



Webinar-Flow-Beispiel **Nr. 1**

Webinar über Webinare
Andrew Roberts & Jonathan Heath

Willkommen

- Eingangsfolie:
- Bild, Webinartitel, Name, Professionsbezeichnung
- Intro durch Co-Moderator oder Gastgeber J. Heath
- Seine Rolle
- Chat testen
- Menschen aus aller Welt
- Danken!
- Regeln
- Zeit- Ablauf und Gesamtzeit

Willkommen

- Hauptsprecher kommt rein: Andrew Roberts
- Vorteile von Webinaren, am aktuellen Live-Beispiel illustriert
- Menschen aus aller Welt
- Gastgeber an 2 Plätzen

Drama Baby!

- **Umfrage / Poll Funktion:**
- **Wer hat jemals ein Webinar selbst durchgeführt?**

Kleben-Bleiben-Strategie

Webinare sind die Zukunft...

Bleibe bis zum Ende...

Der letzte Teil, ist der Wichtigste..

Ich werde die Formel für erfolgreiche Webinare aufdecken!

"Zeig oder Stirb!,,

- Zum Anfüttern: Inhalte präsentieren!
- Aufzählung von Möglichkeiten, wie man und wofür man Webinare nutzen kann...

Drama Baby!

- **Umfrage / Poll Funktion durch Co-Moderator:**
- **Wofür würdest Du gerne Webinare nutzen wollen?**

Storytelling „Ich bin wie Du!“

- Wofür er Webinare i.d.R. einsetzt...

Das große Versprechen

- Beantworte 3 Fragen, die meine Webinar Teilnehmer immer haben:
 1. Sollte ich..?
 2. Funktioniert das auch für mich..?
 3. Warum es nicht funktioniert ...? (für diejenigen, die schon Webinare emachen)

Drama Baby!

- Metapher über Implementieren
- 1 Buch lesen + implementieren ist besser, als 10 Bücher zu lesen und nichts zu implementieren!
- Das Wichtigste – der Schlüssel zum Erfolg: Halte Dich an die Strategie (Vorlage!)

Beweise

- Fallstudie eines Klienten – **eines Zweiflers!!!**
- Erklärt anhand des Beispiels den „Kennen-Mögen-Vertrauen-Faktor“

Beweise

- Fallstudie eines Klienten – **eines Zweiflers!!!**
- Testimonial des Klienten

Beweise

- Fallstudie eines Klienten – **eines Zweiflers!!!**
- + aktuelle Email mit Erfolgsmeldung vom Klienten

Drama Baby!

- Poll/Umfrage (bewußt eingesetzt):
- Was wäre Dein Hauptinteresse Webinare einzusetzen?
 1. Schulung, Training
 2. Leads generieren
 3. Verkauf

Storytelling „Ich bin wie Du!“

- Bild, das ihn früher (Vorher) charakterisiert hat

Storytelling „Ich bin wie Du!“

- Bild, das ihn mit einer Gruppe zeigt
- **Transformation** seines Geschäftes von 1:1 zu 1:Vielen

Beweise

- ... für seine Erfolge (Geld, Umsatz, Klienten, etc.)

Storytelling „Ich bin wie Du!“

- Aber Stress, Burnout, Preis zahlen müssen, ...
- **Tiefpunkt...**

Beweise

- Daten aus Fach-Quellen:
- Überlebenschancen von Unternehmen..
- Grund Nr. 1: Burnout!

Storytelling „Ich bin wie Du!“

- Paradigmenwechsel, **Neu-Orientierung...**
- **Buch: 4h-Woche Tim Ferris**
- **+ Chatumfrage:** Wer kennt das Buch?

Storytelling „Ich bin wie Du!“

- Aufschwung! Neue Ziele...
- **Story über sein erstes Webinar als Teilnehmer und wie er gekauft hatte!**

Storytelling „Ich bin wie Du!“

- Aufschwung! Neue Ziele...
- **Story über sein erstes Webinar, das er selbst gehalten hatte!**

Beweise

- Resultate
- Einkommen Paypal Konto!

Storytelling „Ich bin wie Du!“

- Neues Leben...
- **Story über sein neues Leben, den Lebens- und Arbeitsstil!**

Kontext

- Überblick über die 3 Schritte = Formel
- (Versprechen)

"Zeig oder Stirb!,,

- Die Inhalte der Formel Schritt 1 präsentieren!
- 1. Vorbereitung

Drama Baby!

