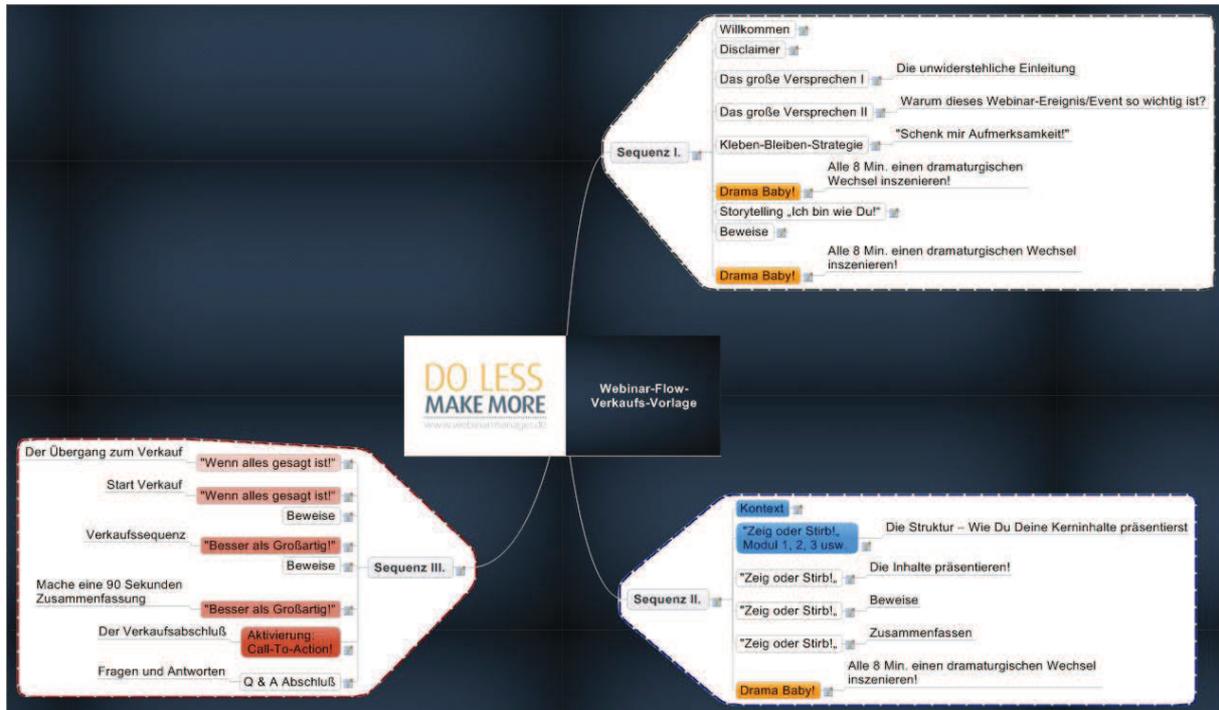


Webinar-Flow | Verkaufsvorlage



1 Sequenz I.	3
Willkommen	3
Disclaimer	4
Das große Versprechen I	4
Die unwiderstehliche Einleitung	4
Das große Versprechen II	5
Warum dieses Webinar-Ereignis/Event so wichtig ist?	5
Kleben-Bleiben-Strategie.....	6
"Schenk mir Aufmerksamkeit!"	6
Drama Baby!	8
Alle 8 Min. einen dramaturgischen Wechsel inszenieren!	8
Storytelling „Ich bin wie Du!“	9
Beweise	9
Drama Baby!	10
Alle 8 Min. einen dramaturgischen Wechsel inszenieren!	10

