

Der B2B-Akquise BOOSTER

Mehr Leichtigkeit in der Kundenakquise
für Berater, Coaches & Dienstleister



**OHNE lästige Einwände
bessere Akquiseergebnisse**

**Mehr Umsatz durch
besseres Verständnis
Ihres Angebotes**

Wie Sie die Krise als Vorteil nutzen können

Wissenschaftlich fundierte Expertentipps
und Beispiele aus der Praxis



**BONUS:
CSRD-Pflicht
als neue Chance
für Coaches**



Copyright © 2024
GrafikLeads
Nicole Gwerner
Elbblick 4 | 21435 Stelle

Hinweis: Dieser Report richtet sich vor allem an Coaches, Berater und Experten aus dem Dienstleistungssektor, die ein Angebot für Geschäftskunden haben.

Akquise neu gedacht: Ihre Erfolgsstrategie

Endlich bessere Verkaufsgespräche
ohne lästige Einwände

Herzlichen Glückwunsch! Die Tatsache, dass Sie diesen Report in Ihren Händen halten, macht Sie schon jetzt zu einem Gewinner. Sie haben verstanden, dass es in unruhigen Zeiten – in denen die Leute noch genauer hinschauen, für was sie ihr Geld ausgeben – entscheidend ist, proaktiv zu handeln und auf die Herausforderungen der aktuellen Wirtschaftslage zu reagieren.

Ich bin Nicole Gwenner, Grafikerin und Marketing-expertin mit über 20 Jahren Erfahrung und ich werde Ihnen auf den folgenden Seiten Ihre Möglichkeiten aufzeigen. In diesem Report lernen Sie anhand von ausgewählten Fallbeispielen, wie Sie Ihre Akquise effizienter gestalten können und sich somit von Ihren Mitbewerbern absetzen werden.

Mein Ziel ist es, Ihrem Business Aufschwung und Leichtigkeit zu verschaffen. Ich möchte, dass Sie als Gewinner aus der aktuellen Wirtschaftskrise hervorgehen. Stellen Sie sich vor, Sie könnten Ihre Sales Calls ohne lästige Einwände führen und dabei mehr neue Kunden gewinnen – und zwar viel einfacher als bisher. Klingt das nicht verlockend?

Ich habe eine spezielle Methode entwickelt, die auf einem klar strukturierten Angebot basiert und die neuesten Erkenntnisse aus dem Neurodesign integriert. Diese Methode wird Ihnen helfen, Ihre Verkaufsprozesse zu optimieren und Ihren Umsatz zu steigern.



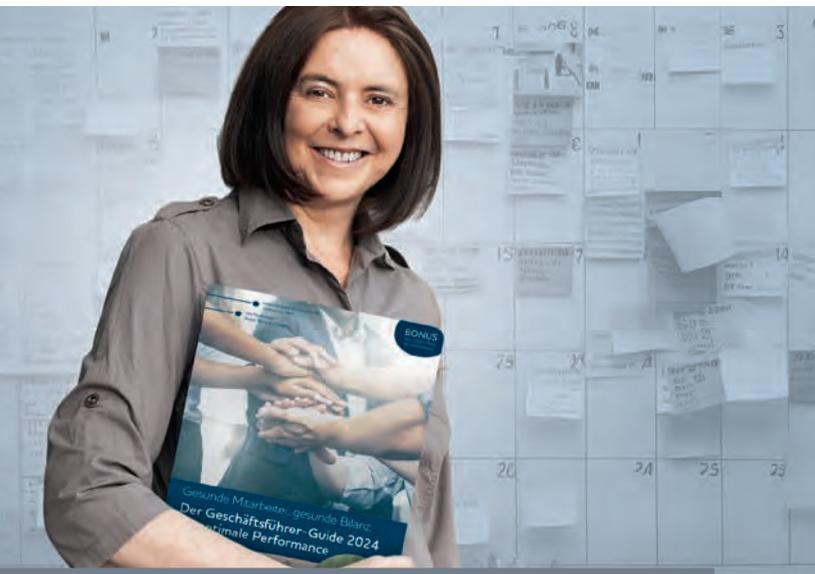
Auf den folgenden Seiten werde ich Sie an meinem Geheimnis teilhaben lassen. Die Resultate werden Sie direkt in Ihren nächsten Sales Calls spüren: mehr Umsatz, neue zahlungskräftige Kunden und weniger Stress.

Lassen Sie uns gemeinsam den Weg zu Ihrem Erfolg ebnen und die Herausforderungen der heutigen Zeit in Chancen verwandeln. Ich freue mich darauf, Sie auf dieser spannenden Reise zu begleiten und Ihnen zu zeigen, wie Sie mit Leichtigkeit und Freude Ihr Geschäft transformieren können.

Ihre Nicole Gwenner



Mit einem Report vom Stillstand zum vollen Terminkalender



Lösung

Um diese Herausforderung zu meistern, wandte sich Theresa an mich. Da sie hauptsächlich mit Führungskräften in größeren Firmen arbeitet, schlug ich vor, einen Report als Akquisestrategie zu entwickeln. Doch bevor wir mit dem Konzept beginnen konnten, war es wichtig, dass Theresa das richtige „Mindset“ für die Eigenvermarktung entwickelte. In gemeinsamen Coaching-Sitzungen fand Theresa immer mehr Selbstsicherheit und entdeckte neue Facetten an sich, die ihr Business weiter voranbrachten. Mit wachsendem Selbstvertrauen konnten wir schließlich einen maßgeschneiderten Report erstellen, der nicht nur als Akquise-Instrument diente, sondern auch neue Ideen und Herangehensweisen für die Kundenansprache enthielt.



Ausgangssituation

Theresa Bay-Müller, Inhaberin von Lifepath Coaching, war über Jahre hinweg erfolgreich, indem sie auf Weiterempfehlungen baute. Ihre Karriere in einer großen internationalen Organisation hatte ihr wertvolle Kontakte verschafft, die sie geschickt nutzte. Doch mit den Krisen der letzten Jahre merkte Theresa, dass diese Strategie allein nicht mehr ausreichte, um neue Kunden zu gewinnen. Trotz ihrer Expertise und den hervorragenden Ergebnissen, die sie bei ihren Kunden erzielte, stand sie vor der Herausforderung, sich selbst zu vermarkten. Wie viele Coaches hatte auch Theresa Schwierigkeiten, neue Kunden zu akquirieren, da sie nicht wusste, wie sie ihre Eigenvermarktung verbessern sollte.

Ergebnis

Innerhalb weniger Wochen nach der Einführung des Reports und der neuen Strategie konnte Theresa mehrere neue Geschäftsbeziehungen aufbauen. Sie ist gefragter denn je und hat gelernt, wie sie ihre Expertise effektiv vermarkten kann. Der Report hat sich als wertvolles Werkzeug erwiesen, um neue Kunden zu begeistern und zu gewinnen. Theresa hat nicht nur ihre Akquise verbessert, sondern auch ihr Selbstbewusstsein gestärkt, was ihr ermöglicht, ihr Coaching-Geschäft erfolgreich weiterzuentwickeln.

Gesundheitscoaches profitieren!

Wie ein neues EU-Gesetz Ihnen Arbeit bringt



Die meisten Unternehmer haben sich bislang noch nicht wirklich mit dem Thema auseinandergesetzt: Jetzt können SIE punkten, wenn Sie Ihr Angebot entsprechend aufbereiten.

