



IN 3 SCHRITTEN

**zu messbar mehr
Erfolg.**



Francesco Farkas
Verkaufpsychologe

Warum Verkaufpsychologie?

Die Meisten Website-Optimierungen fokussieren sich auf:

- Design
- Technik
- Funktionen

Aber sie ignorieren total das Wichtigste. Die Psyche des Kunden. Menschen treffen Kaufentscheidungen zu 95% emotional und rechtfertigen diese dann rational.



SCHRITT 01



Analyse der Customer Journey

Finde die Hürden im
Verkaufsprozess!

- Wo verlierst Du Kunden?
- Welche Fragen bleiben offen?
- Welche Lösungen bleiben ungenannt?
- Welche Werte werden nicht angesprochen?

Besonders für nachhaltige
Unternehmen sind die Werte der
Zielgruppe wichtig.

Praktische Umsetzung von Schritt 1

1. Bitte 3-5 Bekannte oder Verwandte, einen Testkauf zu tätigen.
2. Lass sie den Prozess laut denken und aufnehmen.
3. Halte alle Momente des Zögerns oder der Verwirrung fest.
4. Frage nach, was sie hier verunsichert hat.
5. Finde die Top 3 Hürden!



SCHRITT 02

Psychologische Hebel ergänzen

Wähle für die aus Schritt 1
gefundenen Herausforderungen, die
richtigen psychologischen Hebel.

- Social Proof für mehr Vertrauen
- Preisanker für Reduzierung des Preisschmerzes
- Fortschrittsmechanik für weniger Warenkorbabbrüche
- Farbpsychologie für bessere emotionale Wirkung
- Sprachpsychologie für bessere und überzeugendere Texte

Wichtig: Bleibe authentisch, ehrlich
und formuliere in Deinen Worten.



Praktische Umsetzung von Schritt 2

1. Wähle max. 3 psychologische Hebel für den Anfang
2. Implementiere sie nach und nach um zu sehen, was wie wirkt.
3. Halte die Änderungen klein und messbar.
4. IST-Zustand vorher dokumentieren.
5. Und auch hier wieder: Bleib authentisch. Manipulation führt nie nachhaltig zum Ziel.



SCHRITT 03

Testen und Optimieren

Verkaufpsychologie klappt nicht wie ein Wunschkonzert. Du musst testen und kontinuierlich optimieren.

- A/B Tests für verschiedene Landingpages z.B.
- Daten statt Emotionen. Deine Website gefällt Dir nicht mehr so wie früher, aber sie läuft besser? Kann durchaus sein.
- Bleib dran. Verbessere immer weiter.
- Wenn Deine Kunden sich ändern, dann ändere Dich mit.



Praktische Umsetzung von Schritt 3

1. Nutze einfache Tools wie Google Optimize für A/B Tests
2. Definiere klare Kennzahlen, bei denen Du es als Erfolg wertest.
3. Lass Dir Zeit. Tests unter 2 Wochen bringen nichts.
4. Dokumentiere die Ergebnisse für zukünftige Tests.
5. Teile Erfolge mit Deinem Team. Nimm Deine Leute mit. Das begeistert.



Der Unterschied: Done-with-you statt Done-for-you

Was bringt es Dir, wenn ich das für Dich mache und Du bei jeder Änderung wieder zu mir kommen musst?

Ich zeige Dir, WIE und WARUM das funktioniert.

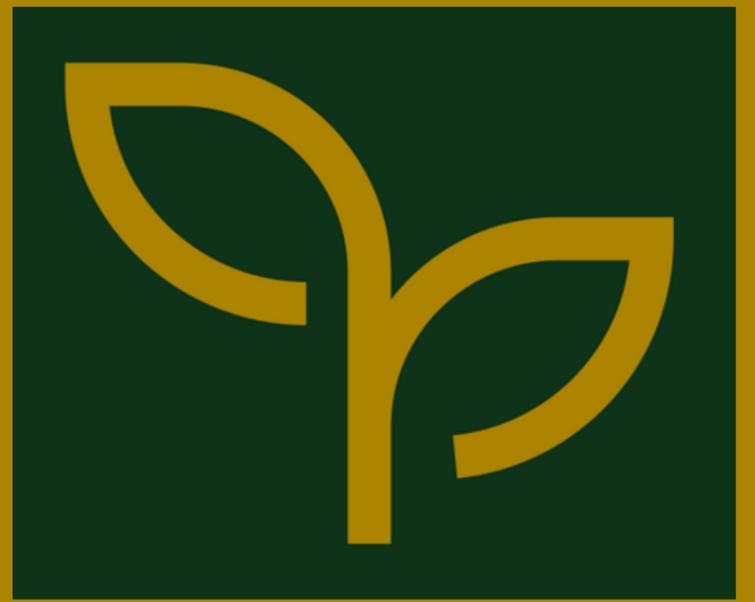
Denn:

- Dein Wissen bleibt bei Dir.
- Du kannst das Wissen selbstständig anwenden.
- Du bist unabhängiger.

Es geht um langfristigen Erfolg, nicht kurzfristige Gewinne. Das bedeutet Nachhaltigkeit.



TO DO:



Starte noch heute
mit Schritt 1.

Brauchst Du Unterstützung?
Ich helfe Dir, die Prinzipien zu
verstehen und selbst
anzuwenden.



Francesco Farkas
Verkaufspychologe

