

20% mehr verkaufen mit diesem einfachen Trick

20% mehr verkaufen mit diesem einfachen Trick

Mit dieser einfachen MVT (Mehr Verkaufen Technik) kannst Du sofort 20% mehr verkaufen. Diese MVT funktioniert vor allem dann sehr gut, wenn Du Deine Produkte über das Internet verkaufst.

Das Problem: Die Bestellabbrecher

Wußtest Du, dass 80-85% der Menschen, die auf Deinen „Jetzt kaufen!“ Button klicken, den Bestellvorgang abbrechen, bevor sie Ihre Zahlung gemacht haben? Manche behaupten sogar, dass die Raten der „Bestellabbrecher“ noch höher ist.

Das kann viele verschiedene Gründe haben. Vielleicht will Dein Kunde noch einmal „darüber nachdenken“ - oder es hat so einfache Gründe wie „Meine Frau ruft mich grade zum Essen“ - „Ach Mist, wo hab ich jetzt meine Kreditkarte? ...“ - „Jetzt muss ich meine Bankleitzahl noch nachschauen - wo ist denn jetzt mein Portemonnaie?“

Vielleicht gibt es manchmal auch technische Probleme mit Deinem Zahlungsanbieter - oder die Verarbeitung der Daten dauert Deinen Kunden zu lange.

Diese Menschen bräuchten einfach noch einmal einen zweiten Anlauf, um wirklich bei Dir zu kaufen. Doch Du kennst das ja selbst: Aus den Augen, aus dem Sinn... ;-)

Was können wir also tun?

Anstatt den Kunden direkt zu Deinem Zahlungsanbieter zu schicken, schicke ihn zu einer „Presale Squeeze Page“.

Was ist das denn jetzt schon wieder?

Auf einer Presell Squeeze Page kannst Du Deine Kunden Ihren Namen und Ihre E-Mail Adresse in Deinen Autoresponder eintragen lassen. Schau Dir auch den Screenshot hier unten an: (Das ist übrigens ein live Bild von meiner [Energie Quickie](#) Seite).

Erst wenn Dein Kunde sich hier eingetragen hat, wird er zu Deinem Zahlungsanbieter weitergeleitet.

Vielleicht denkst Du jetzt, dass dieser zusätzliche Schritt, Deine Rate der „Bestellabbrecher“ erhöhen wird. Ich habe dieses System ausführlich getestet - und kann Dir sagen, dass es nicht der

Fall ist. *Interessanterweise bestellen sogar mehr Leute, wenn sie vorher Ihre E-Mail eingetragen haben.*

Mehr Commitment

Das hat auch mit dem Prinzip des „Commitment and Consistency“ zu tun. Zu deutsch „Verpflichtung (Engagement) und Kontinuität“. Das bedeutet, wenn Dein Kunde eine Handlung bei Dir ausgeführt hat, dann ist die Wahrscheinlichkeit größer, dass er die nächste auch ausführt.

Denn er hat sich ja schon einmal für Dich entschieden. Er hat sich entschieden, seine E-Mail Adresse einzutragen.

Das Hinzufügen dieser Seite führt also nicht dazu, dass weniger Menschen bei Dir bestellen. Diese Erfahrung hat auch mein Kollege Ryan Deiss bei seinen legendären ["43 Split Tests"](#) gemacht.

Doch Du hast jetzt den Vorteil, dass Du die Interessenten, die sich zwar eingetragen haben - die aber noch nicht gekauft haben, noch einmal anschreiben kannst.

Mach dafür auch eine saubere Listensegmentierung in Deinem [Aweber](#) oder [Klicktipp](#). Das bedeutet, sobald ein Kunde kauft wird er automatisch aus der „Presell“ Liste ausgetragen.

Sonst wundert er sich, warum Du ihm ein Angebot machst, zu kaufen, obwohl er das längst getan hat. Sowohl in Aweber als auch in Klicktipp kannst Du diese Automatismen einrichten.

Wie soll eine gute Presell Squeeze Page aussehen?

Du hast ja oben auf dem Bild der Seite des Energie Quickie's schon ein paar Elemente entdecken können.

Eine gute Presell Squeeze Page enthält folgende Elemente:

- Abfrage des Namens und der Email - Adresse (in Deinen Autoresponder aweber oder klicktipp eintragen lassen)
- Den Hinweis, das die E-Mail Adresse bei Dir gut aufgehoben ist.
- Ein Bild von Deinem Produkt
- Eine Grafik, die Deinem Kunden zeigt, bei welchem Schritt er grade ist (oben und unten auf der Seite einbauen)
- Ein Testimonial (wie beim Energie Quickie das von Holger)

Was soll in einer After Presell Mail stehen?

