

Anleitung:

Wie man schnell einen erfolgreichen Leadmagnet erstellt

In 5 einfachen Schritten zum perfekten Lead Magnet



Was ist ein Lead Magnet?



Eine einfache und vollständige Lösung für ein sehr spezifisches Problem im Austausch gegen Kontaktinformationen (Lead).

Ein Lead Magnet hat grundsätzlich 3 Ziele:

- Leads generieren
- Expertise zeigen & Vertrauen schaffen
- Mehrwert bieten & Interesse bei deinen Leads schaffen

Die einfachste Form eines Lead Magnets ist eine PDF wie dieses Dokument hier . Du könntest aber auch ein kostenloses Webinar oder Ähnliches anbieten.

Nachdem deine Leads deinen Lead Magnet gelesen haben, sollten sie einen "Wow"-Moment haben und Lust haben, deinem Hauptangebot einen Schritt näher zu kommen.

Eine gute Metapher dafür ist zum Beispiel ein gratis Snack im Restaurant:



Restaurant bietet



gratis (salziger) Snack



Führt zu mehr Durst, mehr verkauften Getränken



Tipp: Dein Lead Magnet sollte so wertvoll sein, dass du bereits dafür Geld verlangen könntest!

In 5 einfachen Schritten zum perfekten Lead Magnet

- 1) Finde heraus, welches Problem du für wen lösen willst
- 2) Finde heraus, wie du es lösen willst
- 3) Finde heraus, wie du es liefern kannst
- 4) Benenne deinen Lead Magnet
- 5) CTA

1) Finde heraus, welches Problem du für wen lösen willst

Hier ist ein einfaches Beispiel, das wir gemeinsam durchgehen können:

Dieses PDF ist ein Leadmagnet. Du bist ein Lead. Wir möchten ein Problem für engagierte Kunden lösen. Und wir möchten es für Unternehmen lösen, die bessere Leadmagnets produzieren möchten. Mit dem gelösten Problem kommen sie näher an die Erkenntnis, ihre Website und Social Media zu optimieren, um mehr Leads zu konvertieren.

Dann qualifizieren sie sich für unser Hauptangebot: Wir schaffen Onlineauftritte, die für dich automatisiert Kunden gewinnen.

Der erste Schritt besteht aber immer darin, das zu lösende Problem auszuwählen. Wir beginnen damit, ein Problem auszuwählen, das spezifisch und sinnvoll ist. Dann lösen wir es. Und wie wir gerade gelernt haben, kommt ein neues Problem zum Vorschein, dass wir dann entgeltlich mit unserem Hautangebot lösen können.



Schritt 2: Finde heraus, wie du es lösen kannst

Es gibt drei Arten von Leadmagneten und jeder bietet eine andere Art von Lösung.

Erstens: Wenn deine Zielgruppe ein Problem hat, von dem sie noch nichts weiß, kann dein Leadmagnet sie darauf aufmerksam machen.

Zweitens könntest du ein immer wiederkehrendes Problem für eine kurze Zeit mit einem Sample oder einer Probeversion deines Hauptangebots lösen.

Drittens kannst du ihnen einen Schritt in einem mehrstufigen Prozess anbieten, der ein größeres Problem löst.

Alle drei lösen ein Problem und decken andere auf. Deine drei Arten sind also:

- 1) Aufzeigen eines Problems
- 2) Kostenlose Probenutzung
- 3) Lösung des ersten Schritts eines größeren Problems





Schritt 3: Finde heraus, wie du es liefern kannst

Es gibt unzählige Möglichkeiten, Probleme zu lösen. Aber unsere Lieblings-Leadmagnete lösen sie so:

- 1) **Software**: Du gibst ihnen ein Werkzeug. Wenn du eine Tabellenkalkulation, oder eine kleine Software hast, erledigt deine Technologie eine Aufgabe für sie.
- 2) **Informationen:** Du bringst ihnen etwas bei. PDFs, Kurse, Experteninterviews, Webinare, Live-Events, Case Studies, Hacks/Tipps, etc.
- 3) Dienstleistungen: Du erledigst Arbeit umsonst.
- 4) **Physische Produkte:** Du gibst ihnen etwas, das sie in den Händen halten können

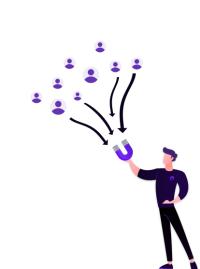
Mit drei verschiedenen Arten von Leadmagneten und vier Möglichkeiten, sie zu verteilen, sind das bis zu zwölf Leadmagnete, die ein einziges, eng begrenztes Problem lösen.

Erstelle so viele Versionen eines Leadmagneten, wie du nur kannst und lasse sie rotieren.

So wird dein Lead Magnet nicht veraltet und langweilig und dein Aufwand bleibt gering. Außerdem siehst du, welche davon am besten funktionieren.



Tipp: Der einfachste Lead Magnet ist definitiv ein PDF. Du erfährst am Ende dieses Dokumentes, wie du diesen am einfachsten erstellen kannst!



