



**Der ultimative Leitfaden
für dein Online-Business**

*So erfüllst du dir deinen Traum
vom unabhängigen Arbeiten.*

KATRIN HILL
online wachsen

#Jetzt mal ehrlich

Wahrscheinlich befindest du dich gerade an dem Punkt, an dem ich vor einigen Jahren auch war.

Du hast diese Idee im Kopf, dass ein **Online-Business mit Online-Kursen die perfekte Lösung für deine aktuelle Lebenssituation** sein könnte. Nur weißt du noch nicht, wie du aus der Idee jetzt Realität machst.



Mir ging es auch so

Als ich das erste Mal schwanger war, hatte ich mein Geld mit der Erstellung von Webseiten und der Beratung im Online-Marketing verdient. Das Problem war jedoch, dass ich zukünftig nicht mehr in demselben Umfang arbeiten konnte wie zuvor. Ich brauchte also eine Lösung, mit der ich Arbeit und meine Kinder optimal in Einklang bringen konnte.

Mit meiner **5-Punkte-Strategie** legst du den idealen Grundstein, um mit **Online-Kursen** durchzustarten.

Nimm dir die Zeit, jeden Punkt genau anzuschauen um am besten gleich jetzt an **deiner neuen, erfolgreichen Zukunft zu arbeiten.**

Du hast es verdient, dein bestes Leben zu leben.

Deine Katrin

KATRIN HILL
online wachsen

DER GRUNDSTEIN FÜR DEIN FREIES LEBEN

5-PUNKTE-STRATEGIE

1

Werde Hellseher

Um es mal etwas anders auszudrücken: Lerne deinen Wunschkunden kennen und finde heraus, welches Ziel deine Kunden haben.

2

Erstelle ein Freebie

Wie? Was? Freebie? Erstelle ein kostenloses Produkt zum Herunterladen, das dir schon mal die ersten E-Mail-Adressen für dein E-Mail-Marketing bringt.

3

E-Mail-Marketing: Bleib in Kontakt

Bau dir eine E-Mail-Liste auf, die es kaum erwarten kann, von dir zu lesen und deine Produkte zu kaufen.

5

Entwickle einen unwiderstehlichen Onlinkurs

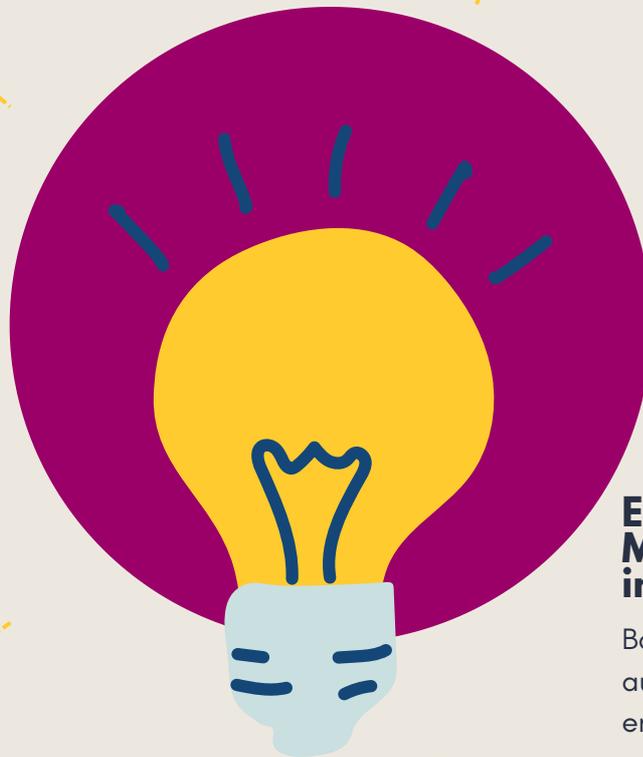
Konzipiere einen Onlinekurs, den du in einem Launch erfolgreich verkaufst.

4

Baue deine Reichweite aus

Nutze die Chancen, die Social Media dir bietet, um viele Menschen zu erreichen und für dein Angebot zu begeistern.

KATRIN HILL
online wachsen



LERNEN DEINEN KUNDEN KENNEN

KUNDEN VERSTEHEN

Eine erfolgreiche Positionierung beginnt mit dem Verständnis der Bedürfnisse und Wünsche deiner Zielgruppe.

Kunden kaufen keine Onlinekurse, weil es da besonders viel Videomaterial oder lebenslanges Zugriffsrecht gibt. **Kunden kaufen einen Onlinekurs, weil sie sich vom Anbieter verstanden fühlen und das Ergebnis, das der Kurs verspricht, haben wollen.**

Und welches Ergebnis wollen sie genau haben? Und wie fühlen sie sich verstanden? Das musst du herausfinden!

