

# Wie Sie mit Lead Magneten E-Mail-Adressen von potenziellen Kunden gewinnen

Präsentiert von Mireille van Reenen, Jamie  
Hänni und Michelle Ginzburg

# 06

**Wie Sie mit  
Leichtigkeit Ihre  
eigenen Lead  
Magnete erstellen**

# E-Books erstellen

Leitfäden

**E-Books**

Checklisten

Quiz

Kurse

Free Trials

kostenpflichtige  
Tools

Videos

Chatbot

Usw. usw.

# Beispiel: Rezeptbuch (1)

- Lead-Magnet: Als Newsletter-Abonnent erhalten Sie kostenlos mein E-Rezeptbuch
- CTA: "Ja, schicken Sie mir diese Blogs, Gemüsegartentipps und Rezepte"

MOESBRIEF

Eike maand automatisch mijn nieuwste blog in je mail? Handige moestuintips en heerlijke recepten ontvangen? Meld je dan aan voor de Moesbrief.

Ontvang als Moesbrief-abonnee gratis mijn e-receptenboek

Voornaam

Achternaam

E-mail

Ja, stuur mij die blogs, moestuintips en recepten

MOESBRIEF

Eike maand automatisch mijn nieuwste blog in je mail? Handige moestuintips en heerlijke recepten ontvangen? Meld je dan aan voor de Moesbrief.

Voornaam

Achternaam

E-mail

Ja, stuur mij die blogs, moestuintips en recepten

Blog Recepten Over mij Samenwerken Contact Change

## MINI-MOESTUINTJE IN DE STAD

Blog RECEPTEN OVER MIJ CONTACT

### HANDIGE TIPS VOOR JOUW MINI-MOESTUINTJE

TEEN- EN BALDENSTIJLING, VAN SAARLE PLEK NAAR GARDERE STEK

#### MOESBRIEF

Eike maand automatisch mijn nieuwste blog in je mail? Handige moestuintips en heerlijke recepten ontvangen? Meld je dan aan voor de Moesbrief.

Ontvang als Moesbrief-abonnee gratis mijn e-receptenboek

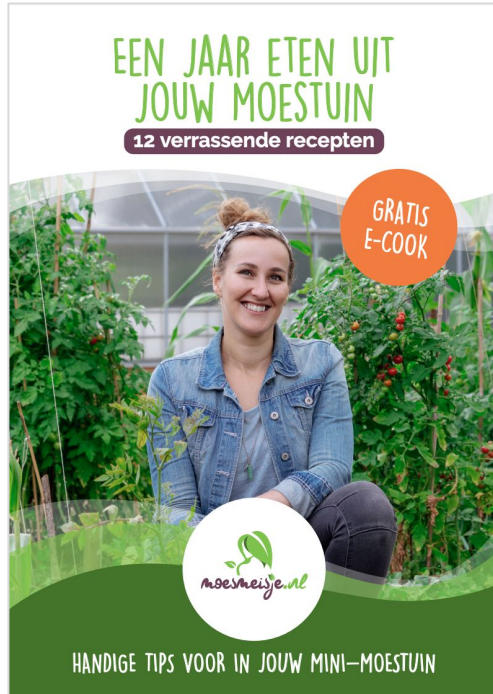
Voornaam

Achternaam

E-mail

Ja, stuur mij die blogs, moestuintips en recepten

# Beispiel: Rezeptbuch (2)



- 16 Seiten
- 12 Recepte (für jeden Monat 1 Rezept)
- Titelseite, Vorwort, Impressum, Rückseite (mit Verweis auf Website)
- Passt zur Nische, weckt das Interesse, mehr über das Gärtnern zu erfahren

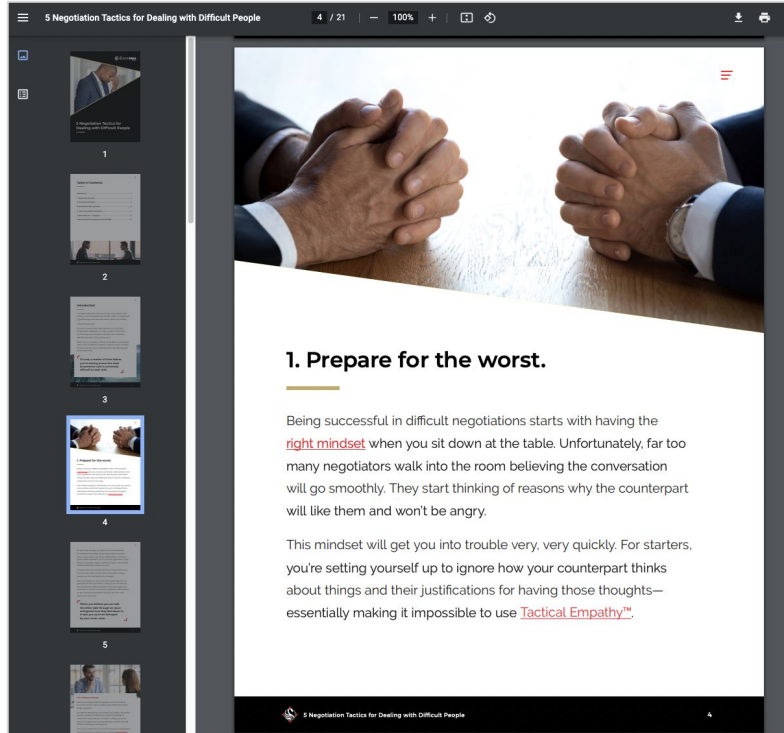
# Beispiel: Verhandlung Tipps (1)



Lead-Magnet:

Beim Download melden Sie sich auch für den Newsletter an

# Beispiel: Verhandlung Tipps (2)



- Titelseite, Inhaltsverzeichnis, Rückseite
- 18 Seiten mit 5 Tipps
- viele Fotos, große Schrift, viele Zitate
- Rückseite: CTA „Kontaktieren Sie uns“ und Informationen zur Ausbildung

# Ein E-Book erstellen



Ziel?

Für wen?

Wo & wie?

Wann & wie  
lange?

Thema?

Elemente?

Aufbau?

Inhalts-  
verzeichnis

Welche Texte?

Welche Bilder /  
Grafiken?

Master Seite  
erstellen

Layout pro Seite /  
Kapitel  
verschönern

Dem Zweck dienend?

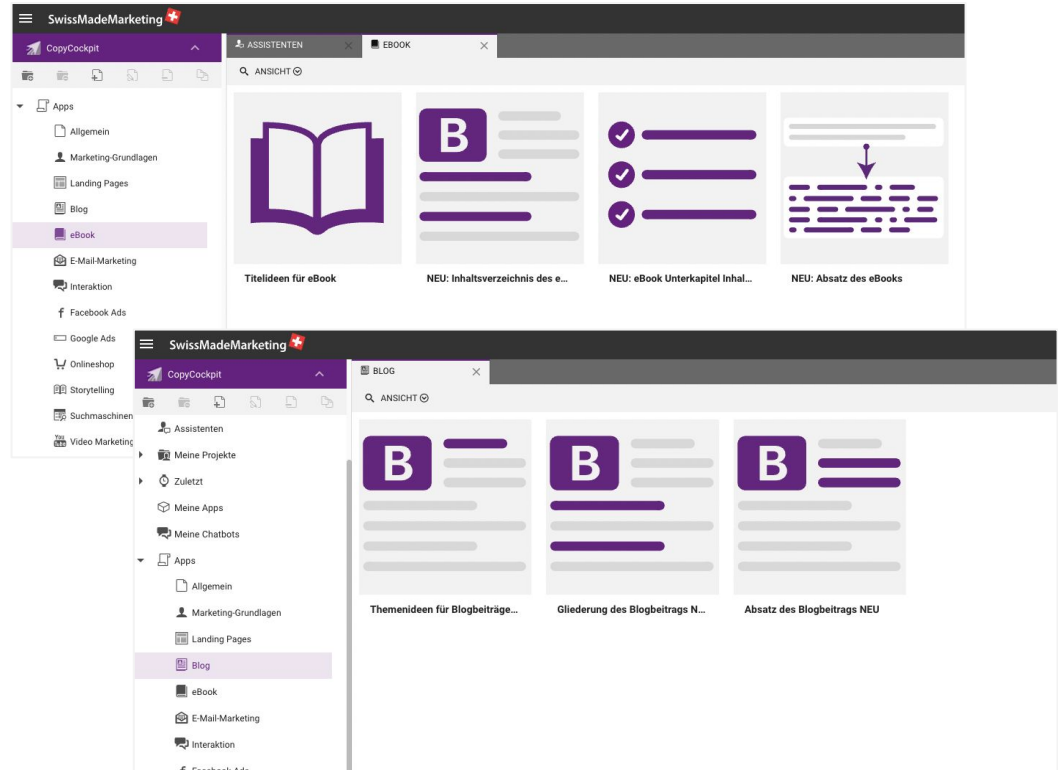
Globalen Inhalt prüfen

Details prüfen



# Ideen brainstormen

- Keyword Recherche
- Forums und FAQs
- Ihre meistbesuchte(r) Unterseite / Blog / Social Media Post
- Tools, wie CopyCockpit



# Weiteres Beispiel: eines unserer E-Books



SwissMadeMarketing 

**AIDA** cockpit

## Die besten Marketing-Strategien für Ihren Erfolg!

In diesem Dokument haben wir eine Aufstellung der besten Marketing-Strategien für Ihren Erfolg im Online-Marketing erstellt und kompakt für Sie zusammengefasst. Die Marketing-Strategien sind nach dem AIDA-Prinzip aufgeteilt, welches potentielle Kunden schrittweise zum Kauf / Buchung / Termin /... führen soll:

Attention (Aufmerksamkeit) - Interest (Interesse) - Desire (Wunsch) - Action (Handlung)

- ✓ die BESTEN Marketing Strategien kompakt zusammengefasst
- ✓ SCHNELLER ÜBERBLICK über erprobte Strategien
- ✓ gegliedert nach der Marketing-ZAUBERFORMEL AIDA

[Hier klicken um zu erfahren, ob Sie auch JA, das will ich >>>](#)

- 23 Seiten
- viele Themen
- kurzer Text mit Tipps pro Thema



## AIDA - Die besten Marketing Strategien zusammengestellt von SwissMadeMarketing

### Inhaltsverzeichnis

#### Einleitung

##### 1. Attention (Aufmerksamkeit)

###### 1.1.1 Facebook

###### 1.1.2 YouTube

###### 1.1.3 Instagram

###### 1.2. Email Marketing

###### 1.2.1 Content Marketing

###### 1.2.2 News / Slack / Mess

###### 1.2.3 Instagram Live oder andere

###### 1.2.4 Retarget

###### 1.2.5 Webtop

###### 1.2.6 Webinars

###### 1.2.7 Seminar / Webinar / Workshop durch Sie organisiert

##### 1.3. Intensive Aufmerksamkeit/Strategien

###### 1.3.1 E-Mail

###### 1.3.2 Marketing an Hochschulen/Strategien

###### 1.3.3 Produkt-Samples

##### 2. Interest (Interesse)

###### 2.1. Social-Media

###### 2.1.1 Facebook-Post (auch Insider-Post)

###### 2.1.2 Die 5-Strategie

###### 2.1.3 Insider-Tag

###### 2.2. Display-Strategien

###### 2.2.1 Facebook-Display/Kampagnen

###### 2.2.2 Suchmaschinen

###### 2.2.3 Display-Native

###### 2.2.4 Mailtop

###### 2.2.5 Display-Ad-Exchange-Strategien

###### 2.2.6 Video-Advertising

###### 2.2.7 Display-Advertising-Strategien

###### 2.2.8 Display-Advertising-Strategien

###### 2.2.9 Display-Advertising-Strategien

###### 2.2.10 Display-Advertising-Strategien

###### 2.2.11 Display-Advertising-Strategien

###### 2.2.12 Display-Advertising-Strategien

###### 2.2.13 Display-Advertising-Strategien

###### 2.2.14 Display-Advertising-Strategien

###### 2.2.15 Display-Advertising-Strategien

##### 3. Desire (Wunsch)

## 1. Attention (Aufmerksamkeit)

In einem ersten Schritt gilt es, die Aufmerksamkeit Ihrer Zielgruppe auf sich zu ziehen und / oder sich einem grösseren Publikum bemerkbar zu machen. Welche Strategien hierzu bestens geeignet sind und wie Sie Ihre Reichweite **vergrössern** können, verraten wir Ihnen in diesem Kapitel.

### 1.1 Online-Plattform-Strategien

#### 1.1.1 Facebook

Mit fast zwei Milliarden Nutzern gehört Facebook noch immer zu den mächtigsten sozialen Netzwerken der Welt. Das sind alles potenzielle Kunden für Sie! Erstellen Sie eine Fanpage oder eine Gruppe für Ihr Unternehmen und posten Sie dort **regelmässig Beiträge** zu Ihrem Angebot / Produkt. Werden Ihre Inhalte **erstmal kommentiert und geteilt**, erreichen Sie **schnell ein grosses Zielpublikum**. Haben Sie **erstmal das Prinzip der sozialen Medien erseht**, sind Ihre Reichweite keine Grenzen mehr gesetzt!

#### 1.1.2 YouTube

Auch YouTube ist aus dem täglichen Gebrauch vieler Menschen nicht mehr wegzudenken. Nutzen Sie diese Chance und werden Sie auch auf dieser Plattform **aktiv**! Erstellen Sie eine Werbeanzeige und stellen Sie sich und Ihr Unternehmen YouTube-Besuchern vor oder nehmen Sie ein Produkt-Video auf, in welchem Sie Ihr **best laufendes Produkt vorstellen und anbieten**.  
Tipp: Fügen Sie im Video 3-3 Handlungs-Aufforderungen (Call-To-Action) ein!