Die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) ist eine EU-Richtlinie zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen. Sie verpflichtet große Unternehmen, detaillierte Berichte über soziale und ökologische Auswirkungen zu erstellen, was über die Finanzberichterstattung hinausgeht.

Für Coaches und Berater im Gesundheitssektor, die sich auf Psyche, Stressmanagement und Vorsorge spezialisiert haben, bietet die CSRD Chancen:

Unternehmen müssen verstärkt auf das Wohlbefinden ihrer Mitarbeiter achten, um den Anforderungen gerecht zu werden.

Gesundheitsberater können Programme zur psychischen Gesundheit und Stressbewältigung entwickeln, die in die Nachhaltigkeitsstrategien integriert werden. Dies hilft Unternehmen, gesetzliche Anforderungen zu erfüllen und ihre Attraktivität als Arbeitgeber zu steigern. Die CSRD bietet Gesundheitscoaches die Möglichkeit, Unternehmen bei der Erreichung ihrer Nachhaltigkeitsziele zu unterstützen und gleichzeitig das Wohl der Mitarbeiter zu fördern, was langfristig zu einer gesünderen und produktiveren Belegschaft führt.

Weitere Informationen finden Sie hier: www.umweltbundesamt.de/umweltberichterstattung-csr-richtlinie



Vom DIY-Start zum Anfragen-Magnet



Lösung

David Effing: „Die Lösung kam eher durch Zufall, als ich Nicole Gwener über mein Netzwerk kennenlernte. Sie ist erfahrene Grafikerin und Marketingexpertin und ihre bisherige Expertise und ihre spontanen Lösungsansätze haben mich sofort überzeugt. Die Zusammenarbeit erwies sich als äußerst professionell. Nicole führte mich Schritt für Schritt durch den Prozess, gab wertvolles Feedback und unterstützte mich auch bei der Bestellung, die ich selbst vornehmen wollte. Dank ihrer strukturierten Arbeitsweise war das Projekt schneller fertig als ich es erwartet hatte. Ich habe nicht nur Zeit, sondern auch Nerven gespart – und das für ein sensationelles Ergebnis.“

Ausgangssituation

David Effing, Gründer von Elite Fachkraft, ist spezialisiert auf Digitalisierung und Mitarbeitergewinnung in Pflegeheimen. Um seine Kundenakquise effizienter zu gestalten hat er auf eine gut funktionierende Strategie gesetzt: das Versenden von Reports. Doch trotz seiner Expertise und seinen Marketing Erfahrungen stand er vor einer Herausforderung: Die selbst erstellten Reports waren nicht optimal. Er hatte sich mühsam und mit viel Zeitaufwand Grafik-Tools angeeignet, doch die Struktur und das Design wirkten eher semi-professionell. Dies führte zu wenigen Anfragen und einem Mangel an qualifizierten Kunden. Es war klar, dass eine Veränderung nötig war, um den Erfolg seines Unternehmens zu sichern.

Ergebnis

Bereits nach dem ersten Versand der neuen Reports stieg die Anzahl der Anfragen deutlich an. Innerhalb weniger Tage erhielt David mehrere qualifizierte Anfragen. Die Strategie mit dem Versenden von Reports vor den Akquise Anrufen funktionierte nun endlich so, wie sie es sollte. Die Zusammenarbeit mit Nicole erwies sich als entscheidend für den Erfolg von Elite Fachkraft. David: „Ich kann jedem empfehlen, mit Nicole zu arbeiten, da durch ihre strukturierte und zugleich kreative Vorgehensweise der Prozess für den Kunden erheblich erleichtert wird. Die Kombination aus professionellem Design und strukturierter Umsetzung führte zu einem signifikanten Umsatzwachstum und einer verbesserten Positionierung im Markt.“

Das richtige Design ist entscheidend für Ihren Erfolg



Die Fallstudie von David Effing zeigt, dass es heutzutage nicht mehr reicht, eine exzellente Expertise zu haben, sondern es gilt diese auch möglichst effizient zu vermarkten. Ich habe großen Respekt vor Davids Leistung: Sich als Laie ein Grafikprogramm anzueignen erfordert nicht nur Zeit, sondern auch viel Geduld und Disziplin. Und dafür muss ich sagen, hat er es gar nicht so schlecht gemacht! Aber letztendlich hat er doch erkannt, dass ein Profi an seiner Seite ihm nicht nur Zeit spart, die er für sein eigentliches Business benötigt, sondern auch für ein optimales Ergebnis sorgt.

David ist Experte auf seinem Gebiet. Alle meine Kunden sind Experten: als Coach, als Berater oder Dienstleister in der B2B Branche. Mit über 20 Jahren Erfahrung im Dienstleistungssektor und einer fundierten Ausbildung als tiefenpsychologischer Coach nach Andreas Winter® bin ich nicht nur Experte in meiner Branche, sondern bringe auch ein tiefes Ver-

ständnis für die Herausforderungen und Bedürfnisse von Coaches, Beratern und Dienstleistern mit. Ich verstehe die Feinheiten Ihrer Branchen und weiß genau, was Ihre Kunden suchen. Diese Einsichten ermöglichen es mir, Ihre Botschaft klar und überzeugend zu gestalten und in eine maßgeschneiderte Marketingstrategie zu übersetzen.

Durch meine doppelte Expertise als Grafikerin und Coach kann ich komplexe Inhalte nicht nur visuell ansprechend, sondern auch emotional wirkungsvoll aufbereiten. Ich kenne die Arbeitsweisen und Abläufe in Ihrer Branche und kann dadurch schnell und effizient arbeiten. Dies spart Ihnen nicht nur Zeit, sondern sorgt auch für eine reibungslose und erfolgreiche Umsetzung Ihrer Projekte.

Daher mein Tipp an Sie: Wählen Sie zur Umsetzung unbedingt einen Profi, der Erfahrung mit Kunden aus Ihrer Branche hat!

Von der Überlastung zur Effizienz: Robins Erfolgsweg!



Lösung

Um dieses Problem zu lösen, wandte sich Robin an mich, um einen maßgeschneiderten Report erstellen zu lassen. Nach einem ausführlichen Vorgespräch, in dem wir seine Wünsche und Anforderungen besprachen, benötigte ich noch ein paar Infos und Daten von Asensu. Robin Neumann: „Es hat total klasse funktioniert. Ich habe Nicole lediglich ein paar Infos zusammengestellt, die sie vorher abgefragt hat und Bildmaterial geliefert. Mit Hilfe der Angaben auf unserer Website hat sie das Konzept entwickelt, die Texte erstellt und ein wirklich tolles Layout entworfen, das hervorragend zu unserer bisherigen CI passte. Wir waren dann so gut in der Zeit, dass wir die ersten gedruckten Exemplare sogar mit auf eine kurzfristig angesetzte Messe nehmen konnten.“

