



ANGEBOTSALCHEMIE: Vom Nice-to-Have zum Must-Have

Das ultimative Training für unwiderstehliche Angebote



🔥 TEIL 1: DIE GROSSE ILLUSION

**Warum gute Angebote
nicht gekauft werden**

Willkommen zur schmerzhaften Wahrheit

Frage an dich: Wann hast du zuletzt etwas gekauft, was du eigentlich nicht gebraucht hast, aber UNBEDINGT haben wolltest?

Beispiele aus dem Leben:

- Das neue iPhone, obwohl das alte noch funktioniert
- Die teure Kaffeemaschine, obwohl du schon eine hast
- Den Online-Kurs, obwohl du 10 andere noch nicht gemacht hast
- Die Designer-Tasche, obwohl du schon 20 Taschen besitzt

Die Wahrheit: Menschen kaufen nicht logisch. Sie kaufen emotional und rechtfertigen dann mit Logik.



Der größte Irrtum aller Anbieter



Typischer Denkfehler:

"Wenn ich nur gut genug erkläre, was alles in meinem Angebot drin ist, werden die Leute es kaufen."

Realität:

Niemand kauft deine Module, Sessions oder Inhalte. Sie kaufen das GEFÜHL, das diese Dinge erzeugen.

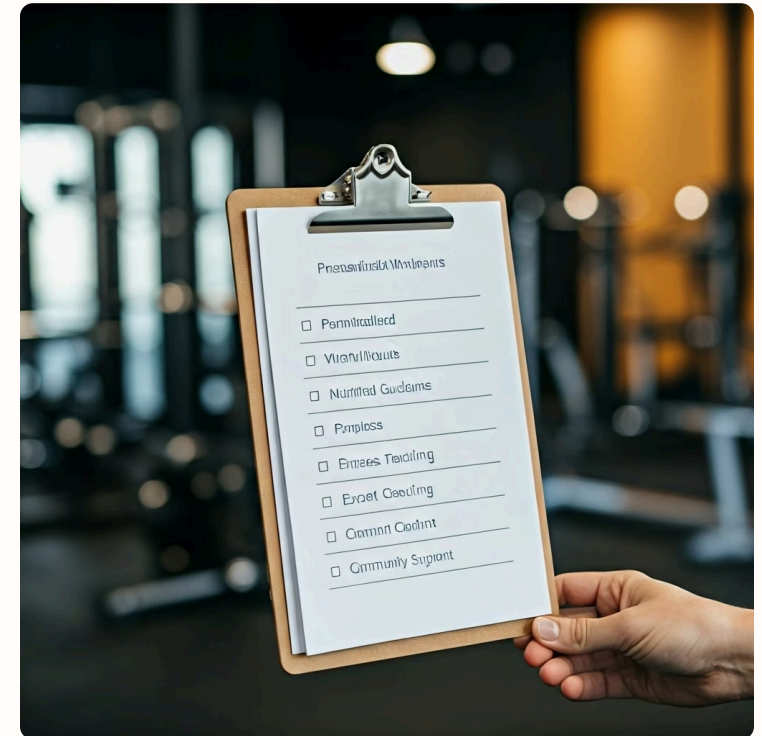
Beispiel 1: Fitness–Coach

SCHLECHT (Feature–basiert):

"In meinem 12-Wochen-Programm bekommst du:

- 24 Trainingsvideos
- Ernährungsplan mit 100 Rezepten
- Wöchentliche Check-ins
- Private Facebook-Gruppe
- Bonus: Meditation-App Zugang"

Reaktion des Kunden: "Hmm, klingt nach viel Arbeit..."



Ergebnis statt Features



GUT (Ergebnis-basiert):

"In 12 Wochen ziehst du das Kleid an, das seit 2 Jahren im Schrank hängt - und fühlst dich dabei so sexy und selbstbewusst wie noch nie."

Reaktion des Kunden: "WO KANN ICH UNTERSCHREIBEN?"

