



FUNNEL-GLOSSAR BEGRIFFE IM ÜBERBLICK

DIE FOLGENDEN BEGRIFFE
TAUCHEN SEHR HÄUFIG IN
DIESEM KURS AUF UND DESWEGEN
IST ES MIR SEHR WICHTIG, DASS
ICH DIR NOCHMAL EINEN
ÜBERBLICK ÜBER DIE WICHTIGSTEN
BEGRIFFE MIT AUF DEN WEG GEBE!

Dein Jonas



FUNNEL



Ein Funnel ist ein automatisierter Vertriebskanal. Es ist eine schrittweise Abfolge von Kontaktpunkten mit der Zielgruppe bestehend aus Emails, Landing Pages, Videos, Blogbeiträgen. Das Ziel eines Funnels ist, die Zielgruppe mit dem eigenen Produkt/ der Person oder dem Unternehmen vertraut zu machen. Aus diesem Vertrauen resultiert eine höhere Bereitschaft das Produkt kaufen zu wollen.

Funnel oder "Sales Funnel" können aus einer Vielzahl verschiedener Elemente bestehen. Es gibt zwar eine Muster Sequenz eines Funnels (Optin > Squeeze Page > Lead Magnet > Email > Landing Page > Kauf), aber Funnel können komplett individuell aufgebaut sein.

Bei den Tools zur Erstellung des Funnels ist man nicht festgelegt. Es ist möglich mit WordPress und Email Anbietern, als auch mit Komplettlösungen wie Clickfunnels hoch-konvertierende Funnel zu erstellen.

LANDING PAGE



Eine Landing Page ist die Unterseite einer Website auf der ein Besucher über einen externen Link wortwörtlich "landet". Ob über einen Klick auf eine Google Adwords Anzeige, einen Link in einer Email oder einen Link der in Social Media platziert wurde, das ist dabei ganz egal.

Landing Pages sind thematisch sehr stark spezialisiert. Anders als eine normale Unterseite, sollte eine Landing Page eher isoliert von anderen Inhalten sein. Denn es ist wichtig, dass sich der Besucher auf die Botschaft/den Inhalt der Landing Page konzentriert und diesen "aufsaugt"

Üblicherweise geht es auf einer Landing Page um Produkte/Dienstleistungen. Entweder wird auf der LP direkt verkauft oder informiert. Eine Landing Page führt aber nicht "ins Leere" sondern verfolgt immer das Ziel eine bestimmte Aktion auszuführen (Call to Action). Das heißt, man möchte, dass der Besucher nach dem Konsumieren des Inhalts der LP etwas kauft, sich für etwas anmeldet, dich anruft o.ä

Die Inhalte einer Landing Page sollten so klar und übersichtlich wie möglich dargestellt werden. Große Überschriften in klaren, dominanten Farben. Jeder horizontale Abschnitt der Landing Page sollte sich auf ein Element konzentrieren. Videos sollten groß und deutlich platziert werden.

E-MAIL MARKETING



E-Mail Marketing bezeichnet die Kommunikation zwischen dir und deiner Zielgruppe via persönlicher Emails. Emails bieten gegenüber allen anderen Kommunikationsmitteln (Blogbeiträge/Social Media../Facebook oder Google Ads) den Vorteil, dass sie als sehr persönlich wahrgenommen werden. Denn du sendest den Personen eine Email in ihr persönliches Postfach. Viele erhalten sofort eine Benachrichtigung auf ihrem Smartphone und können so deine Nachricht lesen.

Emails sind dein direktester Draht zu deinen Käufern oder deinen Abonnenten. Auch wenn dieses Medium schon so alt ist und manche Leute denken, dass es etwas "in die Jahre gekommen" scheint, ist das Medium Email für's Online Marketing so relevant wie eh und jeh

Zu Beginn deines Funnels solltest du größten Fokus auf den Aufbau einer Email Liste legen. Je größer die ist, desto größer dein Erfolg!



TRIPWIRE



Tripwire Produkte sind der Einstieg in dein Produkt Portfolio. Ein Tripwire bezeichnet ein Produkt das preislich sehr günstig platziert ist. Deutlich günstiger zumindest als dein Hauptprodukt/deine Hauptdienstleistung.

Der Preis eine Tripwires sollte für nahezu jeden deiner Zielgruppe attraktiv sein. 5,00 € - 10,00 € sind hier gute Richtwerte. Das Ziel des Tripwires ist nicht, dass du direkt Geld verdienst. Mit dem Tripwire möchtest du nur so viele Personen deiner Zielgruppe wie möglich zu Käufern transformieren.

Personen die bereits etwas von dir gekauft haben, haben eine ungleich höhere Wahrscheinlichkeit erneut etwas (höherpreisiges) von dir zu kaufen.