2 Sequenz II.	11
Kontext	11
"Zeig oder Stirb!,, Modul 1, 2, 3 usw.	12
Die Struktur – Wie Du Deine Kerninhalte präsentierst	12
"Zeig oder Stirb!,,	13
Die Inhalte präsentieren!	13
"Zeig oder Stirb!,,	14
Beweise	14
"Zeig oder Stirb!,,	14
Zusammenfassen	14
Drama Baby!	15
Alle 8 Min. einen dramaturgischen Wechsel inszenieren!	15
3 Sequenz III.	16
"Wenn alles gesagt ist!“	16
Der Übergang zum Verkauf	16
"Wenn alles gesagt ist!“	17
Start Verkauf	17
Beweise	18
"Besser als Großartig!“	18
Verkaufssequenz	18
Beweise	19
"Besser als Großartig!“	20
Mache eine 90 Sekunden Zusammenfassung	20
Aktivierung: Call-To-Action!	20
Der Verkaufsabschluß	20
Q & A Abschluß	21
Fragen und Antworten	21

1 Sequenz I.

Ziel:

Ermögliche den Webinarparteilnehmern Dich kennenzulernen, Dich zu mögen und Dir zu vertrauen!

Stichworte:

- Beziehung herstellen, entwickeln, aufbauen
- Resonanz
- Rapport

Dich kennenlernen, Dich mögen, Dir vertrauen

Willkommen

Eingangsfolie:

z.B. Dein Bild, Webinartitel, Name, Professionsbezeichnung

Oder ein passendes Bild (das alles sagt oder mehr als tausend Worte) zum Webinarthema...

Wenn mit Co-Moderator (für Thronrede, Orga, Fragen beantworten, ...), dann ebenfalls mit Folie!

Gastsprecher, je nach Rolle und „Gewicht“ an den Anfang bzw. an der richtigen Stelle einführen und präsentieren.

Ziel:

Teilnehmer abholen und begrüßen, sicheres Ankommen, Vertrautheit mit Technikumgebung herstellen, Teilnehmer führen und aktivieren

Wie?

Hallo.. Herzlich Willkommen! Mein Name ist ... – bin ich gut zu hören? Bitte dafür die Chatfunktion nutzen (sagen wo)

Aus welcher Stadt und wie ist das Wetter dort bei Ihnen?

Auffordern:

Stift, Papier bereithalten, Ablenkungen minimieren (Handy aus, Chatfenster, emails, ..), Getränk

Disclaimer

NEU!

Neues Element in Deinem Webinar Flow.

Bitte ggf. von einem Rechtsexperten prüfen bzw. für die eigene Nische erstellen lassen.

- **Einkommens- und Erfolgsdisclaimer**
- **Nutzung von Logos, Claims, Slogan, Firmennamen, Warenzeichen**
- **Gesundheitsaussagen**

Text-Beispiel:

Abfilmen und Bildschirmfotos /Screenshots sind nicht notwendig. Diese Dokumente und/oder Inhalte sind urheberrechtlich geschützt. Die Weitergabe ist unabhängig des verwendeten Mediums nicht gestattet. Einzelne Bestandteile und Grafiken dieser Präsentation sind mit personalisierten sicht- und/oder unsichtbaren Wasserzeichen versehen.

Produkt-, Firmennamen und Warenzeichen

Alle in der Präsentation genannten oder zitierten Warenzeichen, Produkt- und Firmennamen sowie Logos, Produktabbildungen und Grafiken sind das Eigentum Ihrer jeweiligen Besitzer.

Das große Versprechen I - Die unwiderstehliche Einleitung ... für dieses Webinar!

Ziel:

Starte mit einem WOW-Effekt, um die ungeteilte Aufmerksamkeit zu bekommen.

Erwecke: „Ja, das will ich...!“ – „Gute Entscheidung dabei zu sein!“

Kann identisch sein mit dem Webinartitel – kann aber auch darüber hinaus gehen.

Wie?

Nutze die Regeln/Kriterien für gute oder großartige Überschriften!!!
(siehe Paket Tag 3: Headlines & Co.)

Alternative Wortwahl zu „Präsentieren“:

„In diesem Webinar , ... unserem heutigen Webinar ...

- stelle ich ... vor ...,
- zeige ich Ihnen,
- möchte ich Ihnen darstellen,
- .. das Sie folgendes mit nach Hause nehmen ...,
- .. das Sie folgendes erkennen ...,
- werden Sie folgendes erleben ...
- werde ich den Beweis antreten ...