Schritt 4: Benne deinen Lead Magnet



"When you have written your headline, you have spent 80 cents of your advertising dollar."

David Ogilvy

Einer der Urväter des Advertisings wusste bereits:

Ohne einen schlagkräftigen Titel interessiert sich niemand für dein Angebot.

Denke dir deshalb einen Titel für deinen Lead Magnet aus, der tatsächlich auf ein drängendes Problem deiner Zielgruppe eingeht.

Hier sind ein paar Tipps für deinen Namen:

Benutze konkrete Zahlen

- (X) Wege, wie du (Problem) lösen kannst
- Wie du bis zu (X) % durch (Lösung) einsparen kannst
- (X) Tipps, die du als (Zielgruppe) kennen musst
- In (X) Schritten zu (Ziel)

Verwende ausdrückende beschreibende Worte

- Perfekt / Optimal / Der Die Das Beste...
- Unbedingt / Dringend / Sofort
- Schnell / Einfach / ohne Aufwand

• Erkläre direkt, was man bei dir bekommt

- Wie man ... löst / erstellt / behebt / verbessert / optimiert
- Was man als (Zielgruppe) wissen sollte
- Checkliste / Tipps / Anleitung für ...

Wie man schnell einen erfolgreichen Leadmagnet erstellt

In 5 einfachen Schritten zum perfekten Lead Magnet

PS: Wir haben bei unserem Titel womöglich ein paar Tipps aus unserem eigenen Playbook angewandt.



Schritt 5: CTA

Sobald die Leads den Leadmagneten konsumiert haben, werden einige von ihnen bereit sein, zu kaufen oder mehr über dein Angebot zu erfahren.

Das ist der richtige Zeitpunkt, um einen **Call To Action** zu formulieren. Ein Call To Action (CTA) sagt der Zielgruppe, was sie als nächstes tun soll. Es gehört allerdings noch ein bisschen mehr dazu. Zumindest, wenn du willst, dass dein CTA funktioniert.

Gute CTAs haben zwei Eigenschaften. Sie sagen:

- 1) was zu tun ist und
- 2) warum du es jetzt tun solltest.

CTAs fordern das Publikum auf, die Nummer anzurufen, auf den Button zu klicken, Informationen zu geben, den Anruf zu buchen, usw. Gute CTAs sind klar, einfach und direkt formuliert. Nicht "Zögere nicht", sondern "Jetzt anrufen".

Und um mehr Menschen zum Handeln zu bewegen, fügen wir so viele gute Gründe wie möglich hinzu:

- Verknappung
- Dringlichkeit
- Denke dir extra Gründe aus

Du solltest allerdings immer mit glaubwürdigen oder ehrlichen Gründen arbeiten. Ansonsten ist deine Glaubwürdigkeit leicht verspielt und dein CTA schadet deinem Geschäft eher, als er dir etwas bringt.

CALL TO ACTION



BONUS: Wie du schnell und einfach einen erfolgreichen Lead Magnet (PDF) erstellst



Brainstorming und Copywriting:







Bilder und Assets:









Design:





Checklisten und viele Templates

Hat (fast) jeder, einfach zu benutzen



KI-Prompts





copy.ai

Titel

"Ich brauchte einen Titel für meinen Lead Magneten. Ich gebe dir einige Informationen und möchte danach eine Liste von 10 Vorschlägen. Der Titel soll Leute dazu begeistern, sich diesen Lead Magnet herunterzuladen. Thema: (Dein Thema)

Benutze konkrete Zahlen (X) Wege, wie du (Problem) lösen kannst Wie du bis zu (X) % durch (Lösung) einsparen kannst (X) Tipps, die du als (Zielgruppe) kennen musst In (X) Schritten zu (Ziel) Verwende ausdrückende beschreibende Worte Perfekt / Optimal / Der Die Das Beste... Unbedingt / Dringend / Sofort Schnell / Einfach / ohne Aufwand Erkläre direkt, was man bei dir bekommt Wie man ... löst / erstellt / behebt / verbessert / optimiert Was man als (Zielgruppe) wissen sollte Checkliste / Tipps / Anleitung für"

Inhalt / Struktur

"Erstelle mir eine Outline für einen Lead Magnet. Das Outline sollte die Struktur und in Bullet Points den Inhalt des Lead Magnets erklären. Das Ziel des Lead Magnets ist es, Vertrauen in meiner Zielgruppe aufzubauen und mich als Experten darzustellen, indem er kostenlosen Mehrwert bietet.

Titel: (Bester Titel vom vorherigen Prompt)

Art des Lead Magnets: (Checkliste / Anleitung / Tipps und Tricks / ...)

Länge der Outline: (Kurz / Mittel / Lang)"



Kopiere dir diese Prompts einfach in eine der KI Tools oben und tausche die farbig markierten Text-Teile aus.



Möchtest du Unterstützung beim Erstellen deines Lead Magnets?

Kontaktiere uns!