Beispiel 2: Business–Coach



SCHLECHT:

"3-Monats-Programm mit wöchentlichen Calls, Workbooks und Masterclasses zu Marketing, Verkauf und Mindset."



GUT:

"In 90 Tagen verkaufst du dein erstes 5.000€ Paket – ohne dich zu verstellen oder zu verkrampfen."

Beispiel 3: Beziehungskoach



SCHLECHT:

"8 Module zu Kommunikation, Konfliktlösung und Beziehungsdynamiken mit praktischen Übungen."



GUT:

"Du führst endlich die Gespräche, die ihr jahrelang vermieden habt - und kommt euch dabei näher statt euch zu streiten."



Templates

≠

So nicht: Features...

"Du bekommst..."

"Das Programm enthält..."

"Inklusive..."

✍

Lieber so: Ergebnis...

"Du kannst endlich..."

"Du wirst..."

"Stell dir vor..."

TEIL 2:

DIE 3-SCHICHTEN-FORMEL FÜR UNWIDERSTEHLICHE ANGEBOTE



Schicht 1: Der Schmerz, den sie spüren (nicht der, den du denkst)

Wichtig: Es geht nicht um das tiefe, psychologische Problem. Es geht um das SYMPTOM, das sie täglich erleben.

Hundetrainer:

- NICHT: "Dein Hund hat Vertrauensprobleme"
- SONDERN: "Du schämst dich beim Gassi gehen, weil dein Hund jeden anspringt"

Ernährungscoach:

- NICHT: "Du hast ein gestörtes Verhältnis zum Essen"
- SONDERN: "Du stehst 20 Minuten vor dem Kleiderschrank und findest nichts, was gut aussieht"

Marketing-Coach:

- NICHT: "Du hast Sichtbarkeitsprobleme"
- SONDERN: "Du postest seit Wochen und bekommst nur Likes von deiner Mama"

Business-Coach:

- NICHT: "Du hast ein Mindset-Problem"
- SONDERN: "Du sagst bei Preisverhandlungen immer: 'Ja, das können wir auch günstiger machen'"



Vom abstrakten Problem zum konkreten Schmerz

Template: "Du [konkrete Situation] und [konkretes Gefühl/Gedanke]"

☀ Schicht 2: Der Wunschzustand (nicht das Ziel, sondern das GEFÜHL)

Frage: Wie soll sich der Kunde FÜHLEN, wenn das Problem gelöst ist?



Hundetrainer:

"Du gehst stolz mit deinem Hund spazieren und andere fragen: 'Wow, wie hast du das hinbekommen?'"



Ernährungscoach:

"Du ziehst morgens das erste Teil aus dem Schrank - und siehst im Spiegel eine Frau, die du gerne bist."



Marketing-Coach:

"Dein Handy klingelt mit Anfragen und du denkst: 'Ich bin wirklich gut in dem, was ich tue.'"



Business-Coach:

"Du nennst deinen Preis und der Kunde sagt: 'Perfekt, wann können wir anfangen?'"



Ergebnisse emotional aufladen

Template: "Du [neue Situation] und [positives Gefühl/Gedanke]"



Die 5 Bewusstseinssebenen deiner Zielgruppe

Je nach Bewusstseinssebene musst du ANDERS kommunizieren.

Die 5 Bewusstseins Ebenen im Detail

5

Ebene 5: Kauf-bereit

Zustand: Will kaufen,
wartet auf den richtigen
Moment/Anlass

Kommunikation:
Verknappung, Bonus,
klare
Handlungsaufforderung

Beispiel: "Die nächsten
10 Plätze sind reserviert
für..."

4

Ebene 4: Produkt- bewusst

Zustand: Kennt dich und
deine Konkurrenz,
braucht

Entscheidungshilfe
Kommunikation: Klar
abgrenzen und
Mehrwert deutlich
machen

Beispiel: "Der
Unterschied zu anderen
Programmen ist..."

3

Ebene 3: Lösungs- bewusst

Zustand: Weiß, dass
Lösungen existieren,
sucht den richtigen
Anbieter

Kommunikation: Zeige
deine Kompetenz und
Einzigartigkeit

Beispiel: "Hier ist, warum
mein Ansatz funktioniert,
wenn andere versagt
haben..."