Ausgangssituation

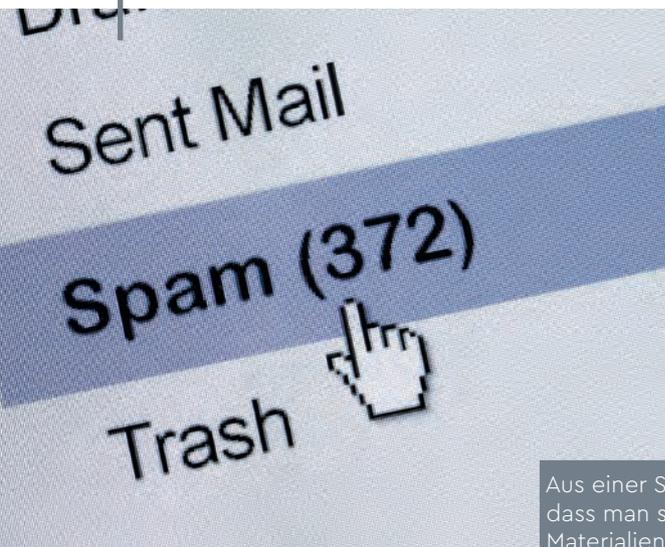
Robin Neumann, Gründer und Geschäftsführer der Asensu GmbH in Berlin, betreibt eine erfolgreiche Nischenfirma mit sechs Mitarbeitern, die sich auf Kunden- und Mitarbeiterwerbung für Küchen- und Möbelhändler spezialisiert hat. Obwohl sein Unternehmen floriert, stand Robin vor der Herausforderung, die Akquise effizienter zu gestalten. Bisher lag die gesamte Akquisearbeit bei ihm, da nur er über das notwendige detaillierte Wissen verfügte. Um das Wachstum seiner Firma weiter voranzutreiben und seinen neuen Vertriebsmitarbeiter effektiv einzusetzen, benötigte er eine Lösung, die es ihm ermöglicht, die Akquise auf mehrere Schultern zu verteilen.

Ergebnis

Der Report erfüllte Robins Erwartungen voll und ganz. Seine Firma wächst weiter, und sein Vertriebsmitarbeiter kann nun einen erheblichen Teil der Akquisearbeit übernehmen. Obwohl Robin seinen Kunden digitale Lösungen anbietet, erkannte er den Wert eines gedruckten Mediums im B2B-Bereich, um sich von der Konkurrenz abzuheben. Der Erfolg spricht für sich: Die gedruckten Reports haben nicht nur das Interesse potenzieller Kunden geweckt, sondern auch die Effizienz der Akquise erheblich gesteigert: Mehr Kunden - weniger Zeitaufwand. Robin hat gezeigt, dass traditionelle Medien in Kombination mit modernen Ansätzen einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil bieten können.

Bleibender Eindruck

Gedruckte Botschaften landen nicht im Spam sondern schaffen Vertrauen



Aus einer Studie von Intergraf geht hervor, dass man sich auf gedruckte Materialien besser konzentrieren kann und das Leseverständnis sowie die Merkfähigkeit gesteigert sind.

In der heutigen dynamischen Wirtschaftslage ist die Auswahl der richtigen Medien entscheidend für den Erfolg im B2B-Bereich.

Während digitale Kommunikation allgegenwärtig ist, bietet die gedruckte Broschüre einen unterschätzten, aber wirkungsvollen Weg, um potenzielle Kunden zu gewinnen und die Akquise zu vereinfachen. Alleine der erste Eindruck: Ein hochwertiges Papier vermittelt nicht nur Wertigkeit, sondern weckt auch positive Emotionen und schafft Vertrauen. Der physische Kontakt mit einer gedruckten Broschüre kann eine tiefere Verbindung herstellen als ein flüchtiger Blick auf einen Bildschirm.

Gedrucktes Material hat eine persönliche Note, die in der digitalen Welt oft fehlt. Geschäftsführer erhalten selten gedruckte Post, was eine gut gestaltete Broschüre zu einem auffälligen und wertvollen Kommunikationsmittel macht. Die Herausforderung besteht darin, dass Werbung oft im Vorzimmer aussortiert wird. Daher ist es entscheidend, dass die Broschüre nicht nur optisch ansprechend, sondern auch inhaltlich relevant ist. Eine hochwertige Gestal-

tung und ein klarer Informationsgehalt können den Unterschied ausmachen und dafür sorgen, dass Ihre Botschaft tatsächlich beim Empfänger ankommt.

Ein weiterer Vorteil von gedruckten Materialien ist ihre Beständigkeit. E-Mails, ob mit oder ohne Anhang, landen häufig im Spam-Ordner oder werden bei Interesse zunächst beiseitegelegt und dann vergessen. Im Gegensatz dazu hat ein interessanter Report das Potenzial, mit nach Hause genommen und aufbewahrt zu werden, insbesondere wenn er nützliche Informationen bietet.

In einer Zeit, in der digitale Kommunikation oft flüchtig ist, kann eine gedruckte Broschüre eine nachhaltige Verbindung zu potenziellen Kunden schaffen. Sie hebt sich von der Masse ab und vermittelt Professionalität und Engagement. Die richtige Medienauswahl kann somit nicht nur die Kundenakquise erleichtern, sondern auch langfristige Geschäftsbeziehungen fördern. In der heutigen Wirtschaft ist es entscheidend, sich mit durchdachten und professionellen Kommunikationsstrategien von der Konkurrenz abzuheben und seine Expertise zu zeigen.

Leichter mehr Kunden

Wie Coaches, Berater und Dienstleister der Abwärtsspirale entgegensteuern

In der heutigen wirtschaftlich herausfordernden Zeit stehen Coaches, Berater und Dienstleister vor der dringenden Aufgabe, sich gegenüber der Konkurrenz zu behaupten. Die Märkte sind gesättigt, und die Kunden sind wählerischer denn je. Viele Dienstleister spüren den Schmerz, wenn ihre bewährten Marketingmethoden nicht mehr greifen und sie in einer Abwärtsspirale gefangen sind.

Diese Spirale beginnt mit weniger Kunden, was zu weniger Einnahmen führt und somit das Budget für Werbung und Neukundengewinnung schrumpfen lässt. Ein Teufelskreis, der die Existenz bedrohen kann.

In dieser Situation ist es entscheidend, sich mit seinem Business und Marketing aktiv weiterzuentwickeln. Jeder Sales Call erfordert mehr Zeit und Aufwand, da potenzielle Kunden ihre Investitionen sorgfältig abwägen und nur noch denjenigen ihr Vertrauen schenken, die ihnen einen klaren Mehrwert bieten. Viele Marketingstrategien scheitern, weil sie aus der Perspektive des Anbieters und nicht des Kunden entwickelt wurden. **Hier liegt der Schlüssel zum Erfolg: Die Art und Weise des Angebots sowie dessen Struktur sind entscheidend.**

Ein absolutes Traumangebot muss nicht nur den richtigen Kunden erreichen, sondern auch in nachvollziehbaren, kleinen Erfolgsschritten präsentiert wer-

den. Anstatt große, überwältigende Versprechen zu machen, sollten Dienstleister konkrete, erreichbare Ergebnisse aufzeigen, die dem Kunden sofortigen Nutzen bringen. Dies schafft Vertrauen und erleichtert die Entscheidung des potenziellen Kunden.

Um sich in der heutigen Wirtschaftslage durchzusetzen, müssen Coaches, Berater und Dienstleister ihre Strategien überdenken und anpassen. Nur wer bereit ist, sich den neuen Herausforderungen zu stellen und seine Angebote kundenorientiert zu gestalten, wird langfristig erfolgreich sein und die Abwärtsspirale durchbrechen können.