Mache ein großes Versprechen über das, was Du gleich zeigen wirst!

Optional - erzähle ihnen, das Du am Ende etwas verkaufen/anbieten willst

Optimal - mache es so, das sie es direkt nach dem Webinar anwenden können

Optimal - schnelle Erfolgserlebnisse, die sie erfahren können, wenn sie das anwenden und umsetzen, was Du ihnen hier zeigen wirst.

Das große Versprechen II - Warum dieses Webinar-Ereignis/Event so wichtig ist?

... kann dieselbe Folie sein oder eine Neue (Bild mit Ausrufungszeichen z.B.)

Warum dieses Webinar-Ereignis/Event so wichtig ist?

Ziel:

Gib den Teilnehmern keine guten – gib großartige Gründe für das WARUM:

- Neue Entdeckung
- Aktuelle Ereignisse (News, Klatsch, ..)
- Weil es von "Ihnen" gefordert, nachgefragt wurde
- Was ist der beste Weg..
- Was ist die beste Methode..
- Wie man.. x y z macht.
- Weil es an der Zeit und absolut notwendig ist

- Ein Geheimnis aufdecken, lüften..
- Eine Geschichte über X erzählen
- Vorher/Nachher aufzeigen
- Zeigen, wie wir es gemacht haben...
- Ein neues XYZ vorstellen
- Etwas Spezielles zeigen, demonstrieren oder erklären
- Eine relevante, themenbezogene, wichtige "Geschichte" erzählen
- Was sie lernen werden?
- Was sie in der Lage sein werden zu tun, weil sie es hier gelernt haben?
- Warum es jetzt, hier und heute wichtig ist?

Nicht später, nicht morgen oder nächste Woche...

Was passiert, wenn sie es heute verpassen?

Kleben-Bleiben-Strategie - "Schenk mir Aufmerksamkeit!"

Ziel:

Aufmerksamkeit erhöhen; Drang und Wunsch erwecken, bis zum Ende dabei bleiben zu wollen.

Wir wollen auch die "richtige" Aufmerksamkeit und das Interesse an den Inhalten wecken.

Diese qualifizierten Teilnehmer sind dann auch aktiver und offener für den Verkauf.

Beantworte die Frage der Teilnehmer: Warum soll ich Dir bis zum Ende meine (ungeteilte) Aufmerksamkeit schenken?

Wie?

- Inhaltlich, mit z.B. den 3 wichtigsten Fragen (und Deinen Antworten), die Klienten immer wieder fragen.
- Oder den am häufigsten gestellten Fragen in der Umfrage vorher (bei der Registrierung oder per Email)
- Kostenloses Give-Away anbieten (wenn möglich, als eCover einfügen).

"Die offensichtliche Bestechung"

Wortlaut:

A) "ich habe XYZ zusammengestellt ...Sie bekommen es kostenlos und ich zeige Ihnen am Ende des Webinars wie und wo sie es bekommen können und wie sie es anwenden/nutzen/...,,

B) Es gibt ein Gewinnspiel und ich gebe XYZ für die beste Frage des Tages/ etc.

C) Sie können heute 3x kostenlos XYZ gewinnen - aber nur, wenn sie am Bildschirm sind, wenn ich Ihren Namen aufrufe.

D) Wir werden heut 3 Gewinner für XYZ auswählen - ... wenn nicht, geben wir es an den nächsten Teilnehmer weiter.

Also bleiben sie dran...

"**Der wesentliche Wunsch**" ... für die Teilnahme am Webinar.

Wortlaut:

Wir haben vor dem Webinar Fragen gesammelt, die die Teilnehmer einreichen konnten. Die 3 wichtigsten/meistgestellten Fragen sind: 1. 2. 3.

Und ich verspreche alle 3 Fragen heute während des Webinars zu beantworten.

Und

A) Wir werden 1 oder 2 Frage/Antworten Blöcke haben, wo sie die Möglichkeit haben ihre persönliche und akute Frage zu stellen und beantwortet zu bekommen.

Oder

Speziell am Ende der Veranstaltung haben Sie die Möglichkeit ihre Fragen zu stellen

B) Die wichtigste/spannendste Frage ist Nr. 1 und ich werde später tiefer darauf eingehen und ihnen ein paar einzigartige und "coole" Möglichkeiten zeigen, wie sie xyz tun können.

Bleiben sie also dabei!

Drama Baby! - Alle 8 Min. einen dramaturgischen Wechsel inszenieren.

Ziel:

Aktivierung der Teilnehmer! Aufmerksamkeit erneuern, lenken und führen.

Wie?

Umfrage, Poll-Funktion, Chat-Frage, zum Schreiben auffordern, Zitat, Q & A Abschnitt ..

Siehe bitte auch PDF Folien über Webinarstorytelling.

Alles dient Deinen Zielen, den Inhalten, dem roten Faden des Webinars!

Dient hier auch als elegante Überleitung zu (D)einer Geschichte..

Storytelling „Ich bin wie Du!“

Präsentations- und Aktivierungselemente:

- Chat
- Umfragetool
- Geschichte(n)
- Fragen.. (Chat)
- Video
- Bilder
 - 1. Grafiken
 - 2. Quellen
 - 3. Statistiken
- Text-Zen
- Fragen & Antworten Sequenzen
- Feedbackrunde(n)
- Referenzen/Testimonials
 - 1. Bild/Text
 - 2. Video
 - 3. Live
- "Dramatische" Demo

Storytelling „Ich bin wie Du!“

Ziel:

Dich kennenlernen, Dich mögen, Dir vertrauen!

Identifikation der Teilnehmer mit Dir, dem Thema und der eigenen Geschichte

Wie?

Schreibe (D)eine Geschichte!

Nutze bitte dazu: .doc-Vorlage und PDF Folien über Webinarstorytelling (Paket Tag 3)

Beweise

Ziel:

Überzeugen. Das Vertrauen vertiefen!

Wie?

- Testimonials, Referenzen
- Zahlen, Daten, Fakten,
- Presse/Medienberichte (zum Thema, zu Dir)
- Social Proof: Likes, Views, Freunde, Follower...
- Email-Liste
- Einkommen, wenn es passt...
- Live! Etwas zeigen, demonstrieren (Desktop-/Screensharing Funktion)
- ...

Widerlege damit auch Mythen und Lügen, die in Deinem Markt herumgeistern!

**Nutze auch hier schon die Chance „Einwand-Klassiker“ zu entkräften
(zu teuer, keine Zeit, zu spät, zu alt, zu jung, zu doof, zu schwierig, kenn ich schon ...)**

Drama Baby! - Alle 8 Min. einen dramaturgischen Wechsel inszenieren.

Ziel:

Aktivierung der Teilnehmer! Aufmerksamkeit erneuern, lenken und führen.

Wie?

Umfrage, Poll-Funktion, Chat-Frage, zum Schreiben auffordern, Zitat, Q & A Abschnitt ..

Siehe bitte auch PDF Folien über Webinarstorytelling.

Alles dient Deinen Zielen, den Inhalten, dem roten Faden des Webinars!

Dient hier auch als elegante Überleitung zu (D)einer Geschichte..

Storytelling „Ich bin wie Du!“

Präsentations- und Aktivierungselemente:

- Chat
- Umfragetool
- Geschichte(n)
- Fragen.. (Chat)
- Video
- Bilder
 1. Grafiken
 2. Quellen
 3. Statistiken
- Text-Zen
- Fragen & Antworten Sequenzen
- Feedbackrunde(n)
- Referenzen/Testimonials
 1. Bild/Text
 2. Video
 3. Live
- "Dramatische" Demo

2 Sequenz II.

Ziel:

„Ich weiß nicht was Sie verkaufen, aber ich will es haben!“

Verkaufen, ohne zu verkaufen!

Kontext

Übergang und Einleitung zu Deinen Inhalten... zur eigentlichen Show!

Bsp: Eine Folie, die sich wiederholt = von den Teilnehmern „gelernt wird“ (Farbe, Bild, Schrift, ..)

