige Erfüllung des Versprechens?
<input type="checkbox"/>	Zeigt Ihr Leadmagnet etwas Neues auf, mit einer Bewegung der Glaubens-Ansicht?
<input type="checkbox"/>	Hat Ihr Leadmagnet einen hohen wahrgenommenen Wert?
<input type="checkbox"/>	Hat Ihr Leadmagnet einen hohen Istwert (enthält ein "Aha-Moment")
<input type="checkbox"/>	Kann Ihr Leadmagnet innerhalb von 5 Minuten konsumiert werden? (optional)



Was ist ein Leadmagnet?

Ein Leadmagnet ist ein kleines Stückchen Mehrwert, welcher ein spezifisches Problem für einen spezifischen Markt löst, der im Austausch gegen die Adressdaten (im Opt-In-Verfahren) angeboten wird.

D.h. Sie geben Mehrwert (den Leadmagneten) im Austausch gegen die Kontaktdaten Ihrer Webseiten-Besucher.

Die Leadmagnet Checkliste:

- Liefert Ihr Leadmagnet ein ultra-spezifische Lösung in einem ultra-spezifischen Markt an?
- Verspricht Ihr Leadmagnet nur ein einziges „großes Ding“ (anstatt viele kleine Dinge)?
- Stellt Ihr Leadmagnet als Lösung einen ideal Zustand der Zielgruppe dar? (Interesse wecken)
- Bietet Ihr Leadmagnet einen sofortige Erfüllung des Versprechens (d.h. kein Newsletter/Podcast)
- Zeigt Ihr Leadmagnet Ihrer Zielgruppe etwas Neues auf, sodass Sie auch glauben das es klappt? (Bewegung der Glaubens-Ansicht)
- Hat Ihr Leadmagnet einen hohen wahrgenommenen Wert?
- Hat Ihr Leadmagnet einen hohen Istwert (enthält ein "Aha-Moment")
- Kann Ihr Leadmagnet innerhalb von 5 Minuten konsumiert werden? (optional)



Liefert Ihr Leadmagnet ein ultra-spezifische Lösung in einem ultra-spezifischen Markt an?

Was bedeutet das? Zuerst einmal um einen ultra-spezifischen Markt zu bestimmen, müssen Sie Ihre Zielgruppe kennen. Wenn Sie Ihre Zielgruppe kennen, kommen wir zum nächsten Schritt und zwar wenn Sie einen Leadmagneten erstellen, dann sollten Sie auf die Bedürfnisse und vor allem auf den Wunsch-Zustand Ihrer Zielgruppe achten. Behandeln Sie also die Problematik oder die erste Frage Ihrer Zielgruppe auf die Sie schnell eine Antwort haben. Je spezifischer die Lösung desto besser.

Bspw. Sie sind Rechtsanwalt und haben sich spezialisiert auf Verkehrsrecht. Dann wissen Sie mit welchen Problematiken Ihre Zielgruppe zu Ihnen kommt, bspw. Ihre Mandanten wollen einen Einspruch gegen ein Bußgeldbescheid einreichen. Um hier einen Leadmagneten zu erstellen, reicht es wenn Sie die „TOP 3“ Fragen aufschreiben, die Ihre Mandanten immer zu Beginn stellen, anschließend beantworten Sie diese in einem PDF Dokument (Frage – Antwort), und damit haben Sie Ihren Leadmagneten für Ihre Webseite.

Verspricht Ihr Leadmagnet nur ein einziges „großes Ding“ (anstatt viele kleine Dinge)?

Behandeln Sie nur ein einziges Thema statt fünf verschiedene Themen in Ihrem Leadmagneten. Seien Sie einfach wie im Schritt 1 sehr spezifisch was das Problem und die Lösung angeht. So widmen Sie sich nur einer Thematik.

Stellt Ihr Leadmagnet als Lösung einen ideal Zustand der Zielgruppe dar? (Interesse wecken)

Ihr Leadmagnet sollte auch den Zustand Ihres Interessenten ändern, von uninformiert zu informiert. Wie gesagt Sie können das super einfach durch einen Ratgeber lösen, indem Sie die meistgestellten Fragen Ihrer Zielgruppe zu einem spezifischen Thema beantworten. ACHTUNG: Es müssen nicht drei, oder zehn Fragen in einem Leadmagneten beantwortet werden. Es genügt sogar nur eine einzige Frage zu beantworten, die für Ihre Zielgruppe brennend interessant ist.