- Poll/Umfrage (bewußt eingesetzt – siehe folgende Inhalte):
- **Hast Du jemals an eine Gruppe/Viele verkauft?**

Drama Baby!

- Zitat: Axt schärfen..
- **Bild: Hase & Schildkröte/Igel**

"Zeig oder Stirb!,,

- Flow-Chart: Typischer Verkaufsprozess
- = das Alte!
- Nachteile, Speed, Ergebnisse, Aufwand

"Zeig oder Stirb!,,

- Flow-Chart: Webinar Verkaufsprozess
- = das Neue!
- Vorteile, Hebel, Anknüpfung an Testimonial 1 (s. oben)

Beweise

- 2. Fallstudie eines Klienten!!!
- Erklärt anhand des Beispiels den „neuen Verkaufsprozess“
- Zahlen, Konversionsraten

Beweise

- 3. Fallstudie – eigene Ergebnisse, Zahlen!!!
- Co-Moderator erklärt eigene Anwendungen des „neuen Verkaufsprozess“
- Zahlen, Konversionsraten

"Zeig oder Stirb!,,

- Zusammenfassen!
- Bild: Hebel
- Aufzählung der Vorteile des neuen Weges

"Zeig oder Stirb!,,

- Die Inhalte der Formel Schritt 2 präsentieren!
- 2. Promotion
- Größer Denken! Weltweit...

Drama Baby!

- Umfrage/Poll:
- **Was ist das Wichtigste, wenn es darum geht ein Webinar zu vermarkten?**
- **Antwort: Der Webinartitel!**

"Zeig oder Stirb!,,

- Typische Titel vorstellen: Gute und schlechte..

"Zeig oder Stirb!,,

- Bsp: Marketingplan, um Traffic zu generieren
- = auch Bestandteil des Angebotes!
- = indirekte Vorstellung des Produktes
- Bsp: Optinseiten

"Zeig oder Stirb!,,

- Bsp: Marketingplan, um Traffic zu generieren
- ... durch Joint-Ventures und strategische Partner

"Zeig oder Stirb!,,

- Bsp: Marketingplan, um Traffic zu generieren
- ... durch Joint-Ventures und strategische Partner
- + Vorteile dieser Traffic-Quelle

Drama Baby!

- Bild & Geschichte, wie er arbeitet...
- Home Office, Notebook, Headset
- Mobile Beispiele

Beweise

- 4. Fallstudie eines Klienten!!!
- Erklärt anhand des Beispiels ein Traffic-Modell
- Zahlen, Konversionsraten

"Zeig oder Stirb!,,

- Die Inhalte der Formel Schritt 3 präsentieren!
- 3. Präsentieren: Was und Wie!
- Zitat: Folge einem System, das funktioniert und Du wirst erfolgreich sein!

Drama Baby!

- Poll: Angst vor vielen Menschen zu sprechen?
- (Angst Nr. 1 aller Menschen!)
- Ja – Nein – Weiß nicht

"Zeig oder Stirb!,,

- Folge einfach dem System!
- Du mußt kein professioneller Sprecher sein, um in Webinaren erfolgreich zu sprechen.
- Einwand entkräftet: Öffentlich sprechen.., Angst vor der Gruppe, noch nie gemacht, ..

"Zeig oder Stirb!,,

- Die Formel! (Versprechen + Kleben-Bleiben..)
- 6 Schritte, Schlüssel: Kennen-Mögen-Vertrauen

"Zeig oder Stirb!,,

- Positive Veränderung: Kunden und Klienten jagen ihn, laufen ihm hinterher
- Einwand entkräftet: Da muß ich ja verkaufen!
oder Muss ich da verkaufen?

"Zeig oder Stirb!,,

- Schlüssel zum Erfolg: Klar sein, über mein unwiderstehliches Angebot und meinen Abschluß – bevor ich mit dem Webinar starte.
- = Sicherheit, keine Angst vor dem Verkauf

"Zeig oder Stirb!,,

- Inhalte unterstützen den Verkauf – sind der Überzeuger
- = Verkaufen, ohne zu verkaufen!
- Übergang: Der natürliche nächste Schritt...

Drama Baby!

- Frage an Co-Moderator: Was man in 48 Std. nach dem Webinar erwarten kann?
- Beginn Übergang zum Verkauf!!!

Beweise

- 5. Fallstudie – eigene...
- Wann die meisten Bestellungen kommen, am meisten verkauft wird!?
- Zahlen, Konversionsraten: 20 Min./90% aller Abschlüsse, 50-60 Verkäufe, Vgl. Verkaufsteam
- = „Will ich auch!“ wecken...

