

Was ist ein Story-Skript?

Die Idee dieses Skripts geht auf Donald Miller zurück. Der Hintergrund: Menschen wollen kaufen - nicht etwas verkauft bekommen. Menschen wollen selbst entscheiden dürfen, ob ein Angebot für sie interessant ist und in Frage kommt.

Lade deshalb deine potenziellen Kunden und Interessenten in eine gute Story rund um dein Angebot ein (und verkaufe ihnen nicht dein Produkt). Mit diesen 5 Schritten entwickelst du deine eigene spannende Geschichte.

I. Was ist das Problem deines Kunden? (Aktuelle Regensituation)

Beispiel:

Wusstest du, dass über 80% aller Webseiten so aufgebaut sind, dass sie Interessenten und potenzielle Kunden entweder verwirren oder langweilen?

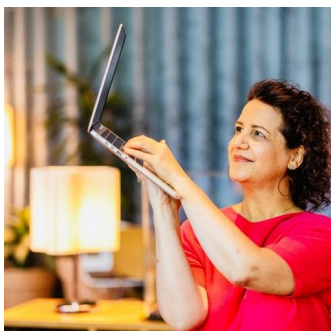
Jetzt du:

II. Dein Angebot ist die Lösung für das Problem (Das Vehikel vom Regen zur Sonne)

Beispiel:

Ich zeige dir in meinem Workbook, wie du in nur drei Schritten deine Hero-Sektion auf deiner Webseite überarbeitest, die bei deinen Kunden sofort das «Hier-bin-ich-richtig-Gefühl» auslöst.

Jetzt du:



**Mehr Klarheit für deine Mission?
Texte sind so gar nicht dein Ding?
Dann lass uns unverbindlich sprechen,
wie ich dich unterstützen kann.**

<https://christinaschmautz-info.youcanbook.me/>

III. Präsentiere einen einfachen 3-Schritte-Plan, mit dem dein Kunde starten kann, sein Problem zu lösen

Beispiel:

Wenn du das ausprobieren willst, hole dir das E-Book, in dem du auf meine Webseite gehst, den Button klickst und mir deine E-Mail-Adresse schickst. Das Workbook landet dann wenige Minuten später kostenlos in deinem E-Mail-Postfach.

Jetzt du:

IV. Male die Folgen (positiv wie negativ), was geschieht, wenn der Kunde das Angebot nicht nutzt.

Beispiel:

In einer ruhigen Stunde bearbeitest du das Workbook und hast danach alle Informationen, um die Eingangstore deiner Webseite ansprechend und klar zu gestalten. Sorge damit dafür, dass deine Webseitenbesucher gerne auf deiner Seite verweilen und sich informieren – und eben nicht innerhalb der ersten 5 Sekunden wieder wegklicken, weil sie keine Ahnung haben, was du für sie tun kannst.

Jetzt du:

V. Die Handlungsaufforderung für den Kunden

Beispiel:

Hier hast du meine Visitenkarte (alternativ: den Link zur Webseite). Hole dir am besten heute noch das Workbook, damit auch dein Eingangsbereich im neuen Glanz erstrahlt.

Jetzt du: