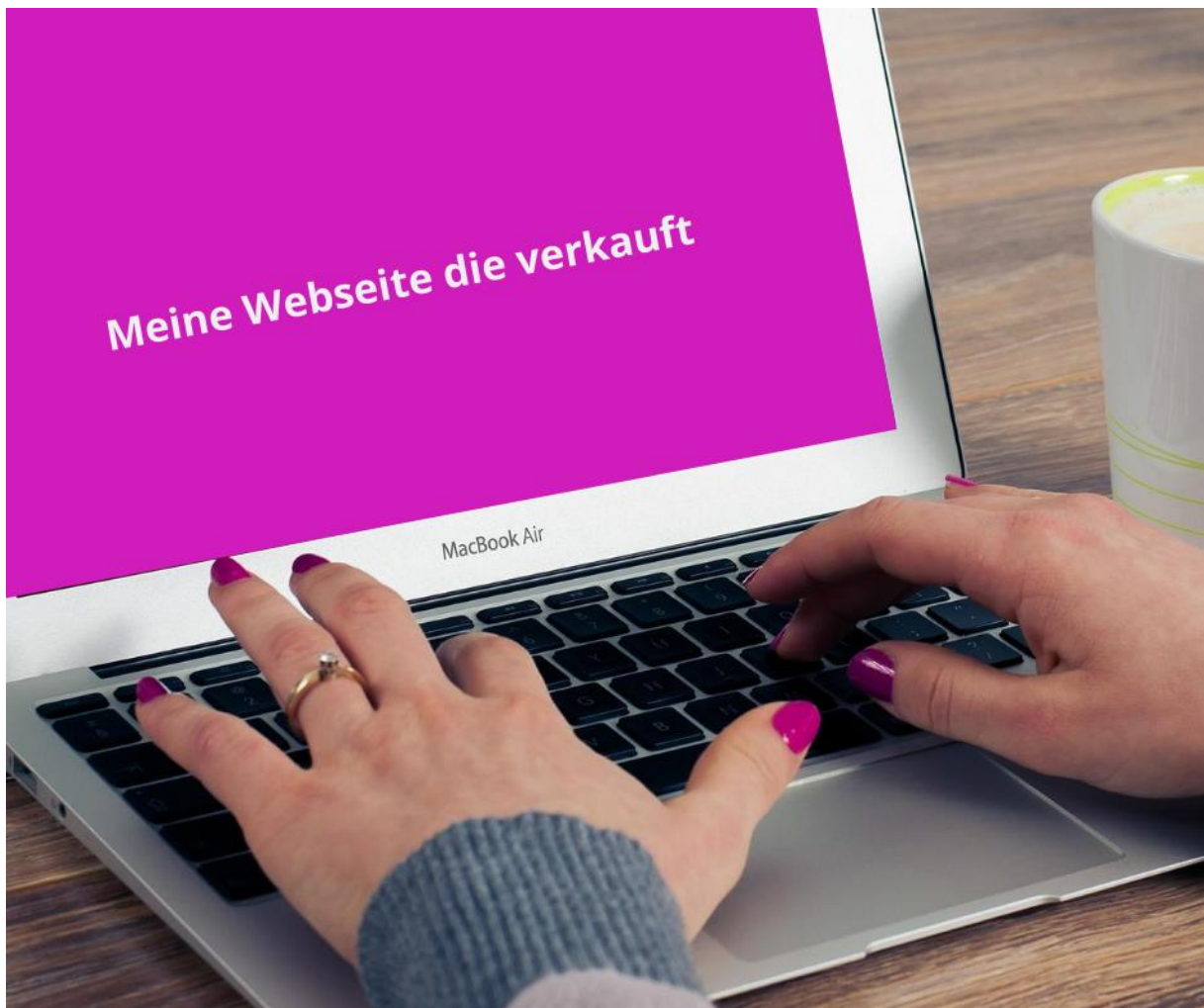


# SCOREMORELADY50+ COACHING SKRIPT



1

**POWERED BY SILVIATSCHUMPER.COM**

Liebe Scoremorelady50+

Stell Dir einmal vor, es kommen 100 Interessenten in ein Fachgeschäft und 99 verlassen es wieder unverrichteter Dinge, ja sogar ohne überhaupt mit einem Mitarbeiter gesprochen zu haben.

Wenn Du Inhaberin dieses Fachgeschäftes wärst, würde Dich das ärgern?

Ich denke schon und ich denke auch, dass Du einen Weg suchen würdest dies zu ändern.

Aber was ist, wenn Du gar kein Geschäft hast, wo Menschen reinkommen können und Deine Angebote dort betrachten können?

Ja dann ist Deine Webseite Dein Besucherzentrum!

Vielleicht ergeht es Dir mit Deiner Webseite genauso? Was ist mit diesen Besuchern?

Verschwinden diese auch ungesehen auf Nimmerwiedersehen?

Nehmen wir mal an, Du weisst das, denn Du kontrollierst regelmässig Deine Besucherstatistiken. 😊

Was tust Du dann?

### **Lösung 1:**

Du ignorierst es?

### **Lösung 2:**

Du nimmst Geld in die Hand und lässt Deine Webseite von einem Web Profi neu machen?

Du glaubst, dass es an der Optik liegt und gibst dem Profi einen entsprechenden Auftrag. Dann ist Deine neue, total schön gestaltete Webseite eine Weile online und es passiert aber noch immer nichts. Es schauen viele vorbei, aber keiner interessiert sich näher.

### **Lösung 3:**

Du erkennst, dass es nicht an der Optik der Webseite liegt, sondern am Inhalt. Der Inhalt sollte so gestaltet sein, dass ein Besucher innert weniger Sekunden feststellen kann, ob er/sie hier eine Lösung für das findet, was er/sie sucht.

Ich gehe davon aus, dass Du die Lösung 3 wählen würdest 😊

Lass uns nun hier genauer anschauen, wie eine Webseite auf Basis der Lösung 3 ausschauen sollte.

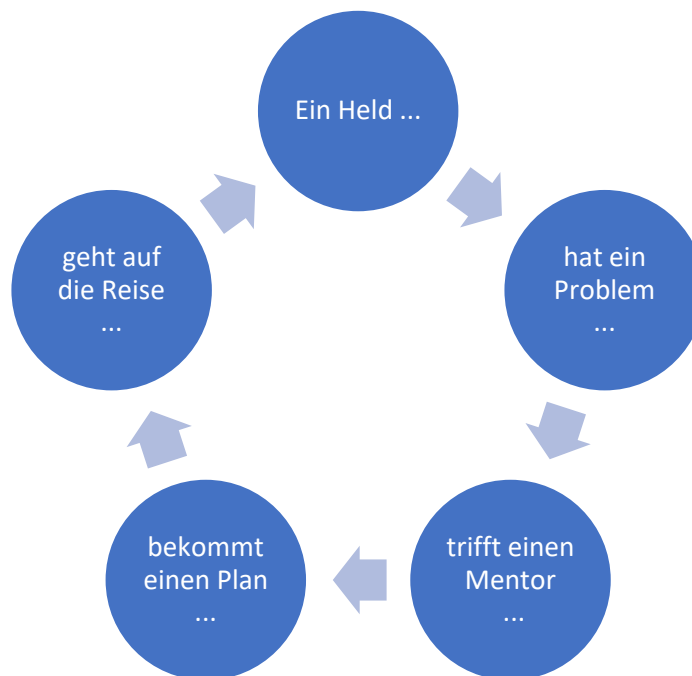
## EINE WEBSEITE, DIE VERKAUFT BRAUCHT FOLGENDE 3 WICHTIGEN DINGE

1. Ein unwiderstehliches Angebot, dargestellt in einer klaren Botschaft, welche von einer spannenden Geschichte umrahmt wird.
2. Eine klare und übersichtliche Gliederung des Angebotes, so dass der/die Besucher\*in es sofort versteht.
3. Eine Handlungsaufforderungsstrategie (Call-to-Action)

Ich habe gelernt, dass der/die Besucher\*in eine «Reise» unternehmen sollen, wenn sie auf Deiner Webseite zu Besuch kommen. Diese Reise nennt sich im Fachjargon «Heldenreise». Der Held oder die Heldin ist immer der/die Besucher\*in, das versteht sich von selbst.

3

Die Heldenreise sieht so aus:



Der Mentor bist Du und der Plan ist Dein Produkt, welches dem Held hilft, sein Problem zu lösen oder seinen Wunsch zu erfüllen.