Vorteil: Das Risiko des Verlustes für den Käufer bei einem Tripwire Produkt ist deutlich niedriger, weil es so günstig ist. Der Kunde konsumiert eines deiner Produkte und hat höheres Vertrauen in dich/deine Produkte. => Die Person wird eher geneigt sein sich deine zukünftigen Angebote näher anzuschauen.

LEAD MAGNET



Ein Lead Magnet ist das was die meisten unter "Freebie" kennen. Ein kostenloses Produkt das sich Personen herunterladen können wenn sie sich mit ihrer Email Adresse für deinen Newsletter anmelden.

Mit dem Lead Magnet verfolgst du das Ziel deine Community zu vergrößern. Haben Sie Personen erstmal bei dir eingetragen, kannst du sie durch Emails immer wieder kontaktieren. Das ist persönlicher und individueller als durch Werbung

Durch den Lead Magnet bekommt dein Abonnent einen direkten Mehrwert. Inhaltlich bist du nicht festgelegt. Üblich sind Tutorials, Geheimnisse, Tricks, Rabatte zu deinem Themengebiet.

Lead Magnets können viele Formen haben: Video, Ebook, PDF, Vorlagen, Software, Demo, Email-Serie, Video-Kurs, Coaching, ... sei kreativ!

WEBINAR



Ein Webinar ist das absolute Verkaufstool für deinen Funnel.

Web + Seminar = Webinar.

Also ein Online Seminar. Mit einem Webinar kannst du mit Leuten deiner Zielgruppe live oder zeitversetzt über die Inhalte deines Themengebietetes sprechen. Du kannst auf Fragen reagieren und mit deinen Abonnenten/Interessenten chatten.

Am effektivsten kannst du Webinare einsetzen, indem du deiner Zielgruppe kostenlos tiefe Einblicke in deine Produkte gibst und dessen Benefits (Nutzen) vorstellst. Was kann man mit deinem Produkt erreichen?

In einem Webinar kannst du den Teilnehmern exklusive Angebote unterbreiten. Durch die große Aufmerksamkeit die du in einem Webinar genießt, ist die Kaufrate (Conversion Rate) unglaublich hoch!



PPC



PPC steht für "pay per click", also "bezahlen pro Klick".

Es umfasst das Werbeanzeigensystem von Google Adwords, Facebook Ads u.ä.

PPC ist eine gebräuchliche für bezahlte Anzeigen aller Art. Gut diesen Begriff mal gehört zu haben.

OTO



OTO steht für "One Time Offer", also Einmaliges Angebot.

Ein OTO wird der Zielgruppe unmittelbar nach einer Funnelaktion angeboten. Zum Beispiel wenn sich jemand für deinen Newsletter / Lead Magnet eingetragen hat oder wenn jemand ein Produkt von dir gekauft hat.

Die Person wird sofort auf die OTO Landing Page weitergeleitet, indem du ein (weiteres) Produkt z.B. Tripwire (bis 10€) einmalig anbietest. Schließt die Person die Seite, verfällt das Angebot.

Vorteil: Das Angebot ist automatisch verknüpft, die Kaufbereitschaft ist hoch. Vorausgesetzt natürlich, dass das OTO Produkt genau auf die Zielgruppe zugeschnitten ist.

UPSELL



Unmittelbar nach dem Kauf eines Produktes bietest du deinem Käufer ein weiteres Produkt zum Sonderpreis an. Der Kunde wird direkt nach dem Kauf des Produktes auf einer weiteren Landing Page für das neue Produkt weitergeleitet.

Bestenfalls passt das Upsell Angebot sehr gut zum bereits gekauften Produkt.

Beispiele:

- Yoga Kurs => Yogamatte + Yogakleidung
- Tee => Teekanne
- Ferienwohnungen => Frühstück
- Geschenk=> besondere Geschenkverpackung
- ...

DOWNSELL



Ein Angebot das du deiner Zielgruppe unterbreitest, sollte sie dein eigentliches Produkt nicht kaufen.

Also Schritt für Schritt:

1. Du bietest dein Produkt an
2. Der Interessent besucht die Landing Page
3. Der Interessent besucht das Bestellformular (Kasse/Digistore24 Checkout/...)
4. Der Interessent kauft nicht, verlässt die Seite
5. Du bietest alternativ ein **günstiges, abgespecktes Angebot** (Downsell) an
6. Der Interessent kauft!

Idee dahinter: Du willst, dass die Person unbedingt kauft. Profit ist zweitrangig, denn du weißt ein Kunde wird wahrscheinlich auch in Zukunft nochmal bei dir kaufen.

Technisch ist ein Downsell oft etwas schwieriger umzusetzen. Du kannst z.B. mit Google Analytics/Tag Manager messen ob eine Person die Bestellseite ohne Kauf verlässt.