Vielleicht nutzen Sie als Berater, Coach oder Dienstleister auch schon die Methode der Kaltakquise und setzen somit auf eine direkte und proaktive Methode, um neue Kunden zu gewinnen. Diese Strategie bietet einige Vorteile, aber auch Herausforderungen, die es zu beachten gilt.

Vorteile der Kaltakquise: Einer der größten Vorteile der Kaltakquise ist die Möglichkeit, **direkt mit potenziellen Kunden in Kontakt** zu treten. Dies ermöglicht es Ihnen Ihre Dienstleistung sofort vorzustellen und auf individuelle Fragen oder Bedenken einzugehen. Kaltakquise kann auch helfen, **schnell eine breite Zielgruppe zu erreichen** und **sofortige Rückmeldungen** zu erhalten, die für die Anpassung von Verkaufsstrategien wertvoll sein können. Zudem bietet sie die



Kaltakquise effektiv gestalten: Der Schlüssel liegt im Report!



Gelegenheit, persönliche Beziehungen aufzubauen, die langfristig zu treuen Kunden führen können.

Nachteile der Kaltakquise: Trotz dieser Vorteile gibt es auch erhebliche Nachteile. Kaltakquise kann zeit-aufwendig und kostspielig sein, da sie oft viele Ressourcen erfordert, um eine ausreichende Anzahl von Kontakten zu erreichen. Zudem kann sie als aufdringlich empfunden werden, was potenzielle Kunden abschrecken könnte. In einer Zeit, in der viele Menschen Werbeanrufe meiden, kann die Erfolgsquote gering sein. Außerdem fehlt oft die Möglichkeit, den potenziellen Kunden vorab wertvolle Informationen zu bieten, die ihr Interesse wecken könnten.

Wie kann man nun die Vorteile nutzen und die Nachteile umgehen? Hier kommt die Erstellung eines Reports ins Spiel. Ein gut gestalteter und informativer Report kann als effektives Werkzeug dienen, um potenzielle Kunden zu erreichen. Er bietet die Möglichkeit, Fachwissen und Mehrwert zu demonstrieren, bevor der direkte Kontakt aufgenommen wird. Ein Report kann gezielt an Interessierte versendet werden, die bereits ein gewisses Interesse an den angebotenen Dienstleistungen oder Produkten gezeigt haben, wodurch die Erfolgsquote steigt. Durch die Bereitstellung relevanter Informationen in einem ansprechenden Format kann ein Report das Vertrauen potenzieller Kunden gewinnen und den Weg für eine erfolgreiche Akquise ebnen.

Erklärung der Methode

Der Schlüssel zur Erstellung eines überzeugenden Reports



1 Analyse der Ausgangssituation und des Ziels

Der erste Schritt bei der Erstellung eines erfolgreichen Reports ist die gründliche Analyse der Ausgangssituation und die Festlegung klarer Ziele.

Fragen Sie sich: Was wollen Sie mit dem Report genau erreichen? Klar, neue Kunden! Welche Probleme beschäftigen Ihre Kunden tatsächlich? Welche Symptome treten dabei auf? Welche klare Lösung können Sie anbieten um das Problem zu lösen? Eine klare Zielsetzung hilft, den Fokus zu behalten und den Report zielgerichtet zu gestalten.

2 Angebot und Zielgruppe

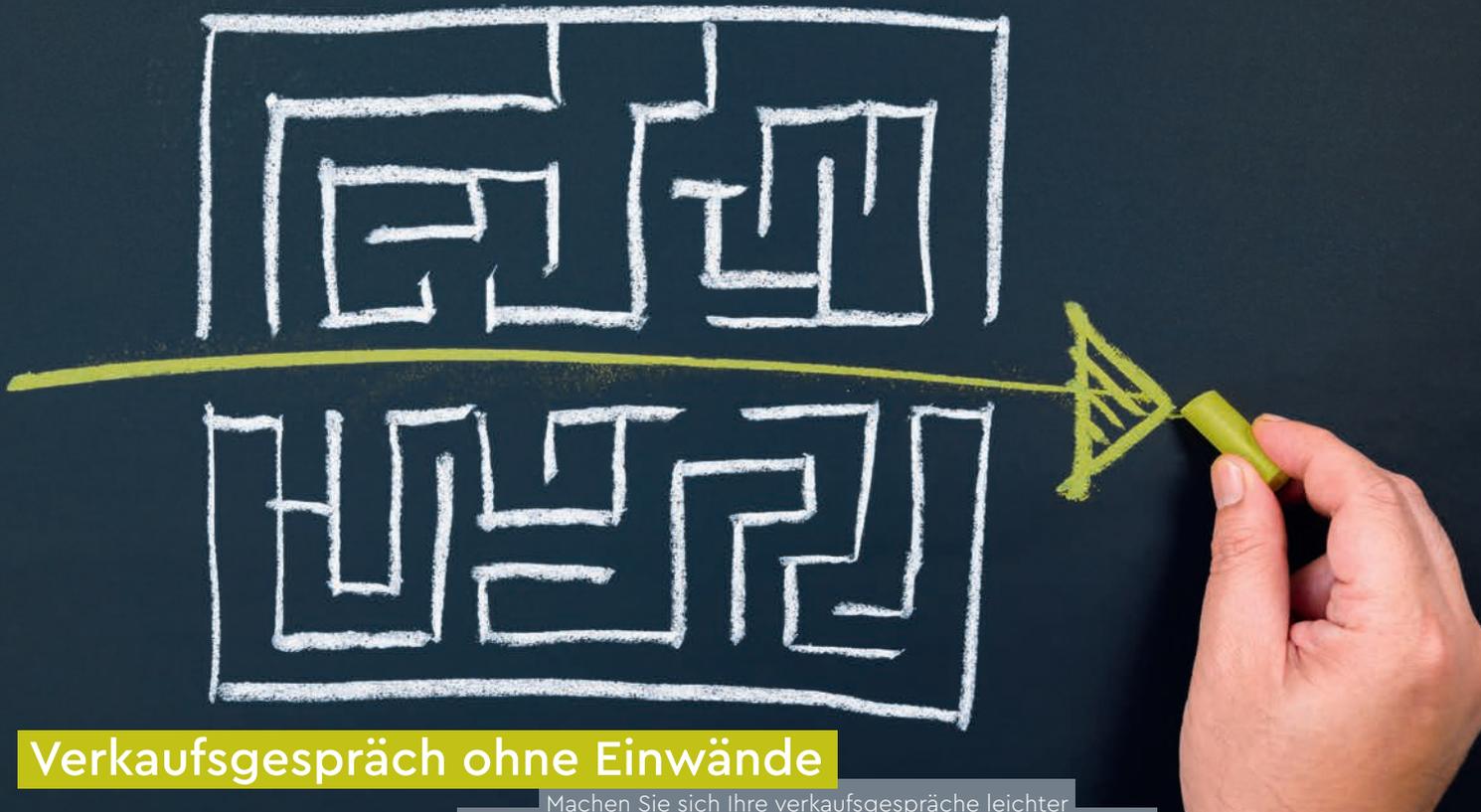
Was macht Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung einzigartig? Wer ist Ihre Zielgruppe? Eine genaue Kenntnis Ihrer Zielgruppe ermöglicht es Ihnen, den Report so zu gestalten, dass er die Bedürfnisse und Interessen Ihrer potenziellen Kunden anspricht. Denken Sie an die Probleme, Interessen und die Lösungswege für Ihre Zielgruppe.