#### 1.1.3 AdWords

Jeden Tag verarbeitet Google mehrere Millionen Suchanfragen. Wie können Sie aus diesem riesigen Traffic **Profit schlagen**? Nutzen Sie Google AdWords und erstellen Sie eine **bezahlte Werbeanzeige** bei Google! Bieten Sie **jedem, der auf Ihre Anzeige klickt, etwas auf Ihrer Webseite an, das sein Interesse weckt** - zum Beispiel gratis Content im Gegenzug zu seiner

# weitere Beispiele von uns: in Zusammenarbeit mit Partnern


SwissMadeMarketing

## Wie auch Sie erfolgreich werden!

Das Buch "Der Tag an dem sich alles änderte" von Thomas Klusmann gehört zur "Erfolg im Blut"-Buchreihe und beinhaltet Tipps und Tricks, wie Sie (persönlich) erfolgreich werden, was Sie auf Ihrem Weg dahin beachten müssen und welche Herausforderungen Sie auf diesem Weg erwarten.

SwissMadeMarketing hat alle wesentlichen Inhalte dieses Buches für Sie zusammengefasst - in diesem Dokument. Die Zusammenfassung basiert auf der 1. Auflage 2017.

Laden Sie das Dokument herunter und starten Sie noch Heute mit der Veränderung!



- ✓ Der Weg wie Thomas erfolgreich wurde
- ✓ wie Sie erfolgreich werden
- ✓ welche Herausforderungen Sie erwarten
- ✓ Tipps von vielen bekannten Persönlichkeiten

Ja, das will ich >>>

Insider-Report

## So machen Sie als Online-Dienstleister garantiert mehr Umsatz mit lokalen Unternehmen

Sind Sie auch ein Online-Dienstleister für lokale Geschäfte oder möchten in diesem Bereich ein (Neben)geschäft aufbauen?  
Dann wurde dieser Report für Sie geschrieben!



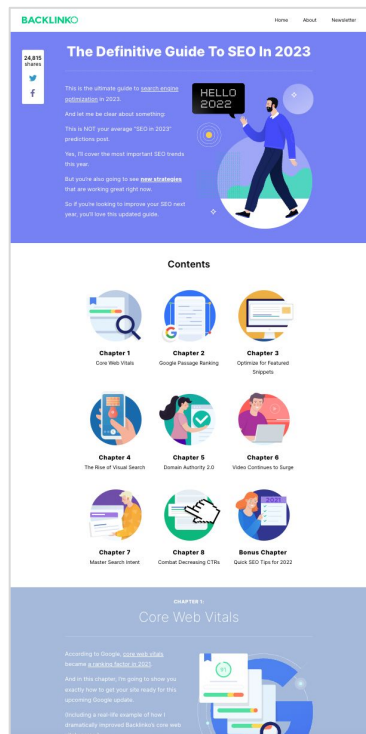
Erhalten Sie in diesem Report konkrete Tipps und Antwort auf die Fragen:

- ✓ Wer ist meine Zielgruppe und was soll ich anbieten?
- ✓ Wie komme ich an Leads und Kunden?
- ✓ Wie präsentiere ich mein Angebot um Verkäufe zu erreichen?
- ✓ Wie erbringe ich meine Dienstleistungen?
- ✓ Wie geht es nun weiter?

Ja, diesen Report will ich >>>

# Erstellen Sie ein attraktives Layout


## Beispiel: Backlinko 'Definitive Guide'



"Der endgültige  
SEO-Leitfaden 2023"

Tipp: Finden Sie  
Freelancers über  
[de.fiverr.com](https://de.fiverr.com)

# Ein wichtiger Tipp von Sam!

SwissMadeMarketing 



## Keyword Strategie

Ein Report von SwissMadeMarketing

Wenn es darum geht, eine Webseite einzurichten und deren Inhalte profitabel zu gestalten, ist eine gut geplante Keyword-Strategie unerlässlich. Aber:

- Wie finde ich profitable Keywords?
- Was für Keyword-Typen gibt es und wie nutze ich sie zu meinem Vorteil?
- Wie viel Traffic kann ich mit einem Top-Ranking bei diesem Keyword erwarten?
- Wie organisiere ich die Keywords auf meiner Seite?

SwissMadeMarketing kennt die Antworten auf diese Fragen.

Laden Sie unseren kostenlosen Report "Keyword Strategie" herunter und lernen Sie, profitable Keywords zu finden und richtig zu nutzen.

[HIER KLICKEN UND GRATIS REPORT ERHALTEN](#)

# Checklisten & Leitfäden erstellen

**Leitfäden**

E-Books

**Checklisten**

Quiz

Kurse

Free Trials

kostenpflichtige  
Tools

Videos

Chatbot

Usw. usw.

# Beispiel: Umzugs-Checkliste

- Diese Checkliste ist ziemlich umfangreich
- Stichpunkte & strukturiert
- Verweis auf Website mit "Haben Sie auch an die Versicherung gedacht?"

**die Mobiliar**

### Die praktische Checkliste für Ihren Umzug

**Zwei bis vier Monate vor dem Umzug**

- Wohnung oder Hotel, Zimmern...
- Mietvertrag unterschreiben und Mietkaufverbot beachten
- Mietvertrag prüfen, bei vorzeitigem Umzug Nachbarn suchen
- Umzugsdatum festlegen
- Umzugsdatum mit Anmietern abstimmen
- Budget für den Umzug kalkulieren
- Einrichtungs- und Umzugskosten und Transportkosten abschätzen
- Umzug mit Freunden / Familie einbringen, Umzugshelfer gewinnen
- Umzug von Unternehmen / Ökonomie umziehen, Umzugskosten abschätzen
- Umzugskosten für Möbel mit dem Umzug einpreisen, Transporter mieten
- Liefer- und Abholtermine festlegen
- Einlagerung beweglicher Objekte, evtl. Abschreibungswert ermitteln
- Liefer- und Abholtermine, Telefonat, etc. klären
- Mit Kindern, Kindern in Kindergarten / Vorkurs anmelden und um neuen Ort ummelden

**Zwei bis drei Monate vor dem Umzug**

- Liefer- und Abholtermine, Telefonat, etc. klären
- Einbringen von Möbeln, Möbel und Einrichtungsgegenstände
- Verpacken, verladen oder entsorgen von unbenutztem Mob und Gut
- Umzugskosten und Transportmanagement beschreiben
- Mit Freunden und Freunden / Familien / Verwandten für Umzugshelfer gewinnen

**Wochen vor dem Umzug**

- Bei schlechter Platzplatzsituation, Parkhäuser für Umzugshelfer oder von Umzugshelfern befragen lassen
- Bei Bedarf ein Mietfahrzeug und Auf Umzugshelfer bestellen

**Zwei Wochen vor dem Umzug**

- Rufen packen
- Mietwagen für Umzug einplanen
- Festlegen, welche Möbel durch von dem alten und neuem werden
- Mietvertrag für die neue Wohnung
- Abmeldung der alten Wohnung
- Einreichung für die neue Wohnung einreichen

**Eine Woche vor dem Umzug**

- Bestehende Versicherungen prüfen oder stellen lassen
- Bei Umzug-Geldern abschließen
- Umzug mit Freunden / Familie einbringen, Umzugshelfer gewinnen
- Umzug mit Unternehmen / Ökonomie umziehen, Umzugskosten abschätzen
- Übernahme der neuen Wohnung

**Am Tag vor dem Umzug**

- Notrufnummern (Polizei, Feuerwehr, etc.) merken
- Verfügbare für Umzugshelfer einholen
- Schlüssel und Dokumente von Mietern abholen
- So früh wie möglich ins Bett gehen

**An Umzugstag**

- Umzugshelfer / Transporter / Mietwagen / Mietwagen / Mietwagen
- Umzug mit Unternehmen / Ökonomie umziehen, Umzugskosten abschätzen
- Mietvertrag unterschreiben
- Mietvertrag prüfen, bei vorzeitigem Umzug Nachbarn suchen
- Umzugsdatum festlegen
- Umzugsdatum mit Anmietern abstimmen
- Budget für den Umzug kalkulieren
- Einrichtungs- und Umzugskosten und Transportkosten abschätzen
- Umzug mit Freunden / Familie einbringen, Umzugshelfer gewinnen
- Umzug von Unternehmen / Ökonomie umziehen, Umzugskosten abschätzen
- Umzugskosten für Möbel mit dem Umzug einpreisen, Transporter mieten
- Liefer- und Abholtermine festlegen
- Einlagerung beweglicher Objekte, evtl. Abschreibungswert ermitteln
- Liefer- und Abholtermine, Telefonat, etc. klären
- Mit Kindern, Kindern in Kindergarten / Vorkurs anmelden und um neuen Ort ummelden

**Wochen nach dem Umzug**

- Liefer- und Abholtermine, Telefonat, etc. klären
- Einbringen von Möbeln, Möbel und Einrichtungsgegenstände
- Verpacken, verladen oder entsorgen von unbenutztem Mob und Gut
- Umzugskosten und Transportmanagement beschreiben
- Mit Freunden und Freunden / Familien / Verwandten für Umzugshelfer gewinnen

**Überprüfen Sie Ihre neuen Tipps und Ihre neue Umzug**

**die Mobiliar**

Agentur suchen

Download

Checkliste Umzug (917kB)

auszeichnungen

comiparis.ch

bestrotax

Partner für den unkomplizierten Umzug

Neue Wohnung? Organisieren Sie mit wenigen Klicks Ihren Umzug und ziehen Sie mit MoveAgain bequem von A nach B.

Wohnung

Die clevere Mängeliste für Ihr neues Zuhause

Mit Hilfe der App «litzu» erstellen Sie die Mängeliste schnell und unkompliziert und schicken diese rechtzeitig Ihrem Vermieter.

**Einpacken, umziehen, auspacken**

Alles rund um Ihren Umzug

Ihnen steht ein Umzug bevor? Sie freuen sich auf Ihr neues Zuhause, aber es gibt ein Problem: Sie sind ein bisschen nervös. Haben Sie auch an die Versicherung gedacht?

**Rotgeber**

Umziehen leicht gemacht

Sie ziehen bald um? Unsere Tipps und Download-Checkliste helfen Ihnen, Ihren Umzug zu planen. Damit kein «Ja» unter den Tisch fällt.

**Rotgeber**

Vor dem Umzug auch an die Versicherung gedacht?

Planung ist beim Umzug die halbe Miete – das betrifft auch den Versicherungsschutz.

**Rotgeber**

Sauber aus der alten Wohnung

Nach dem Umzug wollen Sie sich in einem neuen Heim erleben. Doch die alte Wohnung muss für die Abgabe sauber sein. Diese selber zu putzen braucht viel Zeit und Energie. Eine professionelle Reinigung hingegen kostet. Was lohnt sich und worauf müssen Sie besonders achten?

# Beispiel: Hausaufgaben Leitfäden 'Tipps für gelungenes Lernen'

**Welcher Hausaufgaben-Typ ist dein Kind? Tipps für gelungenes Lernen**

Hausaufgaben sorgen mitunter für ganz schön Zündstoff. Was, wenn die Tochter lieber turnt, statt Mathe zu pauken? Oder der Sohn seine «Übgen» stets verläuert oder vergisst? Eine Expertin über sechs verschiedene Hausaufgaben-Typen und nützliche Tipps, wie es mit dem Lernen zu Hause besser klappt.

**1. Die Schnell-Erlediger**

Dein Kind kennt nach Hause, setzt sich hin und erledigt seine Hausaufgaben in zwei Minuten. Es plant oft eine Blöde bei, wenn es jedes Wort liest und das in einer kaum beachteten Sekunde dann geht raus zum Spielen.

**2. Die Aufschieber**

Oh Kind, wenn du kein Bein freischalst, sind die Hausaufgaben zu erledigen. Es ist parat und bereit eines Eltern, um die Lärmpolizei zu schicken.

**3. Die Träumer- und Trödler**

Dein Kind muss einen Hund, eine Kitzle und fünf Hühner auf einem Bauernhof malen. Es nimmt mehrere Anläufe, bis es die Tiere perfekt

**6. Die Vergesslichen**

Dein Kind sagt, es habe keine «Übgen» oder es habe sie schon erledigt. Erste Woche kommt die Rückmeldung der Lehrerin: Es habe die ganze Woche die Aufgaben vergessen.

Hier gilt es herauszufinden, was es liegt! Viele Kinder haben Mühe, die Hausaufgaben richtig im Kopf zu behalten. Die vergessen es, Notizen zu machen, wenn die Lehrperson die Hausaufgaben an die Tafel schreibt. Oder sie schreiben langsamer als die anderen, mühsamer aber mit ihnen in die Pause hinein. Manchmal finden nicht so, wenn die Eltern mit ihnen die Hausaufgaben vorbereiten, zum Beispiel Faktoren schon direkt aufschreiben lassen. Oder verhindern, dass es die Ziele erreicht, wenn es in einem Fach keine gibt. Dann bedeutet eine klare Zeile, dass das Kind etwas vergessen hat und die Kollegen nachfragen muss. Auch eine Prüflingsliste oder so der anderen Seite im Aufgabenblatt kann helfen, gleich an der richtigen Stelle zu landen. Manchmal endet sich auch die Lehrperson lernt, das Hausaufgabenheft für eine Weile am Ende des Schultags zu bekommen.

**Gut zu wissen**

- Eltern helfen im Idealfall nur, wenn das Kind eine Hilfe wirklich braucht, und drängen sich nicht auf. Aus Studien ist bekannt, dass übermäßige Einmischung der Eltern sogar schädlich ist.
- Lebensalter mal zwei: So lange können sich Kinder ungefähr konzentrieren. Dann braucht eine kurze Pause. Nimmt die Konzentration ab, empfinden sie die Aufgaben oft nur noch als mühsam. Da es um die letzte Brücke bei einer «Ergebnis» merken, und mit der Aufgaben diese (Zugang) verbunden.
- Den Fokus auf das legen, was gerade gut läuft. Eltern Kind, das sonst Mühe hat, sich zu konzentrieren, sagen: «Nimm dir gerade gut konzentriert - Erinnere, was in der Regel wenig sorgfältig arbeitet - «Woh, die hast du dir gerade so gut! - So können Eltern eine gute Arbeitsleistung fördern.