2

Ebene 2: Problem- bewusst

Zustand: Spürt den
Schmerz, kennt aber
keine Lösung

Kommunikation:
Hoffnung zeigen, dass
Lösung möglich ist

Beispiel: "Das muss nicht
so bleiben. Es gibt einen
Weg."

1

Ebene 1: Völlig unbewusst

Zustand: Weiß nicht,
dass ein Problem
existiert

Kommunikation: Problem
sichtbar machen durch
Stories, Statistiken,
Vergleiche

Beispiel: "Wusstest du,
dass 80% aller
Hundebesitzer sich beim
Gassi gehen gestresst
fühlen?"



ÜBUNG 3: Bewusstseins-Check

Analysiere deine letzten 10 Interessenten:

- Auf welcher Ebene waren die meisten?
- Wie hast du mit ihnen kommuniziert?
- Was hättest du anders machen müssen?



🧭 TEIL 3:

DER VERKAUFSSKOMPASS – 8 Felder, die Kunden in Bewegung bringen

🏰 Der psychologische Baukasten für Must-Have-Angebote

Diese 8 Felder MÜSSEN in deinem Angebot vorkommen - sonst bleibt es "nice to have":

Vollständiger Verkaufskompass

Arbeite dein Angebot durch alle 8 Felder:

Feld	Leitfrage	Dein Inhalt
Problem	Welches Symptom spürt der Kunde täglich?	
Ziel	Wie möchte er sich stattdessen fühlen?	
Konsequenz	Was passiert ohne Lösung?	
Vertrauen	Warum bist du die richtige Person?	
Abkürzung	Was sparst du ihnen?	
Selbstbild	Wer werden sie durch dein Angebot?	
Sicherheit	Was gibt ihnen Sicherheit?	
Startpunkt	Was ist der leichteste erste Schritt?	

Feld 1: PROBLEM (Konkret, nicht abstrakt)

Falsch: "Stress und Überforderung"

Richtig: "Du liegst um 23:30 Uhr im Bett und denkst an 47 Dinge, die du morgen machen musst"

Weitere Beispiele:

- Business: "Du schreibst eine Rechnung und fragst dich: 'Darf ich das wirklich verlangen?'"
- Fitness: "Du vermeidest Fotos, weil du dich nicht erkennst"
- Beziehung: "Ihr redet nur noch über Termine und vergessene Einkaufslisten"

Template: "Du [konkrete Situation] und [konkretes Gefühl/Gedanke]"



Feld 2: ZIEL (Gefühl, nicht Zustand)



Falsch: "Mehr Umsatz machen"

Richtig: "Du checkst dein Konto und lächelst, weil endlich da steht, was du verdienst"

Weitere Beispiele:

- Business: "Du nennst deinen Preis ohne rot zu werden"
- Fitness: "Du ziehst ein Kleid an und denkst: 'Verdammt, ich sehe gut aus!'"
- Beziehung: "Ihr lacht wieder zusammen über die kleinen Dinge"

Template: "Du [neue Situation] und [positives Gefühl/Gedanke]"



⚠ Feld 3: KONSEQUENZ (Was passiert, wenn nichts passiert)

Vermeidung ist oft stärker als Anziehung



Beispiele:

- Business: "In einem Jahr steckst du immer noch im Hamsterrad und fragst dich: 'Warum klappt es bei anderen, aber nicht bei mir?'"
- Fitness: "Du kaufst dir wieder eine Nummer größer und sagst: 'Das ist halt das Alter'"
- Beziehung: "Ihr lebt nebeneinander her wie Mitbewohner, nicht wie Partner"

Template: "In [Zeitraum] [verschlimmerter Zustand] und [negative Emotion]"



Feld 4: VERTRAUEN (Warum ausgerechnet du?)

Nicht: Zertifikate und Ausbildungen

Sondern: Gemeinsame Erfahrung und Ergebnisse

Erzähle Geschichten von deinen Kunden.