Und wie geht das?

1

Stelle die richtigen Fragen

Du musst deine typischen Kunden so gut kennen, dass sie bei jeder Marketingbotschaft von dir nur noch staunend mit dem Kopf nicken. Weil du das aussprichst, was sie denken.

Und das geht, indem du dir Fragen über deine Kunden stellst. Solche, wie auf der nächsten Seite zum Beispiel.

Die richtigen Fragen

WAS IST DEIN PROBLEM?

Wenn du beispielsweise einen Onlinekurs für Hundeeziehung anbietest, verkaufst du kein Wissen. Du verkaufst Freiheit: Denn die Kunden deines Kurses können nach dem Kurs endlich ohne Angst mit ihrem Hund vor die Tür gehen. **Finde heraus, was das eigentliche Problem deiner Kunden ist und nutze dieses Wissen für dein Marketing.**

1

2

WAS HAST DU SCHON PROBIERT?

Finde heraus, was dein typischer Kunde bereits erfolglos versucht hat, um sein Problem zu lösen. Nutze diese Information dann geschickt für dein Marketing. Das erzeugt Vertrauen und das Gefühl, dass du genau weißt, wie es deinem Kunden geht.



WOVOR HAST DU ANGST?

Auch wenn du nun schon genau weißt, was das eigentliche Problem ist und was deine Kunden schon probiert haben, wird es noch dröflzig Gründe geben, die deine Kunden davon abhalten werden, deinen Kurs zu kaufen. **Finde dröflzig +3 und entkräfte sie. Baue auch das in dein Marketing ein.**

3



UND WIE FINDE ICH DAS HERAUS?

✓ Ruf an!

Gib es zu! Du hast doch bestimmt die ein oder andere Person vor Augen, die perfekt für dein Angebot wäre.

Ruf sie an! Stell diese Fragen.

Profi-Tipp

Notiere dir direkt, wie deine Kunden das Thema beschreiben. Diese Wortwahl nutzt du dann auch in deinem Marketing!

✓ Recherche

Nutze Social Media (FB-Gruppen, Linked-In Gruppen...) um Antworten auf diese Fragen zu finden. **Schaue wie ein Profi-Detektiv die Postings in den typischen Gruppen an und finde Antworten auf die Fragen.**

KLARE STRATEGIE ZUM LISTENAUFBAU

ERSTELLE EIN FREEBIE

Baue deine E-Mail-Liste auf, indem du potenziellen Kunden eine kostenfreie Kostprobe deines Könnens lieferst.

Ein Onlinebusiness lebt von E-Mail-Marketing (dazu gleich mehr). Denn der Verkauf des Kurses findet auch über E-Mails statt. Und je mehr E-Mail-Adressen du von deiner Zielgruppe hast, desto besser werden deine Umsätze sein.

Was ist also das Ziel? Yes! E-Mail-Adressen einsammeln!

Und wie geht das?

2

Erstelle ein Freebie

Ein Freebie ist ein kostenloses Geschenk, das du im Austausch gegen eine E-Mail-Adresse anbietest (z. B. eine Checkliste). Potenzielle Kunden können es herunterladen, indem sie sich in ein Formular mit ihrer E-Mail-Adresse eintragen. Dadurch baust du deine E-Mail-Liste auf und kannst später dein Angebot an diese Kunden richten.

Ein geiles Freebie erstellen

RELEVANZ

Ok, #Klartext: Dein Freebie muss einen Sinn für deine Zielgruppe ergeben und relevant sein. Wenn du einen Onlinekurs zum Thema "Podcasting" anbietest, kann dein Freebie nicht "10 Tipps für gute Texte sein".

LEICHT ZUGÄNGLICH

Deine Kunden sind nicht Rapunzels' Prinz. Sie wollen sich nicht durch tausend Dornenhecken kämpfen, um an dein Freebie zu gelangen. Ermögliche ihnen einen unkomplizierten Zugang oder Download.

MACH ES SPANNEND

Erstelle ein Freebie, das dir aus den Händen gerissen wird. Überlege genau, welches Thema und welcher Titel sie ansprechen könnte. Kannst ja nochmal die 3 Fragen genau ansehen. *hüstel, hüstel*

VERTEILE DEIN FREEBIE



Du könntest das beste Freebie auf der ganzen Welt haben, aber es nützt dir nichts, wenn es in deiner Schublade vergammelt. Daher ist es entscheidend, dein Freebie zu verbreiten. Hast du schon einmal über folgende Möglichkeiten nachgedacht?



Schalte Ads

Nutze bezahlte Anzeigen, um gezielt Interessierte anzusprechen.



Auf Social Media teilen

Teile dein Freebie auf deinen Social-Media-Kanälen, um eine größere Reichweite zu erzielen.