Und genau diese Reise gilt es auf Deiner Webseite klar und deutlich zu beschreiben in Form einer Geschichte (Story).

Je grösser das Problem des Helden ist, desto spannender wird die Geschichte.

Jeder Held oder Heldin, braucht einen Mentor zur Lösungshilfe! Wenn er/sie das nicht brauchen würde, dann würde er/sie nicht danach suchen.

Hast Du das schon mal auf diese Weise betrachtet?

D.h. die Geschichte muss spannend sein und eine Problemlösung beinhalten.

Was heisst spannend...

Stell Dir vor James Bond hätte keinen Goldfinger als Kontrahent gehabt, der die Welt in Schutt und Asche legen wollte, sondern er hätte nur einen Falschparker abschleppen müssen.

James Bond musste also ein grosses Problem lösen und kein uninteressantes Problemchen.

Verstehst Du auf was ich hinaus will? Die Schilderung des Problems muss spannend sein, damit es Aufmerksamkeit erregt. Wenn es das nicht ist und dem Helden nur eine «Routinelösung» vorgeschlagen wird, dann bräuchte er keinen Mentor. Und für jeden Held/jede Heldin ist ihr Problem immer gross!

Kommen wir nun zur Geschichte (Story)...

### **DIE MAGISCHE STRUKTUR DER STORY SIEHT SO AUS: Diese Struktur gilt für die Frontseite Deiner Webseite (Home)**

1. Story Überschrift

2. Problem

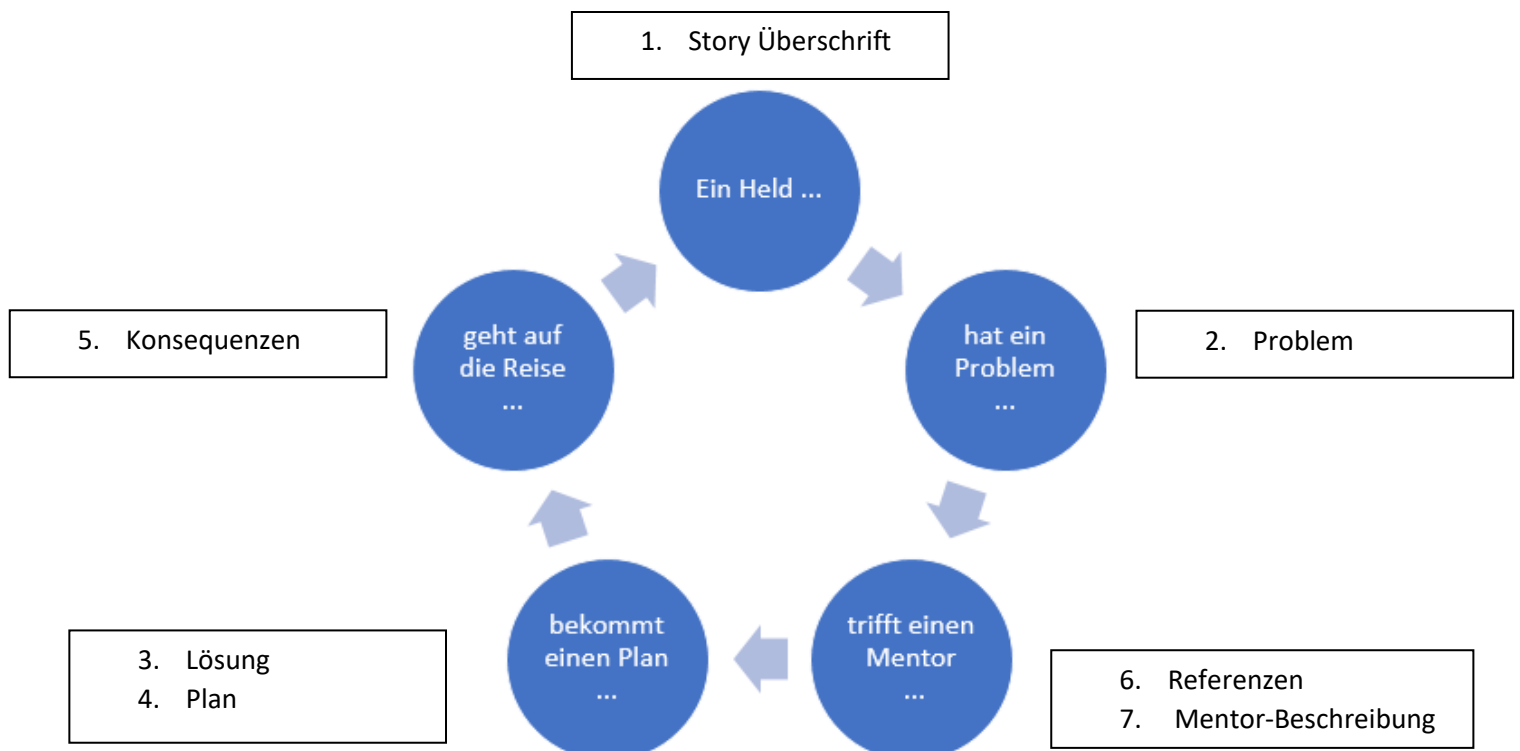
3. Lösung

4. Plan

5. Konsequenzen

6. Referenzen

7. Mentor-Beschreibung



## 1. Die Story Überschrift

Diese sollte nach Möglichkeit bereits in das Bild auf der Frontseite integriert werden. Der Besucher/ die Besucherin muss innert 7-10 Sekunden einfach und schnell erkennen, dass er/sie hier richtig ist.

In einem kurzen prägnanten Satz wird geschildert

- was angeboten wird
- welchen Nutzen es hat
- was als nächstes zu tun ist

Call-to-Action >

## 2. Das Problem

Hier wird das Problem des Helden/der Heldin beschrieben, welches Du lösen kannst.

Call-to-Action >

## 3. Die Lösung

Hier beschreibst Du die Lösung.

Call-to-Action >