**Der beste Ort für Hausaufgaben**

Manche Kinder lernen besser in der Nähe ihrer Eltern in der Küche oder am Esstisch. Andere haben sich gerne in ihr Zimmer oder im Büro zurück. Einige gemischten mit dem Kind heraus, was der richtige Ort für das Halten der Hausaufgaben ist.

**Positive Lernumgebung schaffen**

Wenn du dich für einen Rückgang der Konzentration an der Konzentration entscheidest, nutze mit dem Kind die Zeit, das mit allem Nötigen für Schreibzeug oder Papier ausgestattet ist. Ein kleiner Zettelkasten mit einem Schreibstempel, oder Wörter oder Stich mit Lieblingsmotiven kann die Motivation anheben.

**Unsere Lieblingsprodukte für erfolgreiches Pauken**

<b>76,-</b> Kleinformatiges Hochformatiges Schreibzeug ★★★★	<b>19,90</b> Stilvolles Schreibzeug ★★★★	<b>39,90</b> Kawaii Schreibzeug ★★★★	<b>19,90</b> Kawaii Schreibzeug ★★★★
---	---	---	---

- Hier: auf der Website. Kann aber auch als PDF erstellt werden
- 6 kurze Themen mit Erklärung, Einleitung und Schluss
- Verweis auf zugehörigen Artikel & Kaufangebot



# Gleiche Schritte wie bei einem E-Book



Ziel?

Für wen?

Wo & wie?

Wann & wie  
lange?

Thema?

Elemente?

Aufbau?

Inhalts-  
verzeichnis

Welche Texte?

Welche Bilder /  
Grafiken?

Master Seite  
erstellen

Layout pro Seite /  
Kapitel  
verschönern

Dem Zweck dienend?

Globalen Inhalt prüfen

Details prüfen

# Halten Sie es kurz und klar

- Begrenzte Anzahl von Seiten
- Aufzählungspunkte statt ganzer Texte möglich
- Mit Bildern ansprechend gestalten

zum Beispiel:

- Die 5 wichtigsten Tipps für...
- Die komplette Übersicht über...
- Der klare Schritt-für-Schritt-Plan, um endlich ...
- Alles was Sie wissen müssen über...

# Weiteres Beispiel: Video & Tonausrüstung Liste

**JETZT GRATIS HERUNTERLADEN!**



PDF-Datei

## Die Video und Tonausrüstung von SwissMadeMarketing GmbH



Wir haben die gesamte Video und Tonausrüstung aufgelistet, welche die SwissMadeMarketing GmbH für Ihre Videoaufnahmen nutzt.

Tragen Sie Ihren Namen und Ihre E-Mail-Adresse ein und klicken Sie auf den untenstehenden Button, um Zugriff auf die gesamte Liste zu erhalten!

- Hiermit stimme ich zu, dass meine Angaben aus dem Kontaktformular zur Bearbeitung meiner Anfrage erhoben und verarbeitet werden und von SwissMadeMarketing für weitere Angebote / Werbezwecke genutzt werden dürfen. Hinweis: Sie können Ihre Einwilligung jederzeit für die Zukunft per E-Mail an [support@swissmademarketing.com](mailto:support@swissmademarketing.com) widerrufen. Detaillierte Informationen zum Umgang mit Nutzerdaten finden Sie in unserer [Datenschutzerklärung](#).

**Jetzt PDF herunterladen!**

## Die Video- und Tonausrüstung von SwissMadeMarketing GmbH

Kamera & Objektiv	
	
<b>Canon EOS 700D DSLR Digitalkamera</b> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Full HD Video-Aufnahmen</li><li>✓ Schwenkbare Display</li><li>✓ Preis bei Amazon.de: ca. €630</li><li><a href="#">Klickt auf Amazon ansehen</a></li></ul>	<b>Sigma Objektiv 18-200mm F3.5-6.3</b> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Ideal für Aufnahmen mit Hintergrundunschärfe</li><li>✓ Unschärfe ist nicht zu stark</li><li>✓ Preis bei Amazon.de: ca. €730</li><li><a href="#">Klickt auf Amazon ansehen</a></li></ul>
	
<b>Manfrotto Pro 714BKT 30-Beiniger Stativ</b> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ max. Höhe: 185 cm</li><li>✓ leicht, dank der Karbon- und Aluminium-Beine</li><li>✓ Aufnahmen im Stehen auf gleicher Höhe: 100</li><li>✓ Drehbare Mittelstütze</li><li>✓ Wasserdichte</li><li>✓ inkl. Transporttasche</li><li>✓ Preis bei Amazon.de: ca. €130</li><li><a href="#">Klickt auf Amazon ansehen</a></li></ul>	<b>Professionelle Softbox</b> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ 24 Leuchtröhren (d.h. man kann zwischen 2 oder 4 Leuchten wählen)</li><li>✓ mit Stativ</li><li>✓ inkl. der Einbauelementen</li><li>✓ Preis bei Amazon.de: ca. €200</li><li><a href="#">Klickt auf Amazon ansehen</a></li></ul>

\*alle Preise gem. Stand März 2018

- 3 Seiten
- kurz & klar
- auf den Punkt

# Videos erstellen

Leitfäden

E-Books

Checklisten

Quiz

Kurse

Free Trials

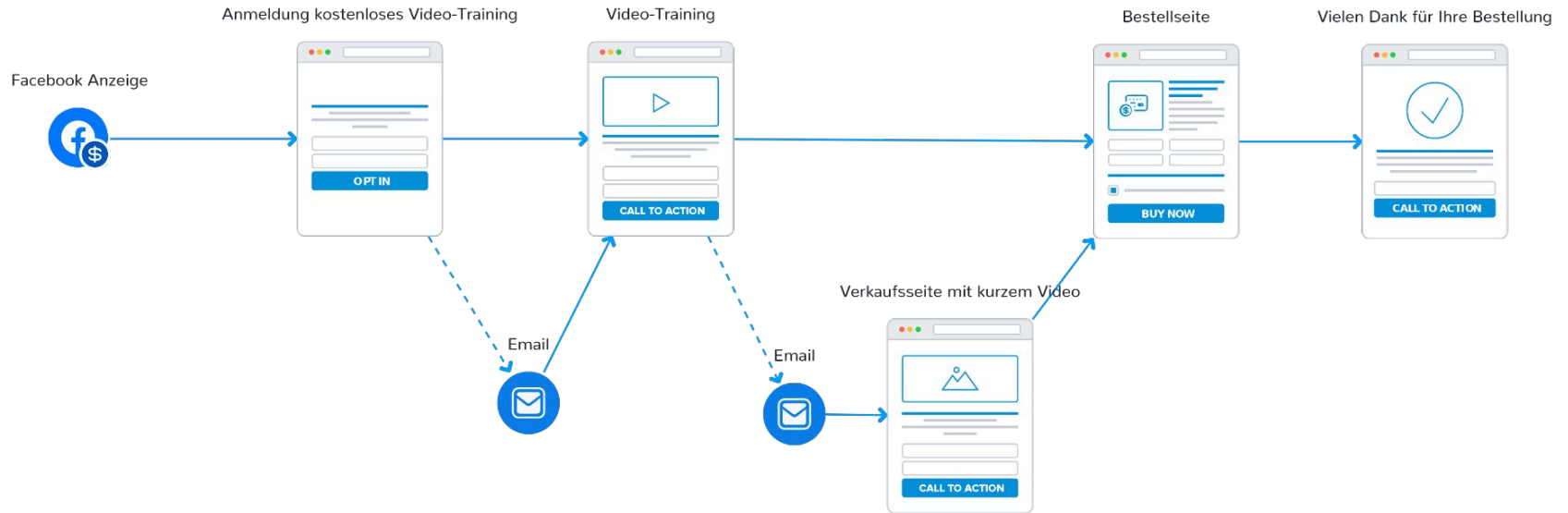
kostenpflichtige  
Tools

**Videos**

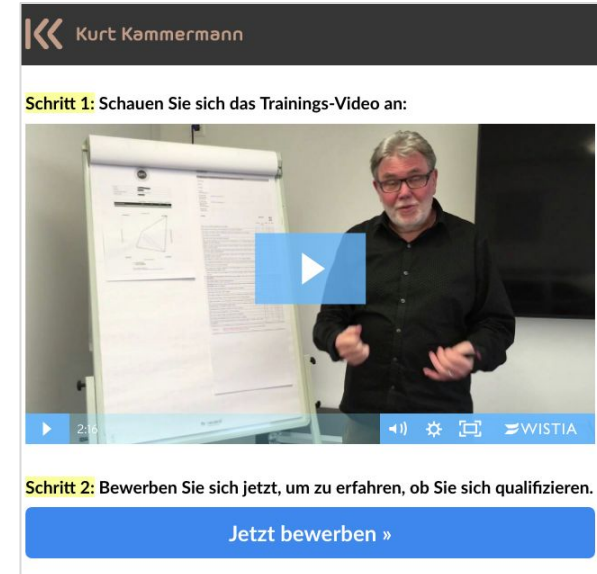
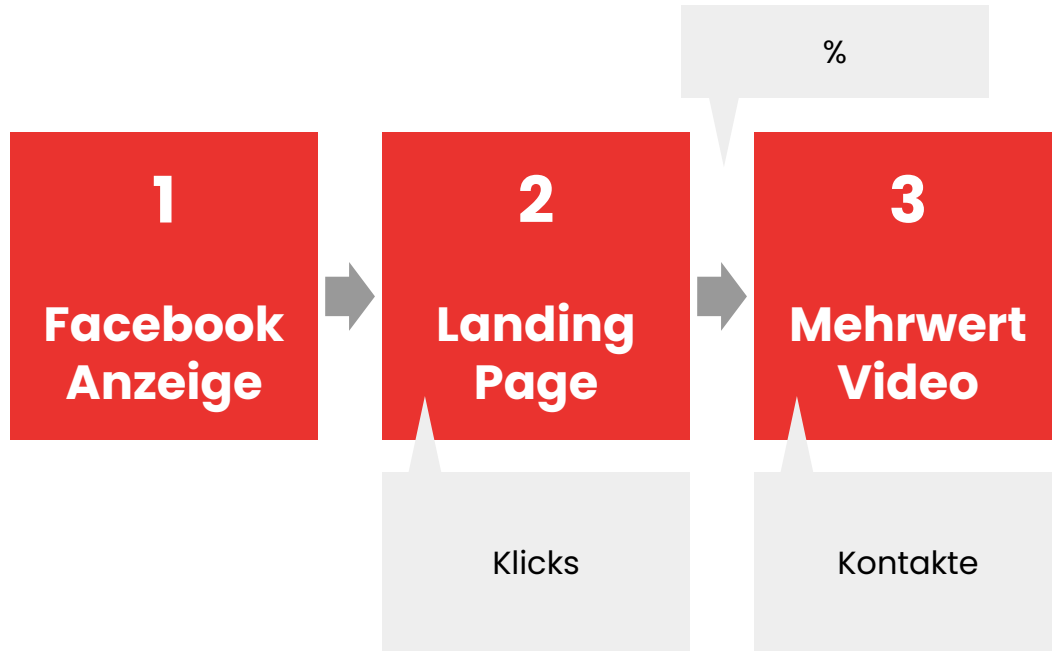
Chatbot

Usw. usw.

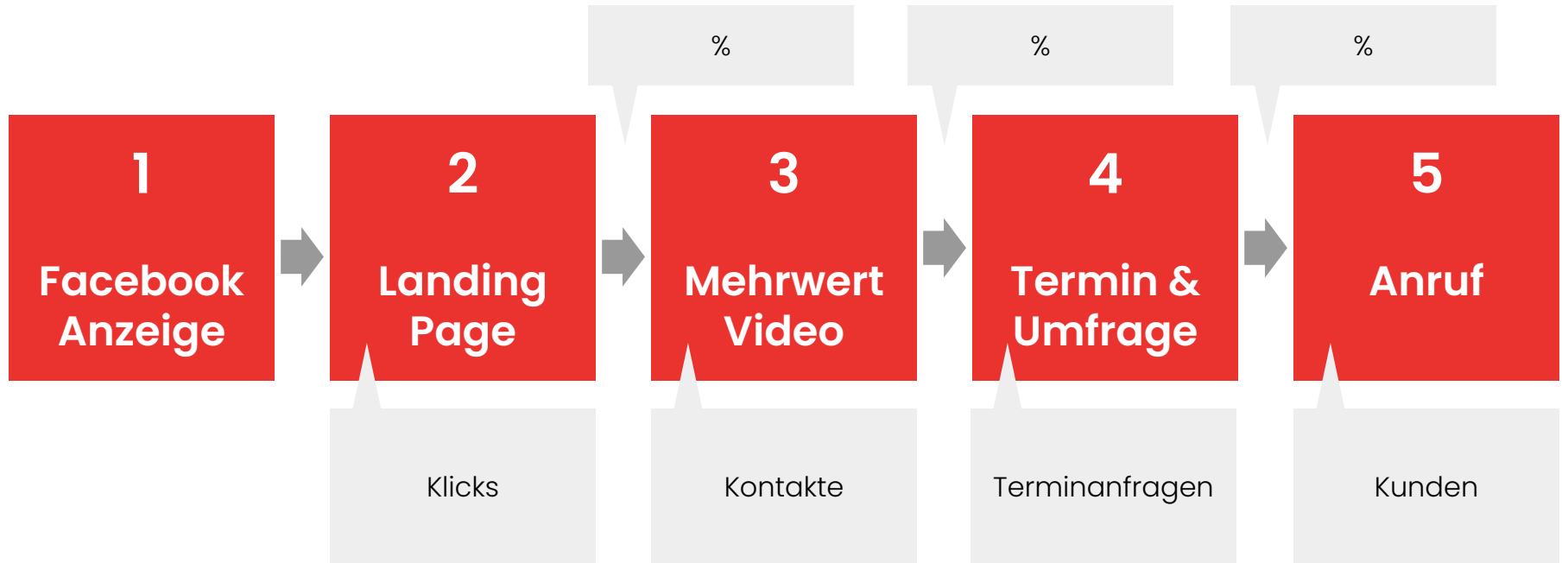
# Funnelbeispiel: Kostenloses Video-Training mit anschließendem Kaufangebot