3 Auf Probleme der Kunden eingehen und Lösungen bieten

Dieses Geheimnis kann ich gar nicht oft genug lüften: Ein effektiver Report spricht die Probleme Ihrer Kunden direkt an und zeigt auf, wie Ihr Angebot diese lösen kann. Gehen Sie in den Schmerz Ihrer Zielgruppe rein, lösen Sie Emotionen aus. Identifizieren Sie die häufigsten Herausforderungen Ihrer Zielgruppe und erklären Sie, wie Ihre Lösung konkret helfen kann. Dies schafft Vertrauen und zeigt, dass Sie die Bedürfnisse Ihrer Kunden verstehen.

4 Verständlichkeit und Struktur

Gestalten Sie den Report so, dass er auch von einem Schüler verstanden werden könnte. Eine klare Struktur und ein roter Faden sind entscheidend für den gesamten Erfolg des Reports. Beginnen Sie mit einer Einführung, gefolgt von einer Problembeschreibung, der Lösung und einem Fazit. Nutzen Sie eine einfache Sprache und vermeiden Sie Fachjargon.



Verkaufsgespräch ohne Einwände

Machen Sie sich Ihre Verkaufsgespräche leichter und nutzen Sie eine gute Vorbereitung: eine Win-Win Situation für Sie und Ihre Kunden.

Das Herzstück: Die Gestaltung

Das Layout eines Reports spielt eine entscheidende Rolle für dessen Wirksamkeit und die Wahrnehmung durch den Leser. Ein gut strukturiertes Layout sorgt nicht nur für eine ansprechende Optik, sondern sorgt überhaupt erst für das Verständnis der Inhalte. Die Anordnung von Texten, Bildern und Grafiken sollte logisch und übersichtlich sein, um einen klaren roten Faden zu gewährleisten. Als viel beschäftigter Unternehmer hat man keine Zeit zu verschwenden und muss direkt erkennen, ob ein Text lesenswert ist oder nicht.

Ein Design, das die Zielgruppe anspricht und auf die Inhalte abgestimmt ist, kann die Leserbindung erhöhen und die Wahrscheinlichkeit steigern, dass die Botschaft nachhaltig im Gedächtnis bleibt. Insgesamt ist das Layout nicht nur eine Frage der Ästhetik, sondern ein wesentlicher Faktor, der den Erfolg des Reports maßgeblich beeinflusst. Hierbei kommt mein Fachwissen im Neurodesign zum Einsatz, um die Inhalte ansprechend und einprägsam zu präsentieren.

Ein wertvolles Werkzeug

Nutzen Sie den Report als Grundlage für Verkaufsgespräche. Er bietet eine strukturierte Übersicht Ihrer Angebote und Lösungen und kann als Gesprächsleitfaden dienen. Bereiten Sie sich auf Fragen vor und nutzen Sie den Report, um Ihre Argumente zu untermauern.

Durch die sorgfältige Erstellung und strategische Nutzung eines Reports können Sie Ihre Akquise effizienter gestalten und die Wahrscheinlichkeit erhöhen, neue Kunden zu gewinnen. Ein durchdachter Report ist nicht nur ein Informationsmedium, sondern auch ein kraftvolles Verkaufsinstrument. Der Kunde hat sich schon vor Ihrem Anruf informiert, erkennt Sie also wieder, so dass ein persönlicher Bezug da ist und Sie es leichter haben ein Gespräch zu beginnen, dass auch direkt auf Interesse stößt.

Jetzt können Sie in einem gut vorbereiteten Verkaufsgespräch überzeugen!

Psychologische Effizienz

Eine wissenschaftliche Erklärung warum diese Methode so gut funktioniert

Wenn ein Mensch ein bestimmtes Problem hat oder immer wieder auf dessen Symptome stößt, dann möchte er diese lösen. Für Sie als Dienstleister ist es entscheidend, diesen Schmerzpunkt klar zu identifizieren und zu verstehen. Indem Sie den Schmerz gezielt ansprechen und dann eine Lösung präsentieren, schaffen Sie eine effektive Grundlage für echtes Interesse und den späteren Verkauf. Dies ist das Konzept, das wir verfolgen.

Phase 1 – Emotionale Ansprache des Schmerzes

Der erste Schritt ist, die emotionale Seite des Gehirns des Kunden anzusprechen. Viele Ihrer potenziellen Kunden haben bereits versucht, ihr Problem allein oder mit anderen Dienstleistern zu lösen, sind jedoch oft nur an der Oberfläche geblieben. Sie wissen theoretisch, was zu tun wäre, oder haben verschiedene Ansätze ausprobiert, fragen sich aber, warum es nicht funktioniert hat. Ihre Aufgabe ist es, diese Frage zu beantworten. Ein gut gestalteter Report kann diese Aufgabe schon vor dem ersten Gespräch erfüllen. **Indem Sie den Schmerz und die möglichen Lösungen klar darstellen, versetzen Sie den Kunden in einen Zustand der Euphorie**, in dem er sich vorstellt, wie es wäre, das Problem endlich gelöst zu haben.

Phase 2 – Rationale Erklärung der Lösung

Nachdem der emotionale Schmerz angesprochen wurde, ist es wichtig, dem Kunden rational zu er-