Und die sagt: „Jetzt kommt was Neues!“

z.B.

Überblick zu der 2. Sequenz – den Inhalten.

Nur ein Bild: Ausrufungszeichen, Liste,

... da fällt mir eine Geschichte ein ...

Alternative Wortwahl :

„In den nächsten 5, 10, 20 Minuten ...

- stelle ich ... vor ...,
- zeige ich Ihnen,
- möchte ich Ihnen darstellen,
- präsentiere ich Ihnen ...
- .. das Sie folgendes mit nach Hause nehmen ...,
- .. das Sie folgendes erkennen ...,
- werden Sie folgendes erleben ...
- werde ich (folgendes) beweisen, ...

Mach es spannend: „... da fällt mir eine Geschichte ein ...!“ (Drama Baby!)

„It's Edutainment-Time!“

Nichts ist überzeugender als eine dramatische Demonstration!

Eine Demonstration, die zeigt und beweist das "ES" funktioniert.

Erfülle Dein großes Versprechen aus der Eingangssequenz 1

"Zeig oder Stirb!" Modul 1, 2, 3 usw. - Die Struktur – Wie Du Deine Kerninhalte präsentierst

[... wiederhole Sequenz II. maximal 3-5x je Webinar - je nach Dauer 45 - 60 - 90 Min.]

Die Kern-Inhalte präsentieren:

Denke in Modulen, Zeitabschnitten, Schritten, Wegen, ...

Maximal 60 Min. (für ein 90 Min. Webinar) für die Sequenz 2 – unterteile in 3 x 20, 6 x 10, etc.

Denke in 3-er Schritten (Steve Jobs Style)

.. siehe bitte auch PDF-Folien „Zeig oder Stirb!“ (Paket Tag 5)

- **Aufmerksamkeit erneuern!**

"Negatives" Ziel: Damit sie nicht mental und emotional aussteigen.

(Bitte PDF „Zeig oder Stirb!“ Paket Tag 5 dazu ansehen)

Wer mental und emotional aussteigt, kauft nicht!

Nutze BILD-Überschriften-Stil - Sorry! aber es funktioniert...

Mache auch ein (kleineres) Versprechen zum Inhalte-Element

2. Voraussetzungen schaffen!

- Was jetzt kommt...
- Was sie nun erfahren..
- Was sie jetzt lernen..
- Agenda ist ...

3. Resultate visualisieren

Die gewünschten Resultate in die Zukunft projizieren!

Bsp.: "Stellen sie sich vor, wie sie x-en!"

Alle Sinne ansprechen.

"Zeig oder Stirb!" - Die Inhalte präsentieren!

Die Kern-Inhalte, weswegen fast alle Teilnehmer sich überhaupt registriert haben...

- unterstützen und führen ganz natürlich zum Verkauf.
- steigern die Aufmerksamkeit, die Energie, die aktive Teilnahme und Bindung der Teilnehmer
- müssen aus Teilnehmersicht als wertvolle Informationen und Lösungen angesehen werden
- liefern den Beweis, das Dein Produkt-(Angebot) funktioniert
- und bauen Dich als Kompetenz/Autörität auf
- liefern für jede Behauptung mindestens einen Beweis (Testimonials, Fallstudien, Vorher/Nachher, Zahlen, ..)

Es ist besser zuviel als zu wenig Qualität zu geben - gib das Beste, was Du hast.

- Inhalte, die kleine und sofortige Erfolgserlebnisse vermitteln, funktionieren am Besten
- Schritt-für-Schritt Formate sind am Besten
- Nutze während der Präsentation Mini-Geschichten, um Deine Punkte zu unterstreichen
- Nutze dramatische Demonstrationen, um Dein Anliegen zu verstärken
- Lade zu den Inhalten soviele Vorteile und Gewinne wie möglich auf, die das Publikum erleben kann, ...
- wenn sie x machen,
- Wenn sie y haben,
- Wenn sie z sind
- Beantworte alle möglichen (vorher gesammelten) Einwände in der Sequenz 2 (zu teuer, keine Zeit, zu spät, zu alt, zu jung, zu doof, zu schwierig, ...)
- Beantworte alle möglichen Fragen + die versprochenen TOP 3 Fragen etc.