Vertrauen aufbauen durch Gemeinsamkeit



**"Ich war da, wo du
jetzt bist":**

"Vor 3 Jahren lag ich auch um
Mitternacht wach und hatte Angst
vor der nächsten Rechnung"



**"Ich habe andere da
durchgebracht":**

"In den letzten 2 Jahren haben 127
Frauen mit mir ihre Preise
verdoppelt"



**"Ich verstehe deine
Welt":**

"Als Mutter von zwei Kindern weiß
ich, was es bedeutet, sich um alle
zu kümmern - nur nicht um sich
selbst"

Feld 5: ABKÜRZUNG (Zeit/Geld/Energie sparen)

Menschen zahlen nicht primär für Ergebnisse – sie zahlen für **Geschwindigkeit** und **Leichtigkeit** auf dem Weg dorthin.



Zeit

"Statt 2 Jahre trial & error: 12 Wochen klarer Plan"



Geld

"Statt 5.000€ für verschiedene Kurse: Alles in einem Programm"



Energie

"Statt dich durch 100 YouTube-Videos zu quälen: Die Essenz in 8 Wochen"



Umwege

"Statt 10 gescheiterte Versuche: Ein Weg, der funktioniert"

Der Wert deines Angebots liegt nicht nur im *Was*, sondern im *Wie schnell* und *Wie leicht*.

Feld 6: SELBSTBILD (Wer wird der Kunde durch dein Angebot?)

Das ist der mächtigste Hebel überhaupt!



Aktuelles Selbstbild

"Ich bin jemand, der ständig kämpft und trotzdem nicht vorankommt"



Neue Identität

"Ich bin jemand, der souverän Entscheidungen trifft und Resultate erzielt"

Menschen kaufen nicht nur dein Angebot - sie kaufen, **wer sie durch dein Angebot werden können.**

Identitätstransformation als Verkaufshebel

Schwach:

"Du bekommst 12 Module zum Thema Positionierung"

"Du erhältst ein Ernährungsprotokoll und einen Trainingsplan"

Stark:

"Du wirst zur gefragten Expertin, die Kunden anzieht statt zu jagen"

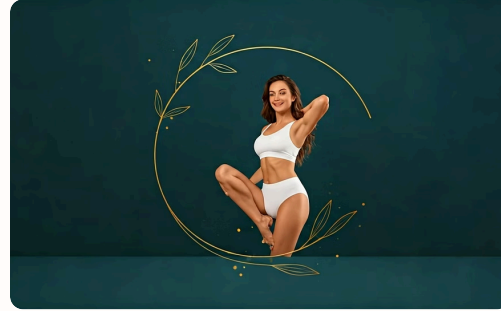
"Du wirst zur Person, die morgens gerne in den Spiegel schaut"

Identitätstransformation als Verkaufshebel



Business

"Du wirst zur Unternehmerin,
die ihre Preise souverän nennt"



Fitness

"Du wirst zur Frau, die sich in
ihrem Körper zuhause fühlt"



Beziehung

"Ihr werdet zum Paar, das
andere beneidet"



