Mindful Selling Onlinekurs  
Modul 3: Sales Strategie

Beantworte die Fragen und nutze sie als Grundlage für den Launch-Content.  
  
**Welches Ergebnis wünscht sich dein\*e Kund\*in ganz konkret?**

Was ist das beste, was deine Kund\*in durch dein Produkt erreichen würde? Wie sieht danach ihr Leben aus, was ist das Neue? Wie kannst du DAS in deinem Pre- & Launch-Content zeigen?

| Die konkreten Ergebnisse durch mein Produkt |
| --- |
|  |

**Welche Hürden (Pain Points) hindern sie?**So wie du es in Modul 1 gelernt hast, sammelst du hier einmal die wichtigsten Hürden deiner Kund\*innen zu dem Produkt-Thema.

Beispiel 1: Ich weiß nicht, wie ich meine\*m Partner\*in erklären soll, dass ich mehr Zeit für Selbstfürsorge brauche. Er denkt bestimmt, ich bin egoistisch.  
Beispiel 2: Ich will mich auf Instagram zeigen, aber ich weiß gar nicht wo ich anfangen soll. Ich bin total überfordert von Reels, Stories etc.

| Pain Points |
| --- |
|  |

**Welche “inneren Gespräche” zu dem Produkt-Thema führen sie mit sich selbst?**Deine Kund\*innen haben vielleicht ein inneres Gespräch mit sich am laufen, was sie davon abhält zu kaufen. Du willst diese Gespräche zitatgetreu (soweit das geht) hier sammeln und verstärkend für deinen Launch einsetzen.

| Innere Gespräche |
| --- |
|  |

**An welchen Stellen hegen Kund\*innen Misstrauen gegenüber dem Produkt?**Kund\*innen haben eventuell vorgefertigte Meinungen im Kopf, die “man sich erzählt” über dein Produkt-Thema.  
Beispiel 1: “Bei Network-Marketing muss man doch eigene Familie + Freunde werben. Das will ich nicht.”  
Beispiel 2: “Wenn ich auf Insta Marketing mache, dann muss ich bestimmt ständig online sein. Darauf habe ich keinen Bock!”

Welche Argumente, Erklärungen und Beweise hältst du dagegen?

| Misstrauen, Verdächtigungen & Mythen |
| --- |
|  |

**Sag wie es ist: Sprich offen und ehrlich Dinge aus, die sich sonst niemand in deiner Branche traut anzusprechen.**

Beispiel 1: Man kann keinen Zeitraum pauschal nennen, in welchem man definitiv auf Instagram erfolgreich wird.

Beispiel 2: Grenzen setzen bei deinen Eltern wird sich erst sehr unangenehm anfühlen, bevor es deine neue Normalität wird. Es ist nicht “einfach nur eine Entscheidung”.

| Unangenehme Wahrheiten |
| --- |
|  |

**Deine Kund\*innen denken vielleicht, dass der Kurs (momentan) nicht passt.**   
Sammle die häufigsten Gründe. Warum passt der Kurs trotzdem zu ihnen? (Natürlich gibt es auch gute Gründe, warum dein Kurs nicht zu ihnen passt.)

| Warum glauben sie, dass sie deinen Kurs momentan nicht schaffen würden? |
| --- |
|  |

**Welche Einwände bringen deine Kund\*innen an, weswegen sie nicht buchen?** Sammle Gründe, um diese zu widerlegen (wenn du kannst).

Beispiel 1: Ich glaube, ich passe mit meinem Aussehen nicht als Coach auf Instagram.

Beispiel 2: Wenn ich nach deinem Diät-Plan koche, muss ich ja zwei mal kochen - für meine Familie und für mich.

| Einwände |
| --- |
|  |