Schreibe Deinem Kunden **nicht** so etwas wie:

„Hey, ich habe gesehen, Du hast die Bestellung nicht bis zu Ende ausgeführt. Wie schwer kann das denn sein? Du bist doch dämlich, wenn Du mein Produkt nicht kaufst. Hast Du das noch nicht gerafft? Also geh jetzt sofort auf diese Seite (Bestellseite) und bring Deine Bestellung zu Ende. Aber zacki!“

Das ist keine gute Idee, Deinen Kunden so etwas zu schreiben... ;-)

Schreibe lieber etwas im Stil von:

„Hey, ich freue mich, dass Du Dich für mein Produkt interessierst. Es kann sein, dass es gestern ein paar Schwierigkeiten mit meiner Seite gab - das tut mir leid. Um das wieder gut machen, gebe ich Dir 10 % Nachlass, wenn Du heute bestellst.. Gehe einfach auf diese Seite hier (Bestellseite) und sichere Dir Deine Ausgabe von Superprodukt 5000. Denn Superprodukt 5000 löst Dein Problem in weniger als 7 Tagen. Du bekommst eine genau Schritt für Schritt Anleitung von mir, was zu tun ist. Setze diese Schritte einfach um und Du wirst in 7 Tagen... Superergebnis... erreichen. Stell Dir mal, wie gut sich das anfühlen wird... ;-)
Gehe dazu jetzt auf diese Seite und sichere Dir Deine Ausgabe von Superprodukt 5000 noch heute:
Bestell-Seite“

So eine Mail kommt besser an. ;-)

Warum ist dieser Schritt so wichtig?

Die Interessenten, die sich hier in Deinen Autoresponder eintragen, aber noch nicht kaufen, sind Deine „heissesten“ Interessenten. Sie haben schon auf den „Jetzt Superprodukt 5000 kaufen“ Button geklickt und haben auch Ihren Namen und Ihre E-Mail Adresse eingetragen.

Ihnen ist wahrscheinlich etwas beim Kauf dazwischen gekommen - oder Ihnen fehlt nur noch eine kleine weitere Anregung, damit sie Ihre Kaufentscheidung treffen.

Du kannst Deinen Interessenten helfen, indem Du Ihnen eine Follow-up Email schickst - und Ihnen einen Anreiz gibst, Dein Produkt jetzt zu bestellen. Du kannst Ihnen einen Bonus geben - einen Preisnachlass (wie oben in dem Beispiel) - oder noch ein zusätzliches Geschenk. In meinen Tests haben ungefähr 25% von den Menschen, die Ihre Email Adresse eingetragen (aber noch nicht gekauft) haben, dann im 2. oder 3. Anlauf gekauft. (Du kannst ja auch mehr als eine follow up E-Mail machen... ;-)

Mit dieser einfachen Taktik kannst Du Deine Conversion um 20-25% erhöhen. Das bedeutet

Marketing now!

Erfolgreich Verkaufen - Gut Fühlen

<http://marketingnow.de>

20-25% mehr verkaufen. Ohne großen Aufwand! :-) Du musst es jetzt nur noch tun! :-)

Teste!

Du kannst das übrigens wundervoll testen, indem Du auf Deinem Buy now Button einen [Splittest-Link](#) machst. Den einen schickst Du direkt zu Deinem Zahlungsanbieter - den anderen zu einer Presell Squeeze Page mit einem anschließenden follow up.

Ich bin schon sehr gespannt auf Deine Test-Ergebnisse! Berichte mir davon in den Kommentaren.

Die „Fortschrittsanzeige“

Da ich weiß, wie viel Arbeit es ist, diese Balken zu erstellen, stelle ich Dir einfach meine 2 zur Verfügung - die kannst Du dann für Deine Presell Squeeze Page benutzen.

Einfach hier mit der rechten Maustaste auf „Ziel speichern unter“ gehen.



Hab eine wundervolle erfolgreiche Woche - und nutze diese Möglichkeit 20% mehr zu verkaufen!

Dein André

P.S.: Kommentare und Ideen sind ausdrücklich erwünscht! Bitte schreiben! ;-)

P.P.S.: Setze diese MVT (Mehr Verkaufen Technik) wirklich um! 20% mehr verkaufen macht auch in Deinem Geschäft einen Unterschied! :-)