Nutze und teste Vor-Abschlüsse während der Präsentation der Inhalte.

„wer hätte Lust darauf ...?“

„können Sie sich schon jetzt vorstellen x einzusetzen?“

„was wäre wenn Sie ...?“

„wie würde Ihr Leben, Job, Karriere, aussehen, wenn Sie ... schon früher ...?“

"Zeig oder Stirb!" - Beweise

Ziel:

Überzeugen. Vertrauen vertiefen!

..liefern für jede Behauptung mindestens einen Beweis (Testimonials, Fallstudien, Vorher/Nachher, Zahlen, ..)

Wie?

- Testimonials, Referenzen
- Zahlen, Daten, Fakten,
- Presse/Medienberichte (zum Thema, zu Dir)
- Social Proof: Likes, Views, Freunde, Follower...
- Email-Liste
- Einkommen, wenn es passt...
- Live! Etwas zeigen, demonstrieren (Desktop-/Screensharing Funktion)

"Zeig oder Stirb!" - Zusammenfassen

Fasse das Inhalte-Element zusammen!

Wortwahl:

- Sie haben gesehen, erlebt, erfahren, erkannt, .. wie ..
- Was wir gemacht haben ..
- Wenn Sie XYZ so folgen, dann ..
- Wie wir gesehen haben ...“
- Die Konsequenz ist ...“

Drama Baby! - Alle 8 Min. einen dramaturgischen Wechsel inszenieren.

Aktivierung der Teilnehmer! Aufmerksamkeit erneuern, lenken und führen.

Wie?

Umfrage, Poll-Funktion, Chat-Frage, zum Schreiben auffordern, Zitat, Q & A Abschnitt ..

Siehe bitte auch PDF Folien über Webinarstorytelling.

Alles dient Deinen Zielen, den Inhalten, dem roten Faden des Webinars!

Dient hier auch als elegante Überleitung zu (D)einer Geschichte..

Storytelling „Ich bin wie Du!“

Präsentations- und Aktivierungselemente:

- Chat
- Umfragetool
- Geschichte(n)
- Fragen.. (Chat)
- Video
- Bilder
 - 1. Grafiken
 - 2. Quellen
 - 3. Statistiken
- Text-Zen
- Fragen & Antworten Sequenzen
- Feedbackrunde(n)
- Referenzen/Testimonials
 - 1. Bild/Text
 - 2. Video
 - 3. Live
- "Dramatische" Demo

3 Sequenz III.

Ziel:

Spannungsbogen nochmals erhöhen und dann loslassen!

Die Präsentation Deines unwiderstehlichen Angebots!

Und den (Verkaufs-) Abschluß herbeiführen.

Erfüllung und Erlösung! Verkaufsabschluß

"Wenn alles gesagt ist!"- Der Übergang zum Verkauf

Vermeide den größten Fehler: Direkt vom Präsentieren der Inhalte in den Verkauf einsteigen!

Unterbreche! Nutze einen Separator: mind. 30-60 Sekunden

An diesem Punkt im Webinar sollten die Teilnehmer bereits vor-verkauft sein und mehr (Inhalte, Lösungen, Anleitungen, ...) wollen.

"Ich weiß nicht was sie verkaufen, aber ich will es haben!"

Rich Schefren

Struktur der Zusammenfassung:

Hier ist, was sie wollten, das ich zeige (Umfrage vorher)

Hier ist, was sie erfahren, gesehen, gelernt haben (Versprechen eingelöst!?)

Hier ist die offensichtliche Schlussfolgerung, die sie ziehen sollten, aus dem was sie erfahren haben

Hier ist die Antwort, Lösung, die ich für sie habe / für diejenigen, die mehr wollen

Wortlaut für die "Wieder-Wegnehmen" Technik

.. aber bevor ich ihnen die Lösung gebe, möchte ich ein paar Dinge erwähnen...