# Echtes Fallbeispiel: Kurt Kammermann Coaching



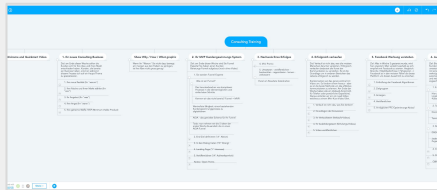
# Echtes Fallbeispiel: Kurt Kammermann Coaching



# 3-Schritte-Plan zum Trainingsvideo

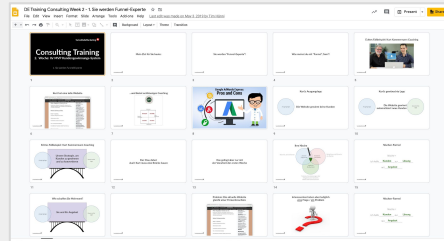
## Mindmap

Strukturieren Sie Ihr Wissen in Schritten/Kapitel



## Folien

Erstellen Sie aus dem Mindmap eine Präsentation



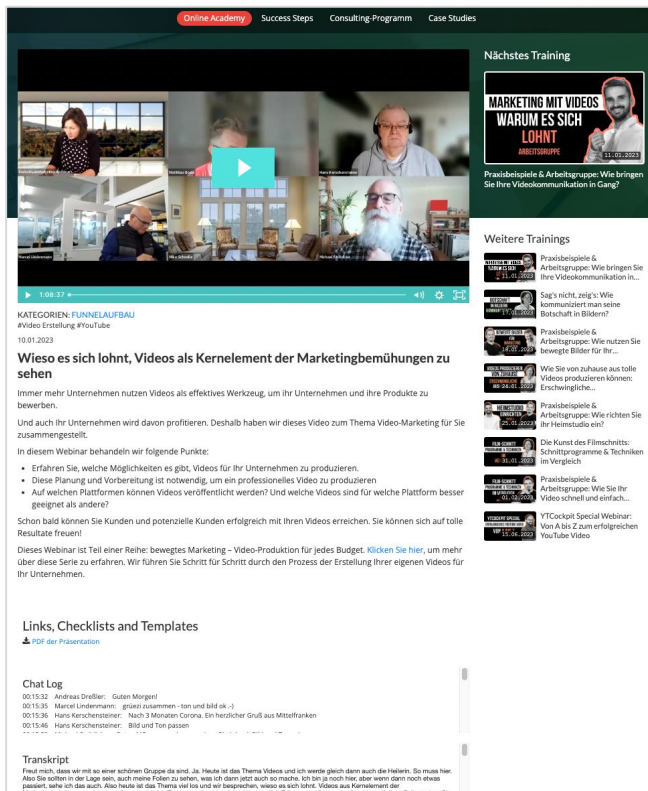
## Aufnahme

Bildschirm mit oder ohne Webcam/  
Kamera





# Hinweis



The screenshot shows a webpage for an online academy. At the top, there are navigation links: "Online Academy", "Success Steps", "Consulting-Programm", and "Case Studies". The main content area features a video player with a play button and a progress bar at 1:08:37. Below the video, there is a section titled "KATEGORIEN: FUNNELAUFBAU" and "10.01.2023". The main heading is "Wieso es sich lohnt, Videos als Kernelement der Marketingbemühungen zu sehen". The text explains that many companies use videos as an effective tool and that this webinar will provide tips on how to use them. It lists three key points: 1. Experience the possibilities of video production. 2. Plan and prepare professional videos. 3. Determine which platforms are best for video distribution. A "Chat Log" section shows messages from participants like Andreas Dreßler, Marcel Lindemann, Hans Kerschenslager, and Hans Kerschenslager. A "Transkript" section is also visible at the bottom.

Online Academy Success Steps Consulting-Programm Case Studies

Nächstes Training

**MARKETING MIT VIDEOS**  
**WARUM ES SICH LOHNT**  
WEBSEMINAR 11.01.2023

Praxisbeispiele & Arbeitsgruppe: Wie bringen Sie Ihre Videokommunikation in Gang?

Weitere Trainings

- Praxisbeispiele & Arbeitsgruppe: Wie bringen Sie Ihre Videokommunikation in Gang?
- Sag's nicht, zeig's! Wie kommuniziert man seine Botschaft in Bildern?
- Praxisbeispiele & Arbeitsgruppe: Wie nutzen Sie bewegte Bilder für Ihr...
- Wie Sie von zuhause aus tolle Videos produzieren können: Erzwingliche...
- Praxisbeispiele & Arbeitsgruppe: Wie richten Sie Ihr Heimstudio ein?
- Die Kunst des Filmschnitts: Schnittprogramme & Techniken im Vergleich
- Praxisbeispiele & Arbeitsgruppe: Wie Sie Ihr Video schnell und einfach...
- YT-Cockpit Special Webinar: Von A bis Z zum erfolgreichen YouTube Video

KATEGORIEN: FUNNELAUFBAU  
#Video Erstellung #YouTube  
10.01.2023

## Wieso es sich lohnt, Videos als Kernelement der Marketingbemühungen zu sehen

Immer mehr Unternehmen nutzen Videos als effektives Werkzeug, um ihr Unternehmen und ihre Produkte zu bewerben. Und auch Ihr Unternehmen wird davon profitieren. Deshalb haben wir dieses Video zum Thema Video-Marketing für Sie zusammengestellt.

In diesem Webinar behandeln wir folgende Punkte:

- Erfahren Sie, welche Möglichkeiten es gibt, Videos für Ihr Unternehmen zu produzieren.
- Diese Planung und Vorbereitung ist notwendig, um ein professionelles Video zu produzieren
- Auf welchen Plattformen können Videos veröffentlicht werden? Und welche Videos sind für welche Plattform besser geeignet als andere?

Schon bald können Sie Kunden und potenzielle Kunden erfolgreich mit Ihren Videos erreichen. Sie können sich auf tolle Resultate freuen!

Dieses Webinar ist Teil einer Reihe: bewegtes Marketing – Video-Produktion für jedes Budget. [Klicken Sie hier](#), um mehr über diese Serie zu erfahren. Wir führen Sie Schritt für Schritt durch den Prozess der Erstellung ihrer eigenen Videos für Ihr Unternehmen.

### Links, Checklists und Templates

[PDF der Präsentation](#)

### Chat Log

00:15:32 Andreas Dreßler: Guten Morgen!  
00:15:35 Marcel Lindemann: gites zusammen - ton und bild ok. :)  
00:15:36 Hans Kerschenslager: Nach 3 Minuten: Corona. Ein herzlicher Gruß aus Mittelfranken  
00:15:46 Hans Kerschenslager: Bild und Ton passen

### Transkript

Freud mich, dass wir mit so einer schönen Gruppe da sind. Ja, heute ist das Thema Videos und ich werde gleich dazu auch die Heften. So muss hier. Also die gelten in der Lage sein, auch meine Folien zu sehen, was ich eben jetzt auch so mache, ich bin ja auch hier, aber wenn dann noch etwas passiert, sehe ich das auch. Also heute ist das Thema viel los und wir besprechen, wieso es sich lohnt, Videos als Kernelement der Marketingbemühungen zu sehen. Also das ist das Thema und heute ist das am besten. So werden Videomarketing, also hier auf diesen Folien sehen Sie.

Bewegtes Marketing: Video-Produktion für jedes Budget

8 Webinare

Januar 2023

[Teil I: Wieso es sich lohnt, Videos als Kernelement der Marketingbemühungen zu sehen](#)

# Noch einige Tipps

 **Paul Hänni Consulting**

**Schritt 1:** Schauen Sie sich das Trainings-Video an:



**Schritt 2:** Klicken Sie auf den Button und bewerben Sie sich für ein kostenfreies Beratungsgespräch:

Bewerben Sie sich für ein kostenfreies Beratungsgespräch >>

- Einfach und übersichtlich
- “Wenn Sie 5 Minuten Zeit hätten, persönlich mit einem Interessenten zu sprechen – was würden Sie ihm erzählen?”
- Trauen Sie sich! Erinnern Sie sich an das MVP
- Vergessen Sie die Handlungsaufforderung nicht!

# Kurse erstellen

Leitfäden

E-Books

Checklisten

Quiz

**Kurse**

Free Trials

kostenpflichtige  
Tools

Videos

Chatbot

Usw. usw.

# Beispiel: Wunschstellen-Programm

- zum Wunschstellen-Programm
- Willkommen
- #1 - Einführung
- #2 - Wer bist Du?
- #3 - Wunschleben
- #4 - Wunschstelle
- #5 - Bewerbungsunterlagen
- #6 - Stellenstrategie
- #7 - Interview & Löhne
- #8 - Lebensprinzipien
- #9 - Feedback
- Boni
- Meine Empfehlungen

o o o

HIER STARTEN!

Home Über mich zum Wunschstellen-Programm Kreiere Dein Wunschleben zum Lifestyle-First-Programm

zum Bewerbungsunterlagen-Coaching zum Interview-Coaching Login/Logout

## Herzlich willkommen zum Kurs!

## Lektionen / Kapitel



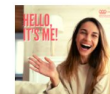
### 1 Einführung

Was Du zum Programm wissen musst und wie Du die anstehenden Veränderungen einfach umsetzt. Ich gebe Dir Tools an die Hand, die wirken!



### 2 Wer bist Du ?

Hier finden wir Deine Superfähigkeiten, Erwartungen ans Leben und alle Antworten für zukünftige Stelleninterviews.



### 3 Wunschleben

Versprochen ist versprochen - wir starten mit Deinem Wunschlebensstil. Genial, oder? Ich neen's Karriere-Entwicklung, anders rum.



### 5 Bewerbungen

Tipps zum Lebenslauf, Briefe schreiben und eine Tonne Briefvorlagen mit Lebensläufen dazu.

Echt hilfreich, wenn Du nicht so gerne Bewerbungen schreibst...



### 6 Stellenstrategie

Lass Dich inspirieren durch Stellenstrategien und wie Dein beruflicher Quereinstieg gelingt.



### 7 Interview & Löhne

Dein Interview, die weltbeste Präsentationstechnik und wie Du den Arbeitgeber für Deine

# Hinweis



The screenshot shows a video player interface for a presentation. The main slide features the text: 'Online Academy', 'Spezial Workshop: Teil #1: Wie sich Patricia für einen Webseiten-Mitgliederbereich entscheidet', and 'Präsentiert von Mireille van Reenen'. The video player includes a progress bar at 1:04:08 and a category label 'KATEGORIEN: AUTOMATISIERUNG'. Below the video, there is a text block with the title 'Webseite mit Mitgliederbereich, Teil #1: Wie sich Patricia für einen Webseiten-Mitgliederbereich entscheidet' and a paragraph of introductory text. To the right, there are sections for 'Nächstes Training' and 'Weitere Trainings', each listing related content with dates.

Online Academy  
Teil #1: Wie Patricia für ihre Mitglieder-Webseite profitable Keywords findet und eine sinnvolle Struktur erstellt  
07.07.2021

Webseite mit Mitgliederbereich, Teil #2: Wie Patricia für ihre Mitglieder-Webseite profitable Keywords findet und eine sinnvolle Struktur erstellt

Nächstes Training

Weitere Trainings

Webseite mit Mitgliederbereich, Teil #2: Wie Patricia für ihre Mitglieder-...  
07.07.2021

Webseite mit Mitgliederbereich, Teil #3: Wie Patricia für ihren Webseiten-...  
08.07.2021

Webseite mit Mitgliederbereich, Teil #4: Wie erstellt Patricia überzeugend...  
09.07.2021

Webseite mit Mitgliederbereich, Teil #5: Die technische Umsetzung von...  
14.07.2021

Webseite mit Mitgliederbereich, Teil #6: Wie Patricia weiß, wann Bre...  
15.07.2021

KATEGORIEN: AUTOMATISIERUNG  
#Online Kurse Erstellen  
06.07.2021

## Webseite mit Mitgliederbereich, Teil #1: Wie sich Patricia für einen Webseiten-Mitgliederbereich entscheidet

"Mein Programm, das ich zusammen mit euch auch umgesetzt habe, ist ein Online Bewerbungs- und Karriere Training... Ich habe letztes Jahr mit Tim begonnen, dieses Online Programm aufzubauen - mit seiner technischen Unterstützung - und heute kann ich sagen, ich habe mein offline Business aufgehört, ich mache nur noch online."

Patricia Mösch konnte ihren Traum verwirklichen. Mit unserer Unterstützung hat Sie einen Online-Mitgliederbereich für ihre Dienstleistung aufgebaut. Mit dieser erfolgreichen Transition von offline zu online, kann Sie heute mit ihrem Angebot mehr Menschen erreichen und unterstützen und geniesst in ihrem Alltag gleichzeitig mehr Freiheit und Flexibilität.

Wir haben einen Spezial-Workshop "Webseite mit Mitgliederbereich", im Rahmen von sechs Webinaren, zeigen wir Ihnen anhand von Patricias Fallbeispiel, wie auch Sie Ihr Business erfolgreich online aufbauen können.