Bietet Ihr Leadmagnet einen sofortige Erfüllung des Versprechens? (d.h. kein Newsletter/Podcast)

Wenn Sie etwas in Ihrem Leadmagneten versprechen, sollten Sie auch die sofortige Lösung bieten. D.h. der Interessent, der sich Ihren Leadmagneten geholt hat, sollte nicht erst in einem Newsletter oder in einem Podcast die Lösung für die beschriebene Problematik bekommen, sondern sofort über bspw. ein Video, eine Audio-Aufnahme oder einen kleinen Text (via PDF).

Beantworten Sie also die Problematik sofort ohne um den heißen Brei zu reden.

Zeigt Ihr Leadmagnet Ihrer Zielgruppe etwas Neues auf, sodass Sie auch glauben das es klappt? (Bewegung der Glaubens-Ansicht)

Bspw. wenn Sie Lernkurse anbieten und Ihren Interessenten überzeugen wollen, dass Ihr Material Ihren Kunden zum Erfolg führt, sollten Sie im Leadmagneten ein kleines Beispiel mit an die Hand geben, welches er selbst ausprobieren kann, sodass Ihr Kunde NUR durch den Leadmagneten für sich einen persönlichen Erfolg erzielt.

Bspw. wenn Sie Lernkurse anbieten über Social Media, dann kann Ihr Leadmagnet z.B. lauten „Die 10 besten Headlines für Social Media Werbung“ in welchen die besten Überschriften als PDF Vorlage platziert werden. Ihr Interessent kann, dann damit erst einmal selbst testen, ob es funktioniert in seinen eigenen Social Media Beiträgen und so auch sehen „Hey, das Ganze klappt wirklich!“.
Versuchen Sie mit Ihrem Leadmagneten auch Ihren Interessenten so einen Zustand zu verschaffen. Seien Sie kreativ.

Hat Ihr Leadmagnet einen hohen wahrgenommenen Wert?

Einen hohen wahrgenommenen Wert für Ihren Leadmagneten erzielen Sie durch Visualisierung. Erstellen Sie eine 3D Visualisierung Ihres Leadmagneten. Machen Sie es so wie die Werbeleute: „Die Verpackung muss ansprechend aussehen, damit das Produkt gekauft wird.“

Das Gleiche gilt für Ihren Leadmagneten. Erstellen Sie eine schöne 3D Visualisierung mit Ihrem Coperative Design fügen Sie Ihren Leadmagneten einen schöne Headline hinzu: Z.B. Wie Sie innerhalb von X Tagen XYZ erreichen. (Für schöne Überschriften/Headlines können Sie sich an bekannten Zeitschriften orientieren, diese machen es sehr gut vor.)

Hat Ihr Leadmagnet einen hohen Istwert (enthält ein "Aha-Moment")

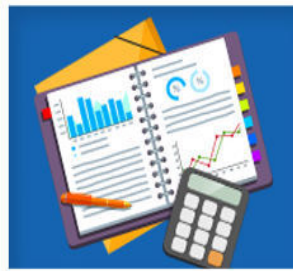
Enthält Ihr Leadmagnet einen „Aha-Moment“ für Ihre Zielgruppe, haben Sie alles richtig gemacht. Diesen erzielen Sie durch das spezifische Antworten auf eine spezifische Frage, die sich Ihre Zielgruppe (in einem spezifischen Markt) stellt.

Kann Ihr Leadmagnet innerhalb von 5 Minuten konsumiert werden? (optional)

Erstellen Sie auf keinen Fall ein ganzes eBook mit über 100 Seiten als Leadmagnet. Warum das? Na Sie müssen sich, das mal mit der Brille des Interessenten betrachten: Wenn Sie eine brennende Problematik beantwortet haben möchten, dann wollen Sie schnell die Antwort haben. Das Konsumieren von einem ganzen eBook für eine Frage scheint da etwas zu viel zu sein oder? Deshalb halten Sie sich kurz, ein PDF Dokument mit einigen Seiten, oder ein kurzes Video unter acht Minuten oder eine Audio-Aufnahme unter zwei Minuten reicht da komplett aus.



Bilden Sie sich weiter
mit unserer
Marketing Akademie.



Kalkulieren Sie Ihr
Vorhaben jetzt online mit
unseren Kalkulator.



Jetzt Kontakt aufnehmen
um Ihre Ideen online
real zu machen.

Kontakt

Yupex GmbH
Weizenkamp 17
30419 Hannover

Tel: 0511 9999 3422
E-Mail: info@yupex.eu
www.yupex-media.de