VSL



VSL = Video Sales Letter

Ein VSL ist ein vorgelesener Verkaufstext, als Videoformat. Der Besucher sieht den Text und liest so automatisch mit.

Vorteil: Der Besucher verinnerlicht den Text/das Gesprochene viel mehr, als wenn er nur den Text selbst liest.

CONVERSION RATE



Die Conversion Rate ist deine Verkaufsrate, also der Anteil deiner Verkäufe an der Gesamtzahl der targetierten Zielgruppe.

Berechnung:

- Email an 200 Personen
- Anzahl Verkäufe: 8
- Conversion Rate: $8 / 200 * 100 = 4\%$

Die CR ist eine der besten Kennzahlen (KPI) im Online Marketing, weil sie gut zwischen Marketingmaßnahmen zu vergleichen ist.

SPLITTEST (A/B TEST)



Um deine Landing Page, Framing Emails, Lead Magnets immer weiter zu verbessern und effektiver zu machen, solltest du sie inkrementell, also fortlaufend optimieren. Aber wie findest du heraus was bereits gut funktioniert hat?

Wenn du zu viele Elemente deiner Landing Page gleichzeitig veränderst und die Verkäufe anschließend besser sind, weißt du nicht woran es genau lag.

Genau aus diesem Grund führt man im Online Marketing Splittests durch. Das bedeutet, dass man 2 Versionen eines zu testenden Gegenstandes gegeneinander testet. Diese Versionen sind identisch bis auf ein Element. Zum Beispiel veränderst du nur die Headline deiner Landing Page.

Du spielst dann beide Versionen gleichzeitig an deine Zielgruppe aus und misst anschließend welche Version besser performt hat. Online Marketing ist also wirklich eine Form der Wissenschaft!

Tipp: Du solltest nie aus dem Bauch heraus Funnel-Elemente "verbessern". Denn es kann passieren, dass du etwas funktionierendes zerstörst. (Verschlimmbesserst).

Du kannst nie vorher genau wissen, was du zu höheren Verkäufen führt. Aus diesem Grund musst du Splittesten.

Tools zum Splittesten:

- Google Optimize => <https://www.google.com/analytics/optimize/Simple>
- Page Test => <https://de.wordpress.org/plugins/simple-page-teste>



FACEBOOK MARKETING



Mit Facebook Anzeigen kannst du dir zielgenauen Traffic kaufen der genau der Zielgruppe deines Produktes entspricht. Du bezahlst per Klick (PPC).

Es ist eine super Traffic-Quelle um deinen Funnel mit Besuchern zu füttern.

Die große Stärke von Facebook Anzeigen liegen darin, dass du sehr genau filtern kannst welchen Personen du deine Werbeanzeigen anzeigen lassen möchtest.

Facebook Anzeigen kannst du in vielen verschiedenen Formaten wie Video, Beitrag, Bild etc. schalten.

GOOGLE ADWORDS



Klassische Werbeanzeigen von Google als PPC in den Formaten Suchnetzwerk-Kampagne, Display-Netzwerk oder Remarketing verfügbar.

Ähnlich wie Facebook Marketing, jedoch andere Filtermöglichkeiten. Das geniale ist, dass du Anzeigen nicht nur in Google selbst, sondern auch im Partnernetzwerk von Google, also auf anderen Webseiten, in Apps, oder bei YouTube schalten kannst.

TRAFFIC



Traffic bezeichnet alle Besucher auf deiner Website, deinen Landing Pages etc.

Traffic kann in organischen Traffic (Besucher über Google, anderen Webseiten, Social Media, ...) und in bezahlten Traffic (Google Adwords, Facebook Ads, ...) unterschieden werden.

Außerdem sprechen wir von kaltem Traffic wenn wir (unsere Website) dem Besucher noch gänzlich unbekannt sind und heißem Traffic wenn die Besucher glühende Verehrer von uns und unserer Produkte sind.

Tipp: Mehr Traffic ist nicht gleich besser. Natürlich brauchst du gewissen Traffic um verkaufen zu können. Versuche allerdings zu Beginn deine Conversion Rate zu optimieren und dann erst den Traffic. So sparst du dir viel Geld (denn bezahlter Traffic ist eben nicht umsonst) bzw. profitierst viel stärker von zusätzlichem Traffic!

VERKNAPPUNG



Ein großer psychologischer Faktor. Übe etwas Zeitdruck auf einen Kaufinteressenten aus und die Chance dass die Person sich für dein Produkt entscheidet, erhöht sich enorm.#

Es gibt einige verschiedene Möglichkeiten Verknappung im Funnel einzusetzen. Wichtig ist, dass du die Verknappung klar kommunizierst.

Das Angebot läuft in 3 Tagen ab? Sage es deiner Zielgruppe. Zum Beispiel mit einem Counter auf der Landing Page. Oder mit einem deutlichen Email Betreff "Noch 3 Tage .."