In diesem Webinar lernen Sie:

- Blick über unsere Schultern: wie Patricia eine neue Website mit geschütztem Mitgliederbereich von A-Z für ihr Unternehmen entwickelt und erstellt
- Wir werfen einen Blick auf Patricias Geschäftsmodell und Strategie
- Patricia erklärt, warum ein geschützter Mitgliederbereich ein grundlegender Bestandteil ihres Geschäfts ist und was die Vorteile sind
- Wir sehen uns die Schritte an, die beim Erstellen einer Website mit Mitgliederbereich zu unternehmen sind (diese Schritten werden in den kommenden Tagen ausführlicher besprochen).

Links, Checklists and Templates  
Gesamte Präsentation als PDF

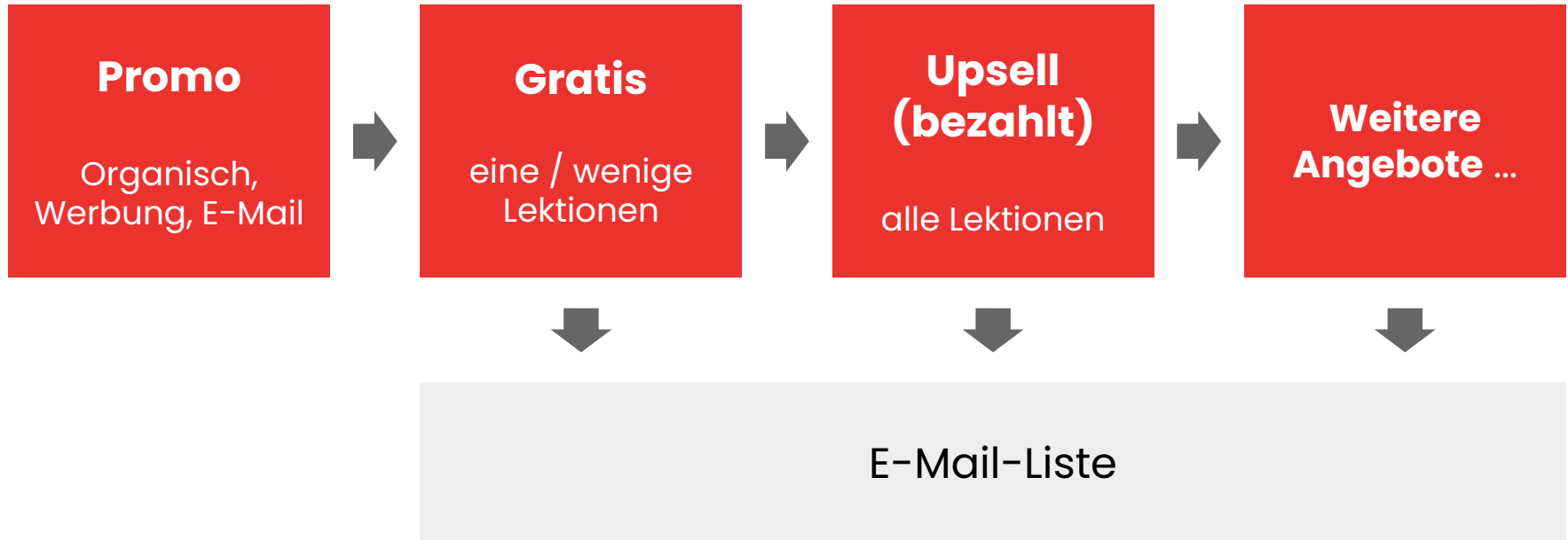
Spezial Workshop: Webseite mit Mitgliederbereich erstellen

6 Webinare

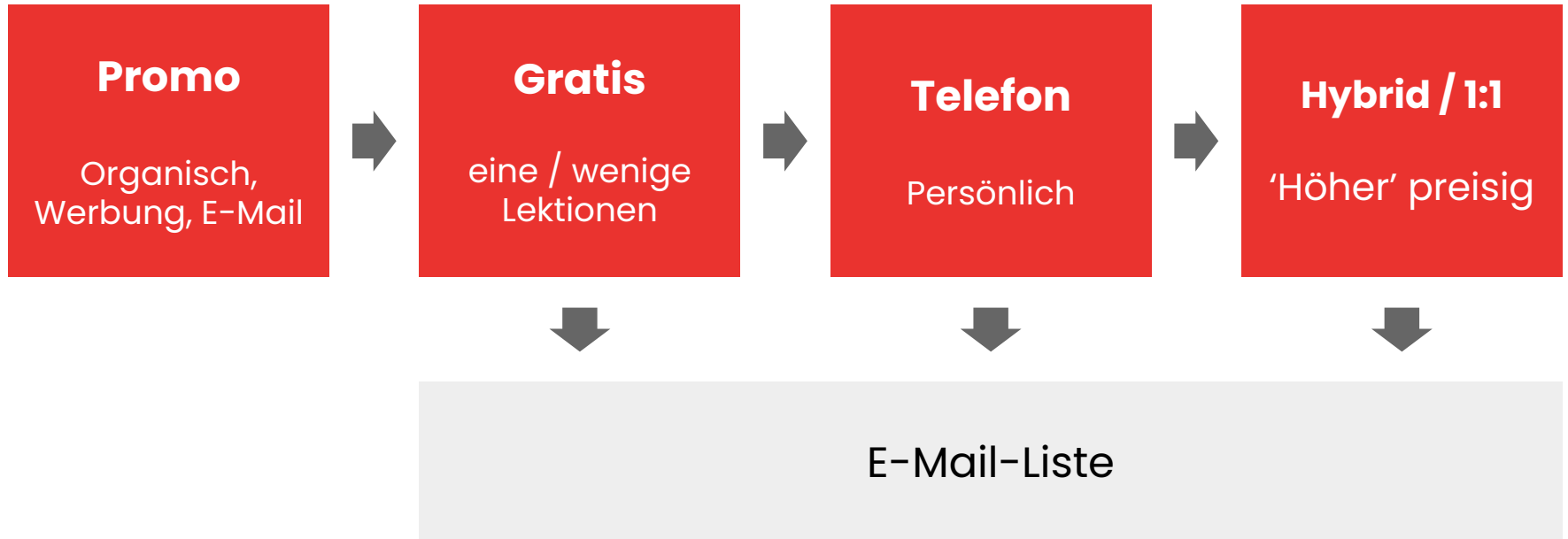
Juli 2021

Teil 1: Wie sich Patricia für einen Webseiten-Mitgliederbereich entscheidet

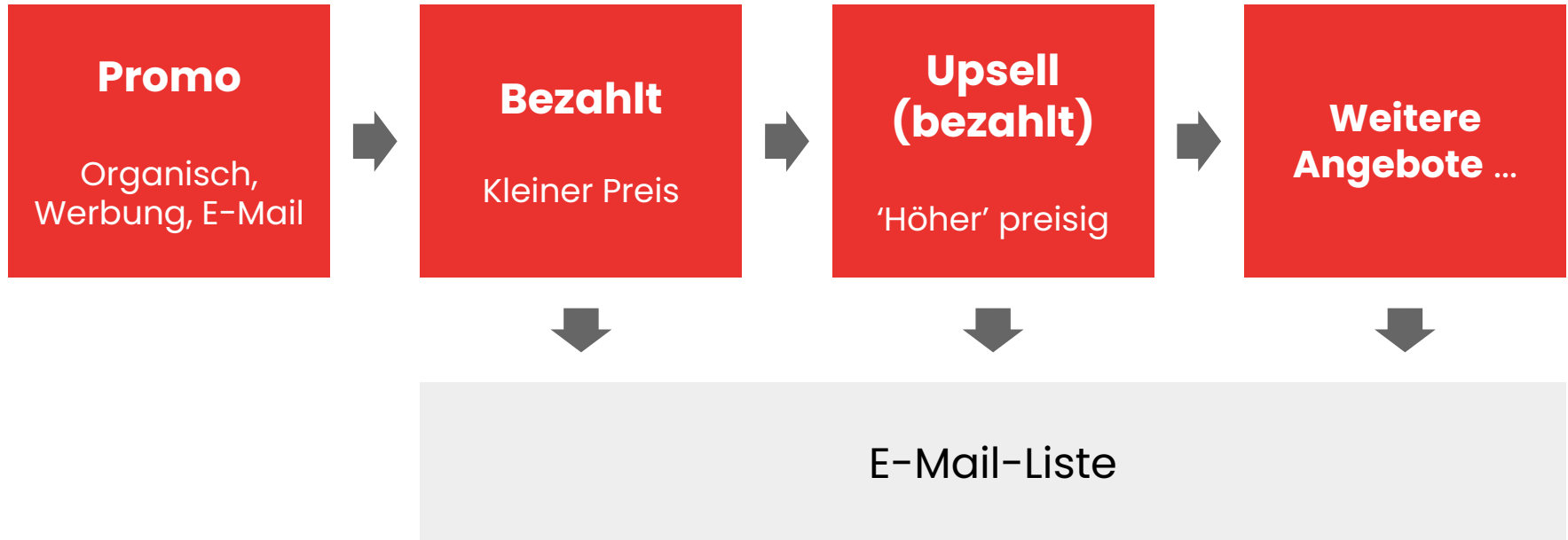
# E-Mails gewinnen mit Online Kurs (Gratis)



# E-Mails gewinnen mit Online Kurs, Telefon, Hybrid-Kurs

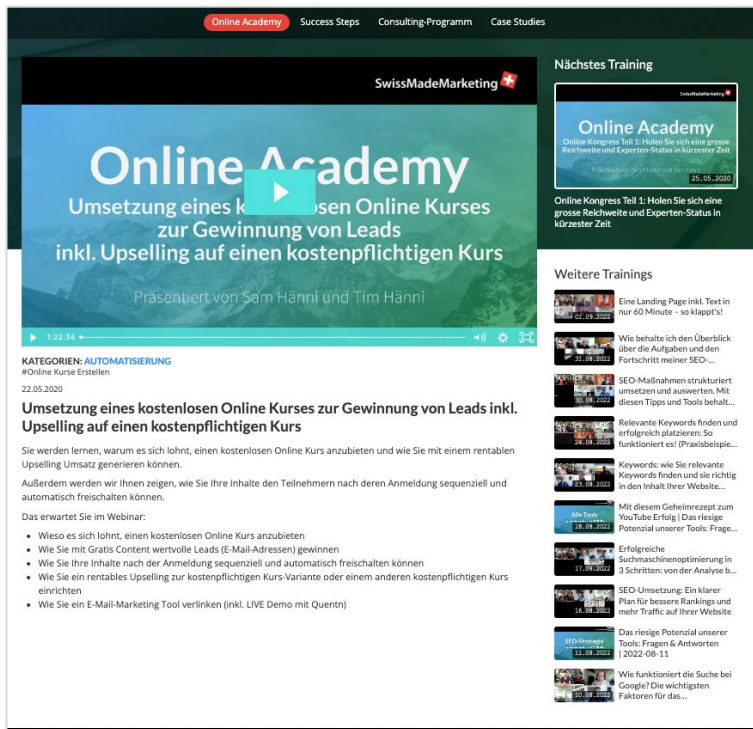


# E-Mails gewinnen mit Online Kurs (bezahlt)





# Hinweis



Online Academy Success Steps Consulting-Programm Case Studies

SwissMadeMarketing

## Online Academy

Umsetzung eines kostenlosen Online Kurses zur Gewinnung von Leads inkl. Upselling auf einen kostenpflichtigen Kurs

Präsentiert von Sam Hänni und Tim Hänni

1:22:35

KATEGORIEN: AUTOMATISIERUNG  
#Online Kurse Erstellen

22.05.2020

### Umsetzung eines kostenlosen Online Kurses zur Gewinnung von Leads inkl. Upselling auf einen kostenpflichtigen Kurs

Sie werden lernen, warum es sich lohnt, einen kostenlosen Online Kurs anzubieten und wie Sie mit einem rentablen Upselling Umsatz generieren können.

Außerdem werden wir Ihnen zeigen, wie Sie Ihre Inhalte den Teilnehmern nach deren Anmeldung sequenziell und automatisch freischalten können.

Das erwartet Sie im Webinar:

- Wieso es sich lohnt, einen kostenlosen Online Kurs anzubieten
- Wie Sie mit Gratis Content wertvolle Leads (E-Mail-Adressen) gewinnen
- Wie Sie Ihre Inhalte nach der Anmeldung sequenziell und automatisch freischalten können
- Wie Sie ein rentables Upselling zur kostenpflichtigen Kurs-Variante oder einem anderen kostenpflichtigen Kurs einrichten
- Wie Sie ein E-Mail-Marketing Tool verlinken (inkl. LIVE Demo mit Quenten)

Nächstes Training











### Online Academy

Online Kongress Teil 5: Holen Sie sich eine grosse Reichweite und Experten-Status in kürzester Zeit

25.05.2020

Online Kongress Teil 1: Holen Sie sich eine grosse Reichweite und Experten-Status in kürzester Zeit

Weitere Trainings

-  Eine Landing Page inkl. Text in nur 60 Minuten - so klappt!
-  Wie behalte ich den Überblick über die Aufgaben und den Fortschritt meiner SEO...
-  SEO-Maßnahmen strukturiert umsetzen und auswerten. Mit diesen Tipps und Tools behalt...
-  Relevante Keywords finden und erfolgreich platzieren. So funktioniert es! (Praxisbeispiele...
-  Keywords: wie Sie relevante Keywords finden und sie richtig in den Inhalt ihrer Website...
-  Mit diesem Geheimrezept zum YouTube Erfolg! Das riesige Potenzial unserer Tools: Frage...
-  Erfolgreiche Suchmaschinenoptimierung in 3 Schritten: von der Analyse b...
-  SEO-Umsetzung: Ein klarer Plan für bessere Rankings und mehr Traffic auf Ihrer Website
-  Das riesige Potenzial unserer Tools: Fragen & Antworten | 2022-08-11
-  Wie funktioniert die Suche bei Google? Die wichtigsten Faktoren für das...