Es ist nicht für sie, wenn...

Es ist nicht für sie, wenn..

Es ist nicht für sie, wenn..

... die Antwort/Lösung, die ich für sie habe ist für Sie, wenn ...

"Wenn alles gesagt ist!" - Start Verkauf

Warum Du dieses Angebot zusammengestellt hast!

Welche dringend-wichtige Frage es beantwortet! = Folien: Das große Versprechen I + II

Wie man die Lücke schließen kann, um von A nach B zu kommen!

... schneller, leichter, einfacher, preiswerter, bequemer, sicherer, exklusiver, einzigartiger etc. etc.

Es ist extra dafür entworfen, um ihnen... (was sie am meisten wollen..)

Es ist besonders/speziell und nur für sie - lassen sie mich davon erzählen..

Es ist für Sie, wenn ...

Es ist für Sie, wenn ...

Es ist für Sie, wenn ...

Bild einblenden (eCover)

Branding = Produktnamen (Bsp: Die 10-Tage-Ultimative-Webinar-Challenge)

„Was wir getan haben...“

Beschreibe Vorteile und nutze Adjektive, Merkmale des Produktes:

umfangreich, einfach, strukturiert, Schritt-für-Schritt, anwendungsfreundlich, zeitsparend, ergebnisorientiert, ..

Beweise

Ziel:

Überzeugen. Das Vertrauen vertiefen!

Wie?

- Testimonials, Referenzen
- Zahlen, Daten, Fakten,
- Presse/Medienberichte (zum Thema, zu Dir)
- Social Proof: Likes, Views, Freunde, Follower...
- Email-Liste
- Einkommen, wenn es passt...
- Live! Etwas zeigen, demonstrieren (Desktop-/Screensharing Funktion)
- ...

Widerlege damit auch Mythen und Lügen, die in Deinem Markt herumgeistern!

**Nutze auch hier schon die Chance „Einwand-Klassiker“ zu entkräften
(zu teuer, keine Zeit, zu spät, zu alt, zu jung, zu doof, zu schwierig, kenn ich schon ...)**

"Besser als Großartig!" - Verkaufssequenz

Folge der Struktur - wiederhole die Struktur...

Hier der Überblick für Dich:

- Bestandteil für Bestandteil - Baustein für Baustein
- Präsentiere den ersten, normalen Preis (das ist der übliche Deal, aber wir machen hier heute etwas besonderes..)
- Biete das exklusive "Besser-als-Großartig"-Paket nur für Teilnehmer dieses Webinars an (z.B. ohne Rabatt - aber mit MEHR Bonuses)
- Verstärke die Exklusivität und den Zeitfaktor (das Geschäft läuft am/bis _____ ab und/oder "Dieser Bonus ist nur für die ersten 10, die sich jetzt entscheiden gültig" - etc.)
- Erkläre und zeige ganz genau wie man bestellen/kaufen kann (was ist der nächste Schritt? und dann der nächste..?)
- Mache eine 90 Sekunden Zusammenfassung (Gib noch MEHR....)
- Gib eine Garantie (Ohne Fragen- Ohne Bedingungen 100% Geld-zurück-Garantie - einen No-Brainer)

- Habe immer ein Paket oder System als Angebot/Produkt!
- Zeige es Bestandteil für Bestandteil - Baustein für Baustein:
7 Tage, 10 Wochen, 5 Schritte, 4 Webinare/Coachingsessions, etc.

Folge der Struktur - wiederhole die Struktur...

- Mit diesem 1. Bestandteil | Element | Zubehör sind sie in der Lage zu X-en
(Vorteil, Nutzen, Gewinn - KEINE Features, Funktionen, was es ist oder kann nennen!!!)
- "Es macht" das durch | mit | dadurch | indem _____ (Features, Funktionen) welches | was | wodurch _____ (Vorteil, Nutzen, Gewinn).
(Jetzt erst Funktion, dann nochmal den Nutzen - 2x bis zu 7x Funktion/Nutzen je Element.)
- Erkläre erneut wozu sie damit in der Lage sein werden.
(Was sie damit machen und erreichen können, welche Resultate sie damit erzielen)
- Hänge ein Preisschild - einen realen Wert an das Element (... im Werte von € _____)

.. wiederhole diesen Aufbau für jedes Element!