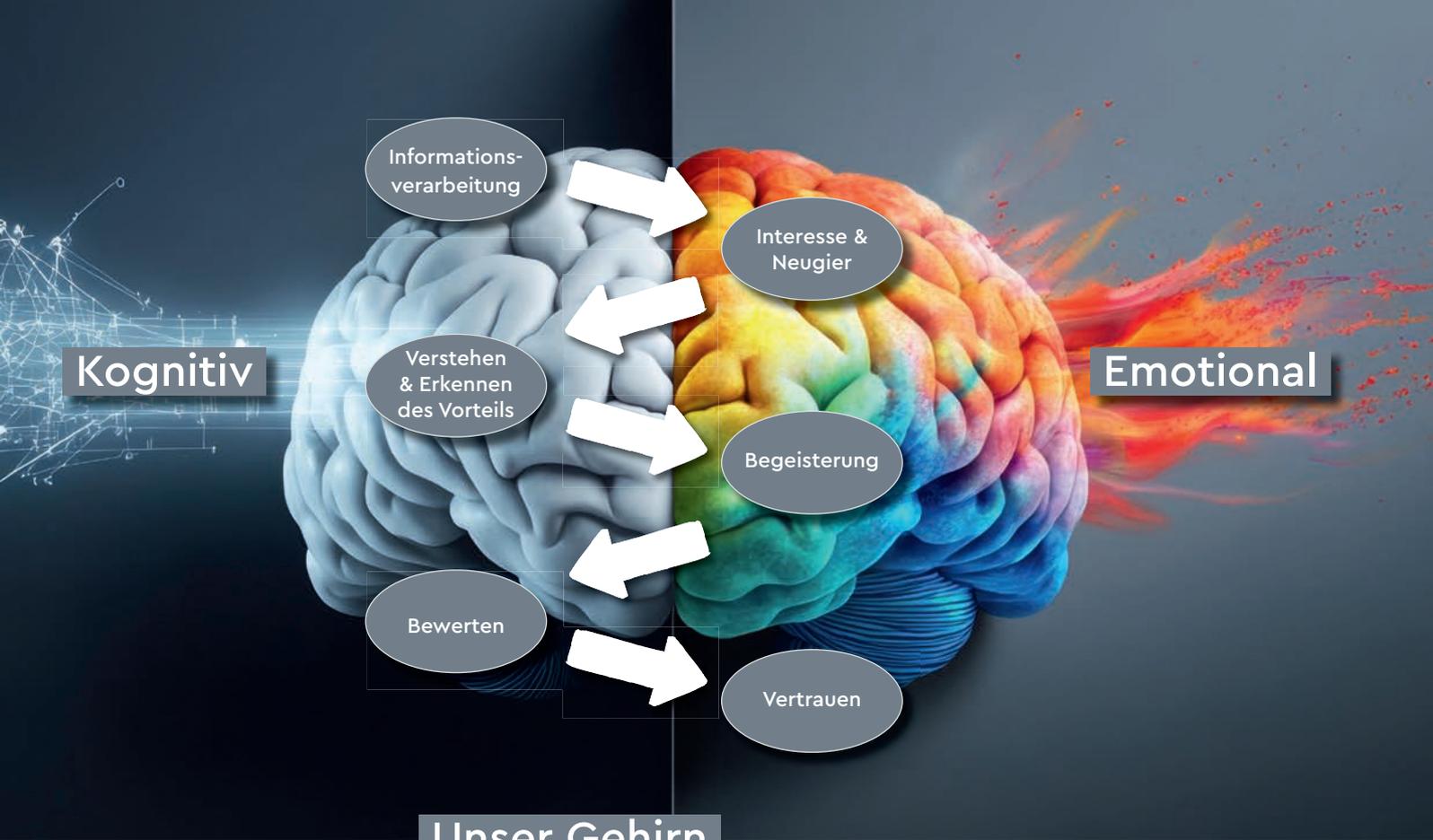
klären, warum die Zusammenarbeit mit Ihnen zur Lösung seines Problems führen wird. Durch klare, logische Argumente und Fallbeispiele im Report versteht der Kunde die Vorteile und den Mehrwert Ihrer Dienstleistung. Diese rationale Einsicht ist entscheidend für den Kaufabschluss, da sie dem Kunden Sicherheit gibt, die richtige Entscheidung zu treffen.

Phase 3 – Verkaufspsychologischer Aufbau und Neurodesign

Ein Report, der verkaufpsychologisch aufgebaut und mit Neurodesign-Elementen* gestaltet ist, verstärkt das Verständnis und die emotionale Resonanz beim Kunden. Durch eine durchdachte Struktur, ansprechende Typografie und gezielte Bildauswahl wird das Gelesene und Gesehene nicht nur besser verstanden, sondern auch gefühlt. Diese Kombination sorgt dafür, dass der Kunde eine tiefere Verbindung zu Ihrer Lösung aufbaut und sich eher für Ihre Dienstleistung entscheidet.

Fazit

Durch die gezielte Ansprache von Emotionen und rationalen Argumenten sowie die Anwendung von Neurodesign können Sie einen überzeugenden Report erstellen, der nicht nur informiert, sondern auch begeistert und letztendlich zu erfolgreichen Verkaufsabschlüssen führt.



Unser Gehirn

Zwar ist unser Gehirn symmetrisch gebaut, doch sind die Aufgaben so auf beide Gehirnhälften verteilt, dass sie sich ergänzen. Die linke Hälfte denkt logisch, abstrakt und analytisch, die rechte bildhaft, gefühlsbetont und intuitiv – und setzt sich in 95% der Fälle durch. Erst recht, wenn es eine rational erklärbare Lösung für das Problem gibt.

Wenn Informationen so erklärt werden, dass sie beide Gehirnhälften ansprechen, wird der Lernprozess effizienter und nachhaltiger. Die linke Gehirnhälfte ist für logisches, analytisches und sprachliches Denken zuständig, während die rechte Gehirnhälfte kreative,

nur schneller aufgenommen, sondern auch länger behalten wird. Die Verwendung von Bildern, Geschichten oder Metaphern in Kombination mit strukturierten Informationen kann das Verständnis vertiefen und die Motivation steigern.



Effektives Verkaufen: Warum die Ansprache beider Gehirnhälften entscheidend ist

emotionale und ganzheitliche Aspekte verarbeitet. Wenn beide Hemisphären gleichzeitig aktiviert werden, spricht man von einer „horizontalen Integration“, die zu einer schnelleren und tieferen Verankerung des Wissens im Gedächtnis führt.

Durch die Kombination von logischen Erklärungen mit visuellen und emotionalen Elementen kann ein Thema so dargestellt werden, dass es sowohl die analytische als auch die kreative Seite des Gehirns anspricht. Dies führt dazu, dass die Information nicht

Ein weiterer Vorteil dieser Methode ist, dass sie das Aufnehmen der Informationen angenehmer und weniger anstrengend macht. Wenn beide Gehirnhälften zusammenarbeiten, wird daraus ein ganzheitliches Erlebnis, das sowohl die kognitiven als auch die emotionalen Aspekte anspricht. Dies ist besonders wichtig in einer Zeit, in der Informationen schnelllebig sind und es stellt einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil dar, wenn wir einen Report haben, der nach dieser Methode aufgebaut ist.

Design trifft Psychologie

Neurodesign als Schlüssel zu erfolgreichem Marketing

Neurodesign ist ein innovativer Ansatz, der Erkenntnisse aus der Neurowissenschaft nutzt, um Designprozesse zu optimieren und die Wirkung visueller Inhalte zu maximieren. Es basiert auf dem Verständnis, dass unsere Entscheidungen und Verhaltensweisen tief im Gehirn verwurzelt und oft durch das Unterbewusstsein gesteuert werden. Durch die Anwendung neurowissenschaftlicher Prinzipien auf das Design können Designer die Wahrnehmung und das Verhalten der Verbraucher gezielt beeinflussen.

Ein zentraler Aspekt des Neurodesigns ist die Verwendung von Farben, Formen und Strukturen, die Emotionen und Aufmerksamkeit steuern. Die Farbpsychologie spielt hierbei eine wichtige Rolle, da verschiedene Farben unterschiedliche Emotionen hervorrufen können. Ebenso beeinflusst die Typografie (gemeint ist die Schrift) die Lesbarkeit und Ästhetik, während die gezielte Bildauswahl emotionale Reaktionen auslöst. Diese Elemente werden häufig unbewusst aufgenommen und verarbeitet, was ihre Wirkung besonders stark macht.

Neurodesign zielt darauf ab, Designs zu schaffen, die nicht nur ästhetisch ansprechend, sondern auch funktional und einprägsam sind. Es berücksichtigt die Art und Weise, wie das menschliche Gehirn Informationen verarbeitet, um eine stärkere Verbindung zum Betrachter herzustellen.

Durch diese Herangehensweise können Produkte und Dienstleistungen effektiver gestaltet und vermarktet werden, indem sie die kognitiven und emotionalen Reaktionen des Publikums ansprechen und das Unterbewusstsein einbeziehen.

Und ohne guten Text ist alles nichts...