## Umsetzung eines kostenlosen Online Kurses zur Gewinnung von Leads inkl. Upselling auf einen kostenpflichtigen Kurs

22. Mai 2020

# Quiz erstellen

Leitfäden

E-Books

Checklisten

**Quiz**

Kurse

Free Trials

kostenpflichtige  
Tools

Videos

Chatbot

Usw. usw.

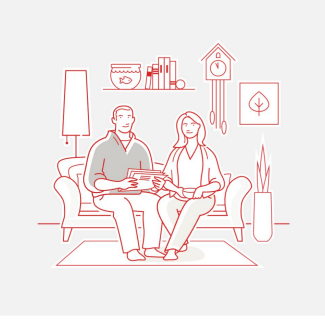
# Beispiel: Wie sicher ist Ihr Zuhause – Befragung

dieMobiliar

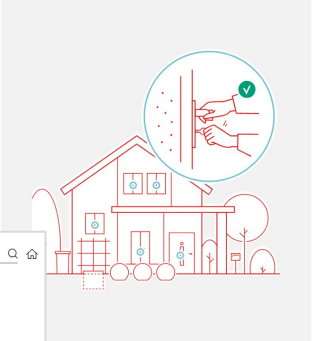
## Wie sicher ist Ihr Zuhause?

Machen Sie gleich hier den Check. Erfahren Sie, wie sicher Ihre Wohngegend ist und wie Sie Ihr Heim gegen Einbruch schützen können.

PLZ eingeben




dieMobiliar



### Türen und Fenster immer schliessen

Achten Sie darauf, dass Haustüre, Fenster und Balkontüren immer ganz geschlossen sind, wenn Sie das Haus verlassen – auch wenn Sie nur ganz kurz weg sind. Achtung: Auch gekippte Fenster bieten Profis einen einfachen Einstieg.

Sicherheitsberatung [→](#)

1/10 [←](#) [→](#) 

Die Tipps sind personalisiert für Medienkonsumtion, Miete, Partner oder Hochparterre

[Filter anpassen](#)

## Erhöhtes Risiko für Einbrüche

Ihr Standort (3073) | Gesamte Schweiz

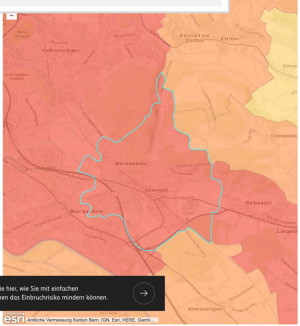
**4.7%** anderer Kunden melden in den letzten 5 Jahren mindestens einen Vorfall

**4460 CHEF** Fachbetriebe-Vorfällelisten

**Mo Mi Fr** Sie Sie Sie

Jan Feb Mär Apr Mai Jun Jul Aug Sep Okt Nov Dez

Wöchentliche Monate



Erfahren Sie hier, wie Sie mit einfachen Massnahmen das Einbruchrisiko mindern können. [→](#)

CHZF | Archiv: Normierung Kantone Bern, Uri, Schwyz, Glarus

Info zu den Daten

Sehr Gering ●●●● ● Einhalt

- Quiz von Versicherungsfirma
- Dieses Beispiel: 1 Frage & Tipps

# Beispiel: Online-Fahrradberatung

Wunschprodukt finden

BIKESTER

VELOS E-BIKES TEILE ZUBEHÖR BEKLEIDUNG AKTIVITÄTEN SALE MARKEN BLOG

### Einsatz

#### Einsatzzweck des Rennvelos

Wo und wie möchtest du dein neues Rennvelo einsetzen?

**Auf geteerten Strassen**  
Klassische Rennvelos mit geringem Gewicht und dünnen Reifen

**Mixed**  
Gravelbikes und Cyclocrossbikes mit Stollenreifen

**Triathlon Bikes**  
Maximale Aerodynamik bei minimalem Gewicht

Geschätzter Preis 839 - 16.065 CHF

Keine Präferenzen Weiter

Powered by **neocom**

**WEITERE INFORMATIONEN FINDEST DU HIER**

Rennrad Berater Alle Beratungsthemen Persönliche Beratung

JETZT ANMELDEN UND CHF 5.00 GUTSCHEIN SICHERN.  
Dich erwarten exklusive Angebote und Gutscheinaktionen.  
Alle Informationen, wie wir mit deinen Daten umgehen, findest du in

Gib deine E-Mail-Adresse ein Anmelden

EVERYDAY FOR PEOPLE ON BIKES



Aus 122 Einträgen haben wir **3 passende Optionen** für Dich ausgewählt. Sieh Dir unten die Ergebnisse an.

Einsatz: Mixed ✓ Rahmenmaterial: Aluminium ✓ Rahmengröße: Mittlere Rahmengröße ✓

E-Bike: Nein ✓ Marke: Farbe: Grau ✓ Gewicht: 6 - 11 kg ✓ Schaltung: Shimano ✓

Mehr anzeigen

Geschätzter Preis 1.999 - 2.519 CHF Beratung erneut starten

**Beste Leistung**

**Bombtrack Tension 1 grau**  
Der perfekte Einstieg in den Cyclocross. Mit einem

Rahmengröße(n): 53 cm Aluminium  
Gewicht: 9,53 kg

**2.519,00 CHF**

6 von 7 gewünschten Anforderungen vorhanden:

- Schaltung: 8ram
- Farbe: grau
- Gewicht: 9,53 kg
- E-Bike: kein E-Bike

+ 3 weitere

**Beste Preis-Leistung**

**Kona Rove NRB Ila**  
Sie sind tief in einem Traum, schreiben sanft über die

Rahmengröße(n): 54 cm Aluminium  
Gewicht: 10 kg

**2.199,00 CHF**

5 von 7 gewünschten Anforderungen vorhanden:

- Schaltung: 8ram
- Farbe: Ila
- Gewicht: 10 kg
- E-Bike: kein E-Bike

+ 3 weitere

**Günstiger Preis**

**Serious Gravit Pro weiß**  
Modernes Gravelbike für gehobene Ansprüche mit sehr gutem Preis

Rahmengröße(n): 54 cm Aluminium  
Gewicht: 10,49 kg

**1.999,00 CHF**

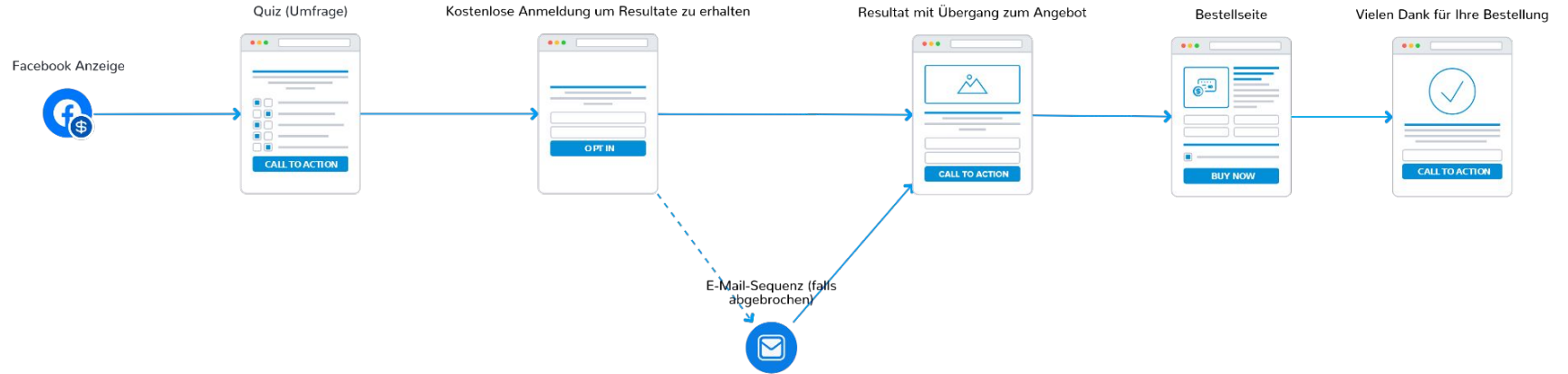
5 von 7 gewünschten Anforderungen vorhanden:

- Schaltung: 8ram
- Farbe: weiß
- Gewicht: 10,49 kg
- E-Bike: kein E-Bike

+ 3 weitere

- Online-Beratung mit 7 Fragen
- Kaufvorschlag

# Funnelbeispiel: Quiz (Umfrage)



# Hinweis: Funnel mit Quiz

## Fallstudie: Wie verbessert Kjartan seinen Funnel nach der Launch-Phase weiter?

25. August 2021

**ELKJA-Adventures**  
Meierweg 3  
76545 Michelbach  
☎ +49 (0)9142 93 94 83  
✉ info@ELKJA-Adventures.com  
ELKJA-Adventures.com

Willkommen

Entdecke die atemberaubenden Landschaften Islands

Reise bewusst, aber mit Genuss

- ✕ Erlebe eine unvergessliche Reise dank Insider-Tipps
- ✕ Wir kennen die besten Plätze und die schönsten Ecken Islands
- ✕ Profitiere von unserer dreihemischen Erfahrung
- ✕ Wir helfen dir, wie perfekt. Tour zusammenzustellen
- ✕ Fülle das Unverbindliche Quiz aus!

JA  
jetzt Quiz ausfüllen >>>

Fülle das Quiz aus, um herauszufinden, welcher Erlebnis-Typ Du bist

Online Academy Success Steps Consulting-Programm Case Studies

SwissMadeMarketing

# Online Academy

## Fallstudie: Wie verbessert Kjartan seinen Funnel nach der Launch-Phase weiter?

Präsentiert von Jamie Hänni  
Special Guest: Kjartan Steindorsson

Nächstes Training

Online Academy  
So erstellen Sie eine Werbekampagne auf Facebook für ein Quiz (alle Schritte)  
26.09.2021

So erstellen Sie eine Werbekampagne auf Facebook für ein Quiz (alle Schritte)

Weitere Trainings

- 01.09.2021 Eine Landing Page links Text in nur 60 Minuten - so klappt!
- 02.09.2021 Wie behalte ich den Überblick über die Aufgaben und den Fortschritt meiner SEO...
- 03.09.2021 SEO-Maßnahmen strukturiert umsetzen und auswerten. Mit diesen Tipps und Tools behalt...
- 04.09.2021 Relevante Keywords finden und erfolgreich platzieren. So funktioniert es! (Praxisbeispiel...
- 05.09.2021 Keywords: wie Sie relevante Keywords finden und sie richtig in den Inhalt Ihrer Website...
- 06.09.2021 Mit diesem Geheimrezept zum YouTube Erfolg! Das riesige Potenzial unserer Tools: Frage...
- 07.09.2021 Erfolgreiche Suchmaschinenoptimierung in 3 Schritten: von der Analyse...
- 08.09.2021 SEO-Übersetzung: Ein klarer Plan für bessere Rankings und mehr Traffic auf Ihrer Website
- 09.09.2021 Das riesige Potenzial unserer Tools: Fragen & Antworten | 2022-09-11
- 10.09.2021 Wie funktioniert die Suche bei Google? Die wichtigsten Faktoren für das...

KATEGORIEN: FUNNELAUFBAU  
#Fallstudien  
25.08.2021

### Fallstudie: Wie verbessert Kjartan seinen Funnel nach der Launch-Phase weiter?

Die erste Version Ihres Funnels steht. Doch wie entwickeln Sie diesen nun weiter? Welche Aspekte können Sie noch optimieren und ausbauen?

Anhand von Kjartans Fallbeispiel, führen wir Sie auf eine leicht verständliche und praxisorientierte Art ins Thema Funnelaufbau ein. Wir zeigen Ihnen, wie Kjartan seinen Funnel strukturiert hat und wie er diesen nun ausweiten und weiter ausbauen kann.

Lernen Sie, basierend auf diesem wertvollen Praxis-Beispiel, mehr über die wichtigsten Bestandteile eines erfolgreichen Funnels!

Das behandeln wir im Webinar:

- Der Funnel von Kjartan im Überblick
- Welchen Lead-Magneten nutzt Kjartan und warum?
- Wie kommt Kjartan mit potentiellen Kunden in Kontakt?
- Was sind die ersten Resultate? Was sind die nächsten Schritte?

Die Inhalte dieses Webinars können Sie direkt für Ihr Business umsetzen. Nutzen Sie die Erkenntnisse von Kjartan, um Ihren Funnel erfolgreich auf- und auszubauen.