Kooperationen

Erwäge Kooperationen mit anderen Unternehmen oder Influencern, um es einem breiteren Publikum bekannt zu machen.

“

FREEBIES SIND DER ERSTE EINDRUCK, DER DEN GRUNDSTEIN FÜR LANGFRISTIGE BEZIEHUNGEN LEGT.

”



DEINE STIMME ZÄHLT

Lass dein Freebie genau deine Herangehensweise zum Thema widerspiegeln. Vermeide schlichtweg den Versuch, es für eine breite Masse anzupassen, denn dadurch wird niemand so wirklich abgeholt. Nutze dein Freebie, um deine eigene Stimme und Persönlichkeit zu präsentieren, denn gerade das zieht deine Wunschkunden an.

NUTZE E-MAIL-MARKETING

BLEIB' IN KONTAKT

Newsletter sind das perfekte Instrument, um eine echte Beziehung zu deinen Abonnenten aufzubauen.

Ok, ok, ok. Das ging jetzt schnell von "Kunden kennenlernen", über "Freebie erstellen", zu "In Kontakt bleiben".

Pass auf: Das Freebie erstellst du ja, damit du E-Mail-Adressen von Personen sammeln kannst, die sich mal grundsätzlich für dein Thema interessieren. Denn denen wirst du in einiger Zeit deinen Onlinekurs zum Kauf anbieten. Damit sie den dann aber auch kaufen, müssen sie mit dir warm werden. Und das erreichst du, indem du regelmäßig von dir hören...ähm...lesen lässt.

3

Und wie geht das?

Entwickle eine Newsletteroutine

Baue eine starke Bindung zu deinen Newsletter-Abonnenten auf, indem du regelmäßig ein bis zwei Newsletter pro Woche versendest. Dadurch gewöhnen sich deine Abonnenten daran, von dir zu hören und es entsteht eine vertraute Beziehung. Dieses Vertrauen wird dir später helfen, wenn du deinen Onlinekurs anbietest.

Newsletter-Themen finden

Erzähle von dir

Menschen lieben Geschichten von anderen Menschen, und das ist auch der Grund, warum Serien wie GZSZ sich seit 20 Jahren halten. Nutze daher den Newsletter als eine Art kleine Soap Opera und teile Geschichten aus deinem Leben. Erzähle humorvolle oder kuriose Erlebnisse, die dir passiert sind, so als würdest du sie einer Freundin schreiben wollen. Durch persönliche Anekdoten baust du eine enge Verbindung zu deinen Lesern auf und schaffst eine vertraute Atmosphäre, von der sie nicht genugbekommen können.

Häufige Fragen

Wenn du bereits 1:1 Kunden hast, dann nutze die häufigsten Fragen, die sie dir stellen, als Themen für deinen Newsletter. Falls du noch keine Kunden hast, kannst du bei der Kundenrecherche aus Schritt 1 sicherlich typische Themen erkennen, die oft in Zusammenhang mit deinem Beratungsthema genannt werden.

Spüre Trends auf

Erstelle einen Google Alert für dein Thema und erhalte regelmäßige Benachrichtigungen über aktuelle Neuigkeiten dazu im Web. Dadurch bleibst du stets auf dem neuesten Stand und kannst diese spannenden Trendthemen in deinem Newsletter aufgreifen.

[google-alert](#)



Was steht im Weg?

Deine Newsletter-Abonnenten haben einen bestimmten Grund, sich für deine Inhalte zu interessieren: Sie sind noch nicht am Ziel und erhoffen sich, dass deine Inhalte sie beim Erreichen unterstützen. Überlege mal, was sie noch verstehen müssen, um ihre Ziele zu erreichen, und nutze diese Themen als spannende Aufhänger für deinen Newsletter.

BAUE DEINE REICHWEITE AUS

REICHWEITE

Die beste Botschaft ist umsonst,
wenn sie niemand hört.

Also gut: Du kennst jetzt deine Kunden, du sammelst fleißig E-Mail-Adressen ein und du sendest regelmäßig einen Newsletter. Dann knöpfen wir uns jetzt mal deinen Social-Media-Kanäle vor und geben da Vollgas: Denn mit einigen Tricks und Kniffen kannst du da deine Reichweite deutlich steigern und so noch mehr Menschen erreichen...uuuuund dann (na, errätst du es?) - in deine E-Mail-Liste einladen.

Und wie geht das?

4

Nutze eine kluge Reichweitenstrategie

Um Reichweite aufzubauen, brauchst du nicht nur einen Hack hier und einen anderen Hack da. Nein! Du brauchst eine klare Strategie. Woran du alles denken musst? Dafür bekommst du einen Spickzettel auf der nächsten Seite.