Und diese Kunst und Wissenschaft nennt man heutzutage „Copywriting“. Es ist wichtig für den Report überzeugende Texte zu erstellen, die das Interesse der Leser wecken, sie überzeugen und zu der gewünschten Handlung anregen. Guter Text spricht Emotionen an, baut Vertrauen auf und kommuniziert klar die Botschaft. Effektives Copywriting kann den Unterschied zwischen einem erfolgreichen Verkauf und einer verpassten Gelegenheit ausmachen. Es erfordert sowohl Kreativität als auch strategisches Denken und kann erlernt werden, um die gewünschten Ergebnisse zu erzielen.

Bewusstsein

Bewusste & reflektierende Entscheidungen

Berücksichtigt Alternativen & Konsequenzen

Rationale Überlegungen & strategische Planungen

Unterbewusstsein

trifft die meisten unserer täglichen Entscheidungen

verarbeitet Informationen schnell & effizient

kann durch subtile Reize beeinflusst werden

Entscheidungen

Studien haben gezeigt, dass das Gehirn Entscheidungen unbewusst vorbereitet, bevor wir uns ihrer bewusst werden.

Diese unbewussten Prozesse können unsere bewussten Entscheidungen maßgeblich beeinflussen.

Unser Unterbewusstsein trifft 95% unserer Entscheidungen – auch beim Kaufen



Nachdem wir die Prinzipien des Neurodesigns betrachtet haben, wird deutlich, wie wichtig das Unterbewusstsein beim Erfassen von Reports und anderen Werbemaßnahmen ist. Sigmund Freud, der Begründer der Psychoanalyse, stellte das Unterbewusstsein als einen wesentlichen Teil unseres Geistes dar, der unsere bewussten Entscheidungen stark beeinflusst. Sein Eisbergmodell veranschaulicht, dass der größte Teil unserer mentalen Prozesse unbewusst abläuft, ähnlich wie der unsichtbare Teil eines Eisbergs unter Wasser.

Wissenschaftliche Studien haben gezeigt, dass das Unterbewusstsein Informationen schneller und effizienter verarbeitet als das bewusste Denken. Diese unbewussten Prozesse spielen eine entscheidende Rolle bei der Entscheidungsfindung und können

durch gezielte visuelle Reize in Berichten und Werbung beeinflusst werden. Farben, Formen und Bilder werden oft unbewusst wahrgenommen und können Emotionen und Verhaltensweisen auslösen, die das bewusste Denken übergehen.

In der Praxis bedeutet dies, dass ein gut gestalteter Report, der das Unterbewusstsein anspricht, die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass die beabsichtigte Botschaft effektiv vermittelt wird. Durch die Anwendung von Neurodesign-Prinzipien können Unternehmen die emotionale und kognitive Reaktion ihrer Zielgruppe gezielt steuern. Diese Herangehensweise ermöglicht es, das Verhalten der Verbraucher positiv zu beeinflussen, was letztlich die Effektivität von Marketingstrategien steigert und die Kundenbindung verbessert.

Zusammenfassung & Fazit

Mit dem richtigen Werkzeug kann es so einfach sein Kunden zu gewinnen



Anhand der Fallbeispiele haben Sie gesehen, wie erfolgreich meine Kunden bereits mit einem Report arbeiten. Ein solcher Report ergänzt nicht nur die Marketingstrategie, sondern stärkt auch das Selbstbewusstsein meiner Kunden in Bezug auf ihr Angebot. Sie erkennen erneut den Wert und die Qualität ihrer Dienstleistungen.

Auf den vorangegangenen Seiten haben Sie erfahren, wie und warum ein Report funktioniert. Auch Ihr Angebot kann auf diese Weise präsentiert werden – maßgeschneidert und für jeden verständlich! Sie

haben nun eine vollständige Anleitung vor sich, der Sie folgen können. Doch wie das zweite Fallbeispiel gezeigt hat, erfordert dieser Prozess oft mehr Zeit und Lernaufwand, als man zunächst denkt, und führt nicht immer zum gewünschten Ergebnis. Daher ist es ratsam, sich die Unterstützung eines Experten zu sichern. Ich stehe Ihnen gerne zur Verfügung, sofern meine Kapazitäten es zulassen, denn die Erstellung solcher Reports ist mein Spezialgebiet.

**Möchten Sie mit mir zusammenarbeiten?
Dann lesen Sie weiter.**

Ihr kostenloses Strategiegelgespräch



Haben Sie sich in den Fallbeispielen wiedererkannt und wollen sich auch endlich die Kundenakquise vereinfachen oder erweitern? Haben Sie keine Lust mehr auf ewig lange Verkaufsgespräche, in denen Sie Ihr Produkt aufwendig erklären müssen?

Es geht auch einfach!

- ▶ Gestalten Sie Ihr Angebot so, dass es jeder versteht und Ihre Zielgruppe es unbedingt haben will
- ▶ Machen Sie mehr Umsatz durch ein besseres Verständnis
- ▶ Steigern Sie Ihren Bekanntheitsgrad

- ▶ Verleihen Sie Ihrem Angebot mehr Aufmerksamkeit und Wertigkeit
- ▶ Umgehen Sie lästige Einwände in Sales Calls
- ▶ Sparen Sie sich wertvolle Zeit und machen mehr erfolgreiche Verkaufsgespräche

Wenn Sie das wirklich wollen, dann bewerben Sie sich jetzt für ein kostenloses Strategiegelgespräch mit mir persönlich.

Jetzt anfragen:
www.grafikleads.de



So sieht die Zusammenarbeit mit mir aus



1

Kostenlose Erstberatung

Sie entscheiden sich für eine kostenlose Erstberatung mit mir persönlich. Innerhalb einer 45-minütigen Sitzung werfen wir gemeinsam einen Blick auf Ihre aktuelle Situation und entwickeln einen Plan, wie ein Report Sie am besten voranbringt und Ihnen hilft, einfacher und vermehrt neue Kunden zu gewinnen.

2

Eignungsprüfung

In der Beratung klären wir, ob eine Zusammenarbeit für Ihr Geschäft sinnvoll ist. Hier zeigt sich, ob Sie ein geeigneter Kunde sind und durch meinen Report Ihre Ziele auch wirklich erreichen können. Daher mache ich nicht jedem ein solches Angebot.

3

Onboarding und Zieldefinition

Wir legen Ihre konkreten Ziele fest und definieren das Angebot sowie die Zielgruppe. Ihr Input ist entscheidend und kann sich aus unserem Gespräch, Ihrer Website oder anderen Unterlagen ergeben. Sie investieren insgesamt maximal zwei bis drei Stunden. Ich stehe Ihnen als persönliche Ansprechpartnerin zur Verfügung und wir stimmen einen Zeitplan ab, der zu Ihnen passt, inklusive Zwischenergebnissen und Rückmeldungen.



4 **Konzeption und Seitenplanung**

- Ich erstelle eine Konzeption, die den Leser Schritt für Schritt durch das Thema führt und lege entsprechend den Seitenplan fest. Hier können Sie sich zurücklehnen.

5 **Texterstellung**

- Als erfahrene Copywriterin verfasse ich die Texte so, dass sie für jeden verständlich sind, Ihre Zielgruppe ansprechen und Ihre Expertise im Vordergrund steht.
- Während Sie die Texte zur Freigabe erhalten, arbeite ich bereits am Grundlayout und an der Titelseite.