Beweise

Ziel:

Überzeugen. Das Vertrauen vertiefen!

Wie?

- Testimonials, Referenzen
- Zahlen, Daten, Fakten,
- Presse/Medienberichte (zum Thema, zu Dir)
- Social Proof: Likes, Views, Freunde, Follower...
- Email-Liste
- Einkommen, wenn es passt...
- Live! Etwas zeigen, demonstrieren (Desktop-/Screensharing Funktion)
- ...

Widerlege damit auch Mythen und Lügen, die in Deinem Markt herumgeistern!

**Nutze auch hier schon die Chance „Einwand-Klassiker“ zu entkräften
(zu teuer, keine Zeit, zu spät, zu alt, zu jung, zu doof, zu schwierig, kenn ich schon ...)**

"Besser als Großartig!" - Mache eine 90 Sekunden Zusammenfassung

Mache eine 90 Sekunden Zusammenfassung

„Sei in den Augen der potentiellen Kunden noch cooler!“

Gib noch MEHR.... Boni, Zusatzprodukte, einmalige Angebote, zeitabhängige Angebote, ..

Mache ES zu einem No-Brainer! (..darüber muß man nicht nachdenken – will ich haben – jetzt ..)

- Wenn sie _____ (X haben | sein | machen wollen), ist dies die Antwort | Lösung (Verstärke die TOP 3 Wünsche, Ziele, Verlangen)
- Sie erhalten _____ (Schnelldurchlauf aller Elemente oder Überblick über das Gesamtpaket und System in einer Tabelle)
Hänge überall ein Preisschild dran und veröffentliche die Summe des Gesamtpaketes! (Komplett-Wert!)
- Und diese Garantie ("No-Brainer-Garantie" - 100% Geld-zurück-Garantie - ohne Fragen oder Angabe von Gründen - für 30-60 Tage oder länger...)
nimmt Ihnen jegliches Risiko. Das Risiko bleibt 100%-ig bei mir.
- Wenn sie sich bis | vor _____ (Deadline, Frist, Anmeldeschluss) registrieren | anmelden | für den Kauf entscheiden,
haben sie folgende Vorteile: _____
(Rabatt, Ratenzahlungsmöglichkeiten, Extra-Boni, lebenslang kostenlose Updates, niedrigsten Abo-Preis lebenslang einfrieren | keine Preiserhöhungen, ...)

Aktivierung: Call-To-Action! - Der Verkaufsabschluß

Sage, was jetzt zu tun ist!

- Heute Webinar Spezialpreis!
- Preis!
- + Bild des Paketes
- Jetzt hier den Link klicken und ... sichern
- + dem Bestelllink: www.domain.de/hier

Tu, was Du gesagt hast!

Zeige Schritt-für-Schritt den Bestellvorgang (Screenshots oder live mit Screensharing) und möglicherweise auch den Zielort (Mitgliederseite, Downloadseite) und was sie dort erwartet (.. in den „Als-ob“-Besitzerstatus bringen).

Q & A Abschluß - Fragen und Antworten

Je nach Bedarf: Pünktlich Schluss machen oder Open End – solange Fragen kommen!

Und immer wieder Aufrufe, aktiv zu werden (zu kaufen, Link zu klicken)!

Fragen & Antworten immer wieder mit dem unwiderstehlichen Angebot verknüpfen.

Wortwahl:

... hier den Link klicken ...

... noch sind 3 Plätze frei ...

.. darf ich fragen, wer schon „dabei“ ist?

.. der Schnellstarter-Bonus ist gleich weg ... jetzt ...

Viel Spaß und maximalen Erfolg mit der „Webinar-Flow Verkaufsvorlage“ wünscht



Roland Varduhn
Der Webinarmanager