Übergang Verkauf

- Heute 3 Fragen beantwortet, die meine Webinararteilnehmer immer haben:
 1. Sollte ich..?
 2. Funktioniert das auch für mich..?
 3. Warum es nicht funktioniert ...? (für diejenigen, die schon Webinare emachen)

Übergang Verkauf

- Zusammenfassung der Inhalte und Antworten mit allen Vorteilen von Webinaren
- Take-Aways!
- System
- Verstehe gar nicht, warum wenige immer noch nicht starten – so einfach – folge einfach dem System..

Übergang Verkauf

- Die einzige Frage, die noch bleibt lautet: Was braucht es, um für mein Geschäft mit Webinar Marketing erfolgreich zu starten?
- Das ist der Grund... (Übergang zum Verkauf!)

Verkauf

- Das ist der Grund... warum wir die letzten 2 Jahren dieses System für Dich weiter perfektioniert haben..
- BILD (eCovers) des Gesamtpaketes!
- Wir nennen es auch: Die Kunst des 5-stelligen Webinar! (Branding, benenne Dein Produkt!)

Verkauf

- Was wir getan haben...
- (... beschreibe Vorteile und nutze Adjektive, Merkmale des Produktes: umfangreich, einfach, strukturiert, Schritt-für-Schritt, anwendungsfreundlich, zeitsparend, ergebnisorientiert, ..)

Verkaufssequenz

- **ACHTUNG!**
- 9 Wochen Module = **für jede Woche eine Folie! (fehlen hier...)**
- (kannst Du auch mit Std., Tagen, Schritten, DVD's, Webinaren, etc. machen...)

Verkaufssequenz

- Was es ist: Online Kurs (Merkmale, Adjektive wiederholen..)
- Was in jeder Woche an Inhalten (**Feature!**) kommt und welche +**Vorteile** das hat!
- Was man alles bekommt je Modul/Woche...

Verkaufssequenz

- Wie man Zugang dazu bekommt = Mitgliedseite zeigen...
- UND ausserdem.. (ohne Bonus zu sagen)... 2-3 weitere Dinge aufzählen

Verkaufssequenz

- Lass mich Dir Schritt-für Schritt zeigen, was Du alles bekommst:
- **TABELLE!** Alles auflisten...
- Was | Wert in EUR! (realer Wert, Verkaufswert, unbezahlbar, ..) + die Summe, den Gesamtpreis des Angebotes

Aktivierung: Call-To-Action!

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

weiter... Verkauf

- Vorteile/Gewinn: warum jetzt kaufen, einsteigen, anfangen...

Drama Baby!

- Zitat: Was reiche Menschen tun,..
- Was arme... tun...

Aktivierung: Call-To-Action!

- Verpflichte Dich jetzt...
- Vergleiche mit anderen Paketen, Kursen, Produkten
- Vorteile: Spare jetzt 100 Std. Zeit, Geld, etc.

Verkaufssequenz

- Bonus 1
- Mit Bild..
- Verknappung – nur für die nächsten 60 Minuten
- Belohnung für Schnell-Entscheider..., diejenigen, die sofort handeln

Verkaufssequenz

- Ausserdem – zusätzlich Bonus 2
- Mit Bild..
- Verknappung – nur für die nächsten 10, die jetzt bestellen .. Bonus 2
- Belohnung für Schnell-Entscheider..., diejenigen, die sofort handeln

Verkaufssequenz

- Ausserdem – zusätzlich meine Garantie (100%-Geld-zurück-ohne Fragen-..)
- als Bild.. Grafik

Aktivierung: Call-To-Action!

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

Drama Baby!

- Zitat Einstein: Einfach machen .. aber nicht noch einfacher...
- (Botschaft: System ist simple –einfacher geht es nicht mehr!)

Wiederholung Verkaufssequenz

- Lass mich Dir Schritt-für Schritt zeigen, was Du alles bekommst:
- TABELLE! Alles auflisten...
- Was | Wert in EUR! (realer Wert, Verkaufswert, unbezahlbar, ..) + die Summe, den Gesamtpreis des Angebotes

Aktivierung: Call-To-Action!

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

Aktivierung: Call-To-Action!

- Bild & Botschaft: Viel Freude bei der Reise!
- + dem Bestelllink: www.domain.de/hier

Drama Baby!

- Q & A Open End oder genau auf den Punkt und Abschluß
- Vom Co-Moderator
- Noch ein Goodie im Angebot!
- Danke!