## 4. Der Umsetzungsplan

Hier beschreibst Du 3 einfache Schritte, wie der Held/die Heldin Deine Lösung bekommen kann.

Call-to-Action >

## 5. Die Konsequenzen

Hier beschreibst Du die Reise des Helden/der Heldin und

- Was er/sie verliert, wenn er/sie nicht mit der Lösung arbeitet
- Was er/sie gewinnt, wenn er/sie Dich als Mentor engagiert.

Call-to-action >

## 6. Die Referenzen

Hier lässt Du andere Dich als Mentor beschreiben. Wenn Du noch keine Referenzen hast, dann suche Dir Testpersonen, welchen Du gratis hilfst und die Dir dann eine Referenz ausstellen.

## 7. Die Mentor-Beschreibung

Hier beschreibst Du kurz Deine eigene Geschichte mit Deiner Mission.

Diese Formel ist keine Erfindung von mir! Sie stammt vom Storytelling Papst Alexander Christiani. Bei ihm habe ich Storytelling gelernt, und ich wende diese Formel für mein eigenes Geschäft an.

Wenn Du dieses Prinzip auf Deiner Webseite anwendest, dann wird Deine Conversionsrate (Zahl der Besucher, welche einen Call-to-Action in Anspruch nehmen) massiv steigen.

Ich habe dies selbst mit meiner eigenen Webseite erfahren dürfen.

Bitte beachte, dass sehr viele Menschen über Deine ÜBER MICH Seite reinkommen werden, wenn sie nicht einem spezifischen Link folgen. Also sollte auch Deine ÜBER MICH Seite mit diesem Prinzip gestaltet werden.

Die ÜBER MICH Seite ist statistisch gesehen meistens die Seite, wo der Besucher/ die Besucherin am längsten verweilt.

6

### **MÖCHTEST DU DEINE WEBSEITE JETZT OPTIMIEREN?**

1. Ich biete Dir an, Deine Webseite einer Diagnose zu unterziehen und Dir Verbesserungstipps zu geben.
2. Ich bespreche auch gerne mit Dir Deine Marketingherausforderungen.
3. Ich gebe Dir eine Perspektive für die nächsten Umsetzungsschritte.

### **WENN DU INTERESSIERT BIST, DANN MELDE DICH FÜR EIN KOSTENLOSES GESPRÄCH AN:**

Hier findest Du meinen Terminkalender.

<https://silvia-tschumper.youcanbook.me>



Ich freue mich, Dich am Telefon persönlich kennen zu lernen. Bis bald.

Herzliche Grüße Silvia Tschumper