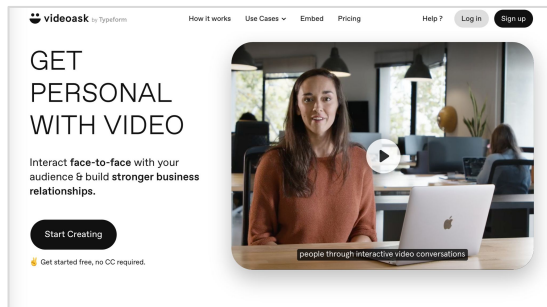
Links, Checklists und Templates  
PDF der Präsentation

# Hinweis: Tool VideoAsk

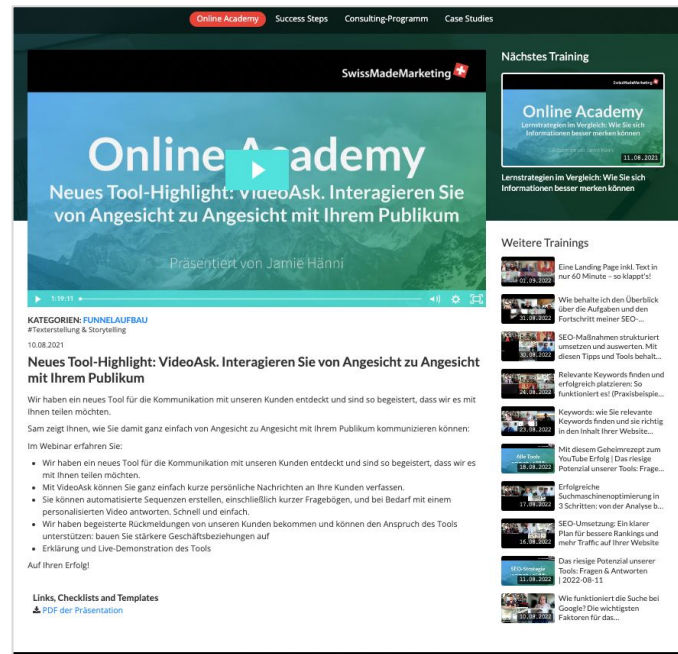
## Neues Tool-Highlight: VideoAsk. Interagieren Sie von Angesicht zu Angesicht mit Ihrem Publikum

25. August 2021

Einfach und persönlich Fragebogen  
erstellen

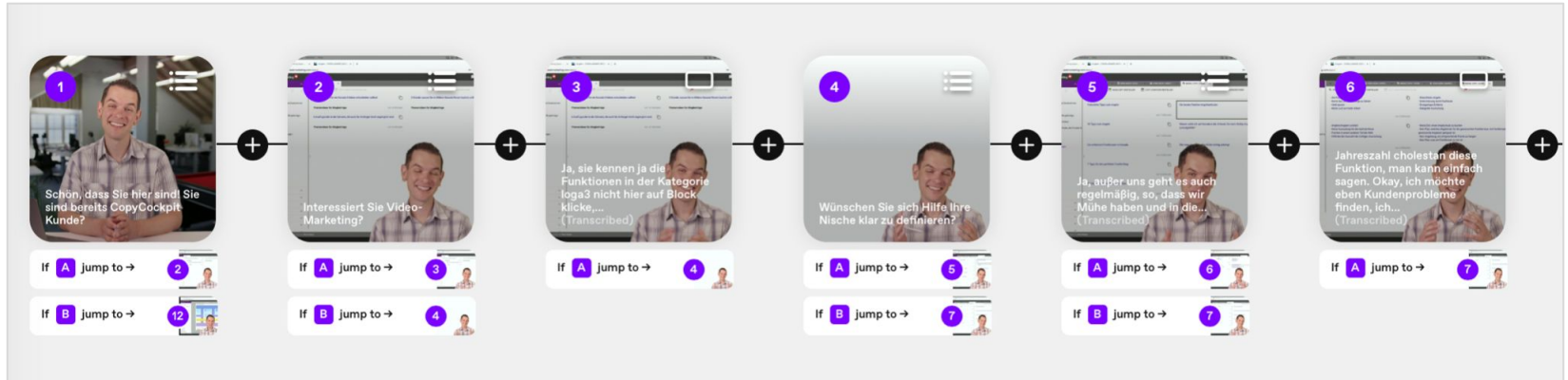


The screenshot shows the landing page for VideoAsk by Typform. The page features a navigation bar with links for 'How it works', 'Use Cases', 'Embed', 'Pricing', 'Help?', 'Log in', and 'Sign up'. The main heading reads 'GET PERSONAL WITH VIDEO'. Below this, a sub-heading states 'Interact face-to-face with your audience & build stronger business relationships.' A prominent 'Start Creating' button is visible. A video player shows a woman speaking, with the caption 'people through interactive video conversations' at the bottom. A small note at the bottom left says 'Get started free, no CC required.'



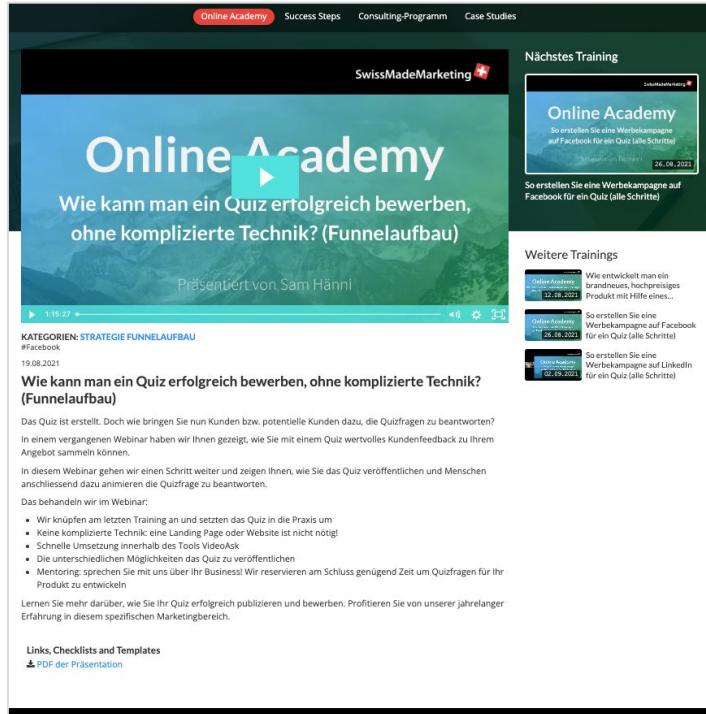
The screenshot shows the 'Online Academy' page on the SwissMadeMarketing website. The page has a dark green header with navigation links: 'Online Academy', 'Success Steps', 'Consulting-Programm', and 'Case Studies'. The main content area features a video player with the title 'Neues Tool-Highlight: videoAsk. Interagieren Sie von Angesicht zu Angesicht mit Ihrem Publikum' and a play button icon. Below the video player, the text reads 'Präsentiert von Jamie Hännli'. The page also includes a 'Nächstes Training' section with a thumbnail for 'Online Academy' and a 'Weitere Trainings' section listing various other training modules with their respective dates and durations.

# VideoAsk: Für 1:1-Nachrichten und für automatisierte Abläufe





# Hinweis



The screenshot shows the SwissMadeMarketing Online Academy website. The main video player displays the title "Online Academy" and the subtitle "Wie kann man ein Quiz erfolgreich bewerben, ohne komplizierte Technik? (Funnelaufbau)". The presenter is identified as Sam Hännli. Below the video, there are categories like "STRATEGIE FUNNELAUFBAU" and "#facebook". The main text discusses creating and promoting a quiz, mentioning a webinar and a training session. A list of "Weitere Trainings" (Further Trainings) is also visible, including topics like "Wie entwickelt man ein brandneues, hochpreisiges Produkt mit Hilfe eines..." and "So erstellen Sie eine Werbekampagne auf Facebook für ein Quiz (alle Schritte)".

## Wie kann man ein Quiz erfolgreich bewerben, ohne komplizierte Technik? (Funnelaufbau)

19. August 2021

Das Quiz in die Praxis umsetzen

# Free Trial als Lead-Magnet

Leitfäden

E-Books

Checklisten

Quiz

Kurse

**Free Trials**

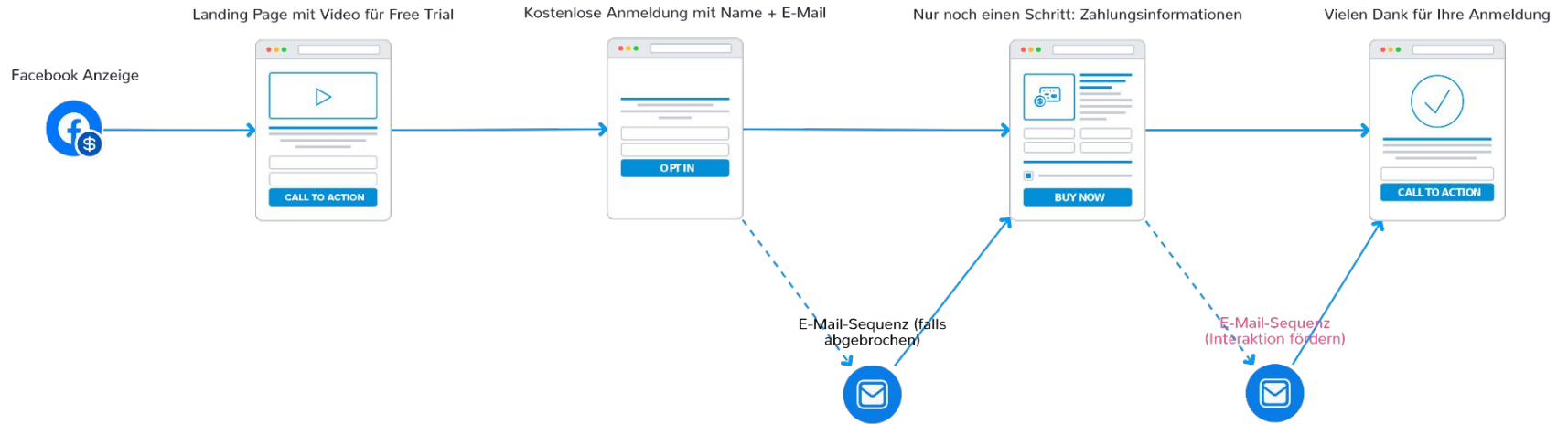
kostenpflichtige  
Tools

Videos

Chatbot

Usw. usw.

# Funnelbeispiel: Free Trial (Test-Zugang)



# Beispiele Free Trial: SEcockpit & unser Academy

Home Keywords Rankings Testimonials Gratis Training Preise Login

## Verbessern Sie Ihre Google-Rankings und bekommen Sie profitableren Traffic für Ihr Unternehmen

Tausende von kleinen und mittelständischen Unternehmern vertrauen SEcockpit für eine bessere Keyword-Recherche. Wir machen es Ihnen einfach, die richtigen Keywords zu finden, die Sie optimieren oder auf die Sie bieten können, um mehr Kunden auf Ihre Website zu bringen.

Geschäfts-E-Mail-Adresse eingeben...

**Kostenlos testen**

oder

 **Kostenlos anmelden mit Google**

7 Tage risikofrei testen  Schnelle & genaue Ergebnisse  Für SEO und Google Ads

Wir geben Ihre Daten niemals an Dritte weiter. Sie können Ihre E-Mail-Adresse jederzeit mit nur einem Mausklick aus unserem System löschen. Bitte lesen Sie vor Ihrer Anmeldung diese wichtigen [Informationen zum Datenschutz](#).



SEcockpit Kunde  
**Nicolas Tranchant**  
KMU-Inhaber  
**+225%**  
mehr Traffic

“ Dank SEcockpit stieg der Traffic auf meiner Website von 15.302 auf 34.495 Besucher pro Monat ”

Blog **Online Academy** Tools Kundenbewertungen

## Online Academy

Treten Sie unserer Online-Akademie bei und Sie erhalten wöchentlich mehrere Live-Webinare mit nützlichen Schulungen, Antworten auf Ihre Fragen, und eine Community gleichgesinnter Unternehmer. Praktisch und umsetzbar. Konzentriert auf Ihren Erfolg. Melden Sie sich jetzt an und erreichen Sie Ihre Marketingziele mit uns.

**Kostenlos testen** **Mehr erfahren**

7 Tage risikofrei testen  100% umsetzbar  Vorlagen & Checklisten  LIVE

Kategorien  **Lektionen suchen**

### ALLE LESSONS

- BUSINESS STRATEGIE
- FUNNELLAUBAU
- KOSTENLOSER TRAFFIC
- BEZAHLTER TRAFFIC
- AUTOMATISIERUNG
- WEBSITE DESIGN

### Topics

- Blog Erstellung (12)
- Datenschutz (DSGVO) (4)
- E-Mail Marketing (13)
- Facebook (34)
- Fallstudien (33)
- Geschäftsplan & Finanzen (34)
- Google (51)
- Instagram (18)
- Kalkülquise (9)
- Keyword Recherche (29)
- Landing Page Erstellung (23)
- LinkedIn (8)
- Online Kurse Erstellen (18)
- Persönlichkeitsentwicklung (27)
- Landing Page Erstellung (8)
- Texterstellung & Storytelling (19)
- Twitter (7)
- Video Erstellung (13)
- Website Design (17)

Eine Landing Page inkl. Text in nur 60 Minute - so klappt's!

Wie behalte ich den Überblick über die Aufgaben und den Fortschritt meiner SEO-Maßnahmen? (Praxisbeispiele & Arbeitsgruppe)

SEO-Maßnahmen strukturiert umsetzen und auswerten. Mit diesen Tipps und Tools behalten Sie den Überblick.

Relevante Keywords finden und erfolgreich platzieren. So funktioniert Leu (Praxisbeispiele & Arbeitsgruppe)

Alle Tools

Keyword: was Sie relevante Keywords finden und sie richtig in den Inhalt Ihrer Website integrieren.

Mit diesem Leitfaden geht zum YouTube Erfolg! Das richtige Potenzial unserer Tools Fragen & Antworten

Erfolgreiche Suchmaschinenoptimierung in 3 Schritten: von der Analyse bis zum Umsetzen (Praxisbeispiele & Arbeitsgruppe)

SEO-Umsetzung: Ein klarer Plan für bessere Rankings und mehr Traffic auf Ihrer Website

SEO-Strategie

Die Heilige Potenzial unserer Tools Fragen & Antworten | 2022-08-11

Wie funktioniert die Suche bei Google? Die wichtigsten Faktoren für das Suchmaschinenranking (Praxisbeispiele & Arbeitsgruppe)

SEO Grundlagen: Welche Ranking Faktoren sind wirklich wichtig und welche Maßnahmen bringen den größten Nutzen?

Die Heilige Potenzial unserer Tools Fragen & Antworten | 2022-08-04

**ABONNEN**

# Kostenpflichtige Tools als Lead-Magnet

Leitfäden

E-Books

Checklisten

Quiz

Kurse

Free Trials

**kosten-  
pflichtige  
Tools**

Videos

Chatbot

Usw. usw.