Hund

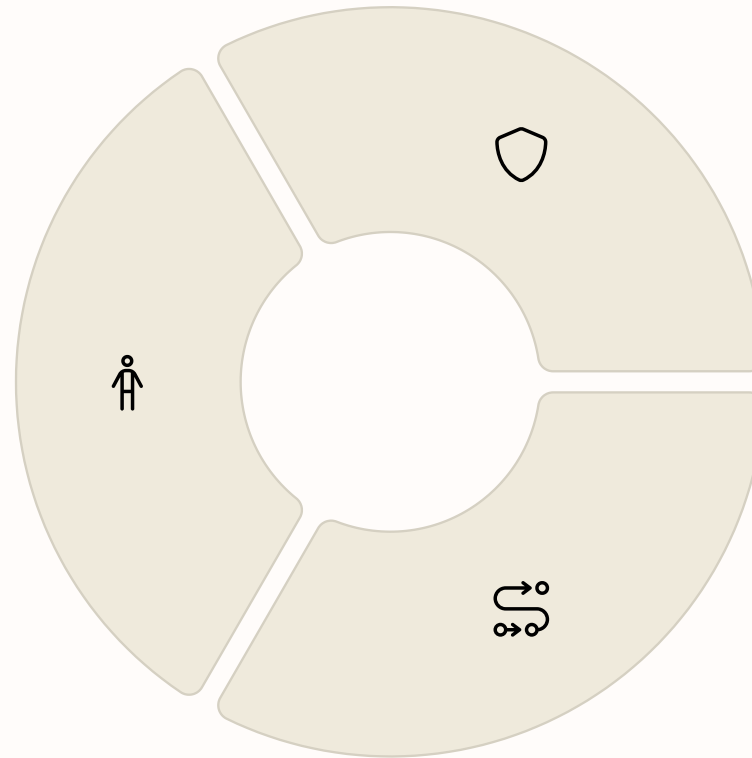
"Du wirst zur entspannten
Hundehalterin, die andere um
Tipps bitten"

Template: "Du wirst zu [neue Identität], die [neue Fähigkeit/Status]"

Feld 7: SICHERHEIT (Beweis, dass es funktioniert)

Social Proof

"Sarah hat in 6 Wochen ihre ersten
10.000€ verdient"



Garantie

"Ich arbeite so lange mit dir, bis wir
dein Ziel erreicht haben."

Methodik

"Mein 5-Schritte-System funktioniert,
weil..."



Feld 8: STARTPUNKT (Kleinsten möglichen ersten Schritt)

Widerstand reduzieren durch Leichtigkeit



Beispiele:

- "Alles, was du heute tun musst: Dich anmelden. Den Rest machen wir zusammen"
- "Du brauchst keine Vorbereitung. Du brauchst nur den Mut zu beginnen"
- "Der erste Schritt dauert 10 Minuten. Alles andere ergibt sich"

ÜBUNG 4: Fülle die Punkte für dein Business aus:

Arbeite dein Angebot durch alle 8 Felder:

Feld	Leitfrage	Dein Inhalt
Problem	Welches Symptom spürt der Kunde täglich?	
Ziel	Wie möchte er sich stattdessen fühlen?	
Konsequenz	Was passiert ohne Lösung?	
Vertrauen	Warum bist du die richtige Person?	
Abkürzung	Was sparst du ihnen?	
Selbstbild	Wer werden sie durch dein Angebot?	
Sicherheit	Was gibt ihnen Sicherheit?	
Startpunkt	Was ist der leichteste erste Schritt?	

⚡ Next Bold Step – Wähle EINE Aktion für die nächsten 48 Stunden:



**Kunden-
geschichten posten**

(auf Social Media mit neuem
Post-Wording)



Preis aktualisieren

(auf Website/Materialien)



Telefonate führen

(mit neuem Pitch)



**60-Sekunden-
Video aufnehmen**

(mit Angebots-Versprechen)



**E-Mail an
Interessenten
schreiben**

(mit Must-Have-Formulierung)

Deine Angebots–Checkliste

Nutze diese Checkliste, um dein Angebot von einem "Nice-to-Have" zu einem unwiderstehlichen "Must-Have" zu transformieren.



Emotionaler Check

Berührt dein Angebot sowohl den konkreten Schmerz als auch das gewünschte Gefühl? Weckt es starke emotionale Reaktionen?



Vertrauens–Check

Wird klar, warum ausgerechnet du der richtige Experte bist? Zeigst du Gemeinsamkeiten mit deinen Kunden?



Dringlichkeits–Check

Verstehen potenzielle Kunden die Konsequenzen des Nicht-Handelns? Gibt es einen überzeugenden Grund, jetzt zu handeln?



Wert–Check

Ist die angebotene Transformation so wertvoll, dass der Preis als Investition und nicht als Kosten wahrgenommen wird?

Überprüfe dein Angebot regelmäßig anhand dieser Kriterien und passe es bei Bedarf an, um seine Wirksamkeit zu maximieren.