Reichweite ausbauen

SCHRITT 1



Contentplan erstellen

Hast du schon einmal den Spruch "Consistency is Key" gehört? Er besagt im Grunde, dass es sich lohnt, dran zu bleiben – und das gilt auch beim Aufbau deiner Reichweite auf Social Media. Du musst kontinuierlich präsent sein, um deine Reichweite zu steigern. Dabei hilft dir am besten ein intelligenter Content-Plan. Anstatt jeden Tag aufs Neue darüber nachzudenken, was du posten oder in den Stories erzählen sollst, kannst du so effizient und gezielt vorgehen

SCHRITT 2



Netzwerk nutzen

Geh Kooperationen mit anderen Online-Unternehmerinnen ein, die eine ähnliche Zielgruppe ansprechen. Es muss nicht die identische Zielgruppe sein, aber sie darf durchaus Schnittmengen mit deiner haben. Das vergrößert deine Reichweite.

Falls du gerade denkst, dass du eigentlich nichts mit deinen Konkurrenten zu tun haben möchtest, dann überdenke das noch einmal. Denn am Ende des Tages kaufen Kunden bei dir, weil sie deine Persönlichkeit mögen. Indem du dein Netzwerk vergrößerst und Kooperationen nutzt, vergebst du keine Chancen, sondern genau das Gegenteil ist der Fall: Du kannst nur gewinnen.

SCHRITT 3



Ads erwägen

Ja, Werbeanzeigen können anfangs etwas unheimlich und undurchschaubar wirken. Aber das müssen sie gar nicht sein! Es gibt mittlerweile viele tolle Anleitungen, wie du ganz einfach Werbeanzeigen für deine Branche erstellen kannst. Die Kosten für neue E-Mail-Abonnenten sind in vielen Branchen tatsächlich noch recht überschaubar, sodass sich die Auseinandersetzung mit Werbeanzeigen lohnen kann.

Hast du schon von meiner "Easy-Ads-Strategie" gehört? Es ist eine simple Werbeanzeigen-Strategie, die ich in meinen Programmen unterrichtete. Wenn du mehr darüber wissen möchtest, schick mir einfach eine E-Mail an mail@katrinhill.com

ERST VERKAUFEN, DANN ERSTELLEN

ONLINEKURS

Entscheidender Fehler beim Start des Online-Business: Mit der Kurserstellung zu beginnen.

Ich verstehe seeeehr gut, dass viele ihr Online-Business mit der Entwicklung eines Onlinekurses starten wollen. Erhöre trotzdem diese Warnung: Beginne erst mit dem Aufbau deiner Reichweite (Newsletter, Social Media,...), ehe du deinen Kurs komplett erstellst..

Dadurch lernst du deine Kunden und ihre Bedürfnisse perfekt kennen. Erst dann konzipierst du deinen Onlinekurs, verkaufst ihn im Rahmen eines Launches und erstellst ihn final erst nach dem Verkauf.

5

Warum?

Zwei Gründe

Grund 1: Du vermeidest, Ressourcen in die Erstellung eines Kurses zu investieren, der möglicherweise nicht die gewünschte Nachfrage hat.

Grund 2: Du kannst das Feedback deiner Kunden kontinuierlich einarbeiten und erstellst damit einen besseren Kurs. vorher.

Kurs konzipieren

So geht's!

01

Kursziel formulieren

Formuliere ein sehr leicht verständliches und spezifisches Kursziel und achte darauf, dass deine Teilnehmer das Gefühl haben, dass sie das Ziel auch erreichen können



02

Erkenntnisse festlegen

Notiere alle Erkenntnisse, AHA-Momente und Fähigkeiten, die dein Kunde braucht, um dieses Ziel zu erreichen. Am besten nutzt du dafür Post-its. (Für jede Erkenntnis ein Post-it)



02

Lektionen erstellen

Ordne die gesammelten Erkenntnisse, AHA-Momente und Fähigkeiten in ein System aus Modulen und Lektionen ein. Nutze dafür gerne die Post-Its, um verschiedene Varianten der Zusammensetzung ausprobieren zu können.



ZUM SCHLUSS

Du hast jetzt die Chance, deinen Traum vom Online-Business endlich wahr zu machen.

#Lassunsehrlichsein

Du kannst jetzt alle Tipps, Tricks und Hacks aus diesem Starter Guide für dich umsetzen und phänomenalen Erfolg erzielen.

Das verspreche ich dir!

Wenn du aber jemand bist, der gerne Teil einer engagierten Community sein möchte und noch **viel detailliertere Anleitungen zum Aufbau von Sichtbarkeit und Reichweite** sucht, um ein zeitlich flexibles und finanziell erfolgreiches **Online-Business aufzubauen**, dann verpasse nicht den neuen Raketencub!



Den neuen Club nicht verpassen



Auf die Warteliste

www.katrinhill.com/club-warteliste