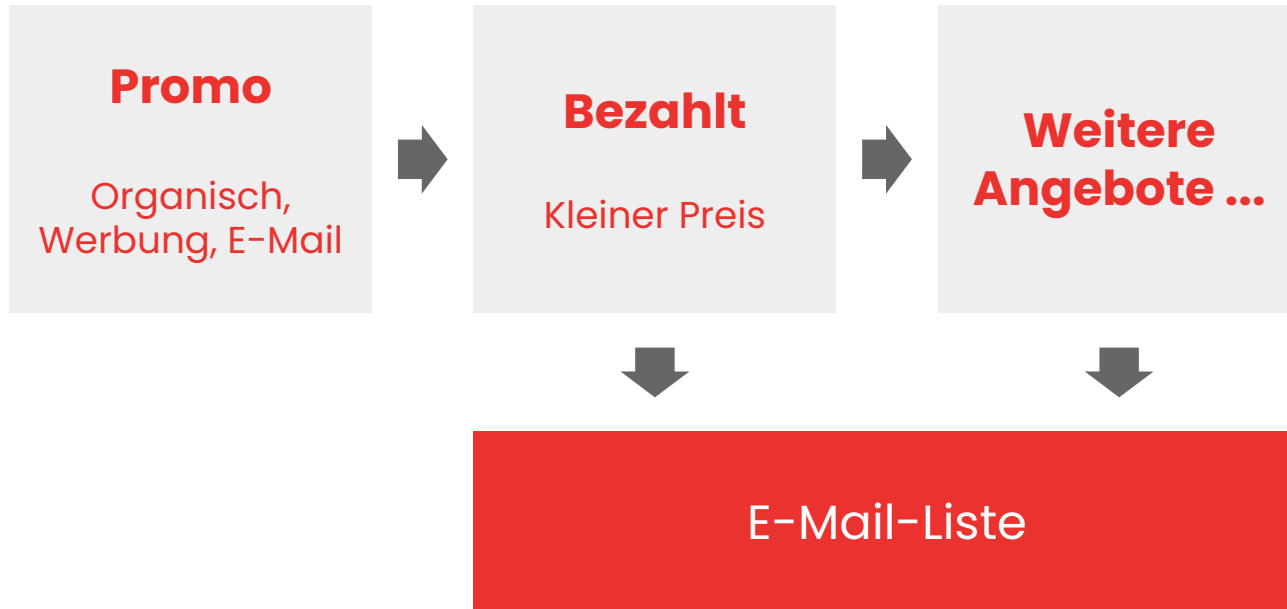
# Beispiel: CopyCockpit

- Kostenpflichtig
- Eher niedriger Einstiegspreis von 29 EUR
- Weitere Möglichkeiten: E-Mail Marketing zu unserem anderen Tools und Academy-Webinare
- Via bezahlter Werbung

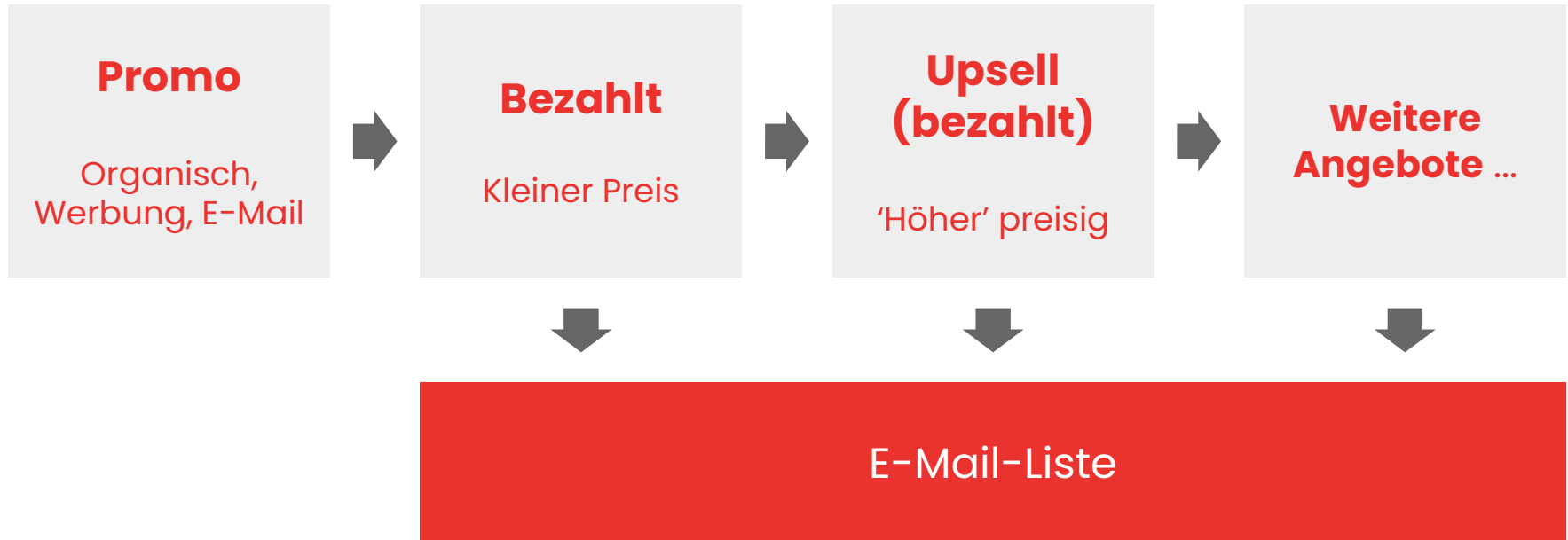


The screenshot shows the CopyCockpit website homepage. At the top left is the logo "copycockpit" with a purple arrow icon. To the right of the logo is a navigation menu with links: "K.I. Chat", "K.I. Bilder", "K.I. Lösungen für KMU", "K.I. Marketing", "K.I. Software", and "Preise". The main content area features a large purple heading: "Erleben Sie, wie K.I. Ideen findet und Texte schreibt für **Produktbeschreibungen**". Below this heading is a video player showing a man speaking, with a purple play button overlay. Underneath the video player are two buttons: a purple button labeled "Jetzt im Chat testen »" and a smaller, lighter button labeled "oder Paket wählen »". At the bottom center, there is a small purple icon of a mobile phone.

# E-Mails gewinnen mit Tools/Service zu relativ günstigen Preisen



# E-Mails gewinnen mit Tools/Service zu relativ günstigen Preisen





# Chatbots erstellen

Leitfäden

E-Books

Checklisten

Quiz

Kurse

Free Trials

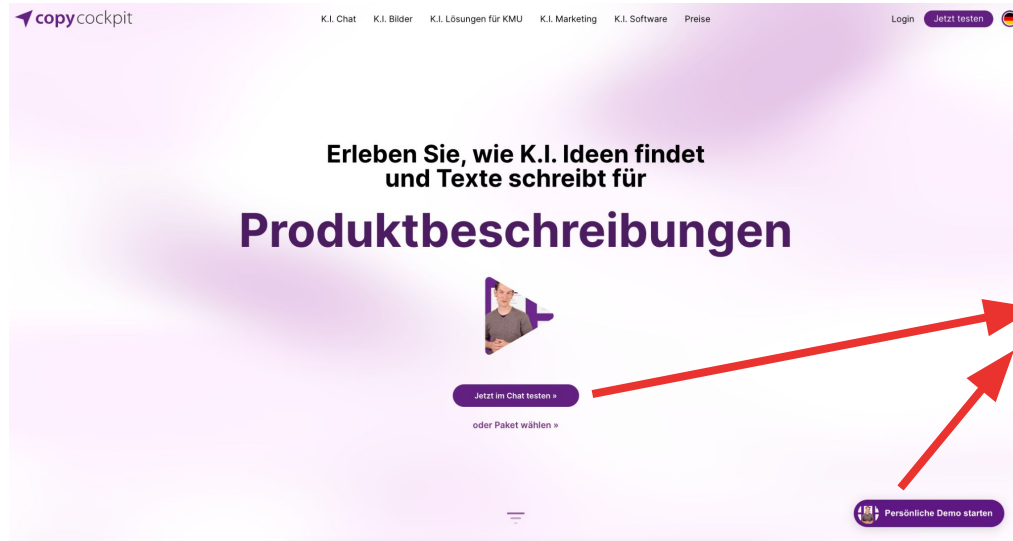
kostenpflichtige  
Tools

Videos

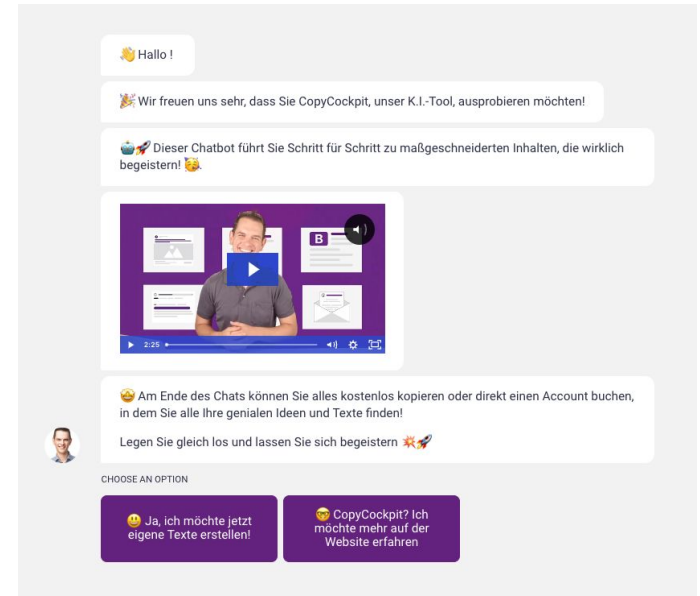
**Chatbot**

Usw. usw.

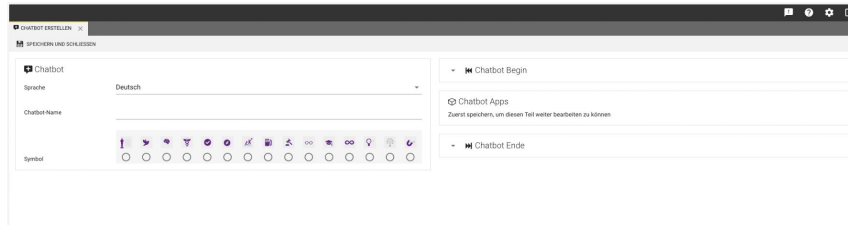
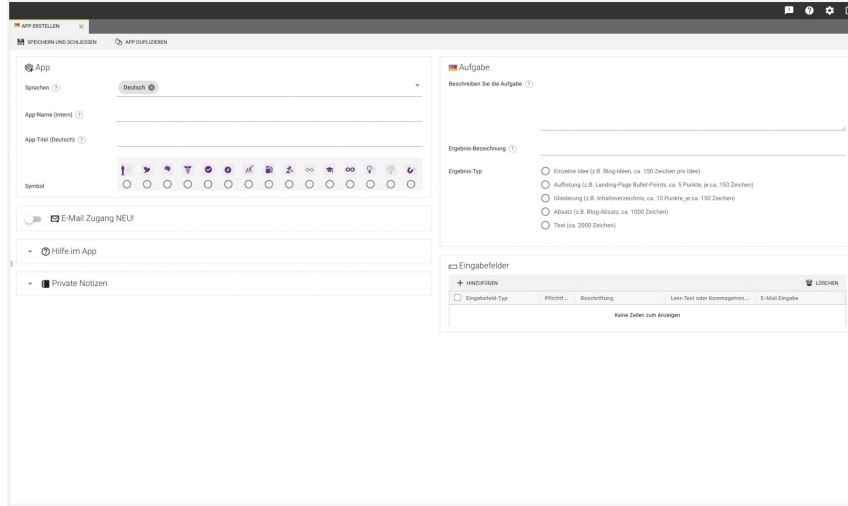
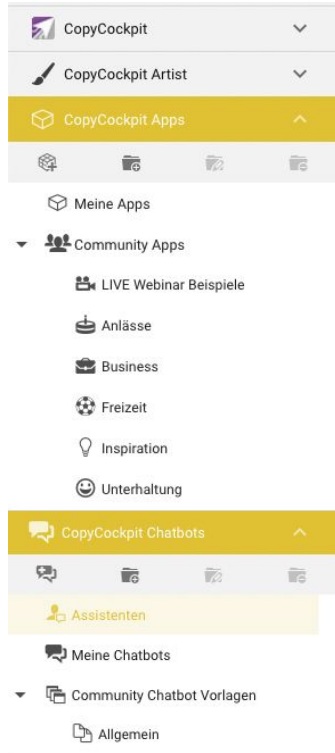
# Beispiel: CopyCockpit



Chatbot: Einblicke in das Tool (hier: KI Textergebnisse) / die Lösung



# Chatbots erstellen mit CopyCockpit



Weitere Infos:

[CopyCockpit](#)  
[fortgeschrittenen](#)  
[Webinare](#)

# Mögliche ‚Lead-Magnete‘

Leitfäden

E-Books

Checklisten

Quiz

Kurse

Free Trials

kostenpflichtige  
Tools

Videos

Chatbot

Usw. usw.

# Noch ein paar Lead-Magnet-Inspirationen

## Erstellen Sie sie in weniger als 1 Stunde!

- Mikroproblem lösen
- Eine schicke Checkliste
- Handy-Video
- Antworten auf die häufigsten Fragen
- Tools oder Ressourcen empfehlen
- Praktische Vorlage
- Supereinfaches, lustiges Quiz
- Sammlung von Dateien (Dokumenten / Videos)
- Zugang zu einer Komponente Ihres Hauptangebots

**Halten Sie es einfach  
Verwenden Sie Ihr Wissen mehrfach  
Denken Sie an den Wert für die Kunden**

**UND... denken Sie über die nächsten Schritte  
& das Endziel nach**

[support@swissmademarketing.com](mailto:support@swissmademarketing.com)