6 **Präsentation des Grundlayouts**

- Ich präsentiere Ihnen das Grundlayout und den Titel. Erst nach Ihrer Freigabe der Konzeption, des Seitenplans, des Layouts und der Texte starte ich mit der Umsetzung aller Seiten.

- Sollten Sie noch kein Corporate Design haben, so kann ich Ihnen dieses natürlich auch im laufenden Prozess erstellen.

www.grafikleads.de

Sichern Sie sich jetzt ihr kostenloses Strategiegelgespräch mit mir persönlich



7 Umsetzung

Die komplette Umsetzung dauert etwa eine Woche.

8 Fertiger Report und Korrekturphase

Ich sende Ihnen den fertigen Report zu. Sie können ihn genau prüfen und mir Ihre Änderungswünsche mitteilen. Meistens gibt es 1 bis 2 Korrekturschleifen.

9 Feinschliff und Druckvorbereitung

- Reinzeichnung, Bildbearbeitung und Druckvorbereitung erfolgen. Wir optimieren die Datei für die Druckerei und legen gemeinsam das Papier fest. Ein

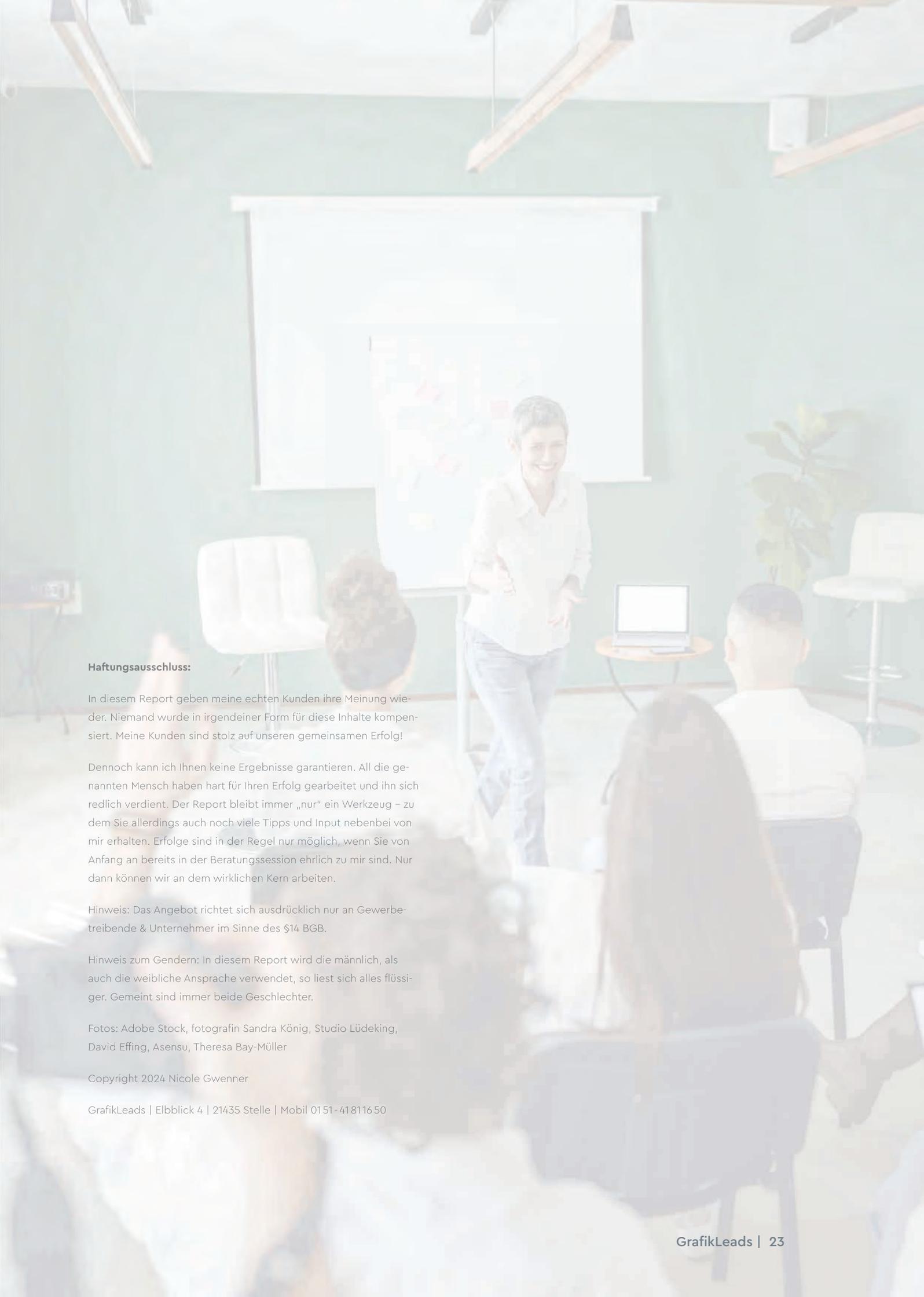
- Muster kann vorab bestellt werden, was eine zusätzliche Woche Wartezeit erfordert.

10 Druckauftrag

Die ersten 250 – 500 Exemplare werden direkt aus der Druckerei an Sie geliefert und sind im Preis enthalten.

11 Nutzung des Reports

Zu Beginn haben wir Ihre Kundenakquise-Strategie besprochen und optimiert. Diesen Schritt gehen Sie nun in der Praxis entweder allein oder mit meiner Unterstützung.



Haftungsausschluss:

In diesem Report geben meine echten Kunden ihre Meinung wieder. Niemand wurde in irgendeiner Form für diese Inhalte kompensiert. Meine Kunden sind stolz auf unseren gemeinsamen Erfolg!

Dennoch kann ich Ihnen keine Ergebnisse garantieren. All die genannten Mensch haben hart für Ihren Erfolg gearbeitet und ihn sich redlich verdient. Der Report bleibt immer „nur“ ein Werkzeug – zu dem Sie allerdings auch noch viele Tipps und Input nebenbei von mir erhalten. Erfolge sind in der Regel nur möglich, wenn Sie von Anfang an bereits in der Beratungssession ehrlich zu mir sind. Nur dann können wir an dem wirklichen Kern arbeiten.

Hinweis: Das Angebot richtet sich ausdrücklich nur an Gewerbetreibende & Unternehmer im Sinne des §14 BGB.

Hinweis zum Gendern: In diesem Report wird die männlich, als auch die weibliche Ansprache verwendet, so liest sich alles flüssiger. Gemeint sind immer beide Geschlechter.

Fotos: Adobe Stock, fotografain Sandra König, Studio Lüdeking, David Effing, Asensu, Theresa Bay-Müller

Copyright 2024 Nicole Gwenner

GrafikLeads | Elbblick 4 | 21435 Stelle | Mobil 0151-41811650

Wie Sie als Coach, Berater oder Dienstleister Ihr Angebot endlich
so gestalten, dass es jeder versteht und Sie mehr Umsatz machen,
ohne sich mit lästigen Einwänden in Verkaufsgesprächen
rumschlagen zu müssen.



Buchen Sie jetzt
Ihr kostenloses Strategiegelgespräch:

www.grafikleads.de