

# VERKAUFEN MIT WEBINAREN

Der Marketing-Zauber-Zirkel-Schummel-Zettel

## Tipp 1

### Nenne Dein Webinar künftig nicht mehr Webinar

Warum? Weil der Name für viele inzwischen gleichbedeutend mit "Verkaufsveranstaltung für Heizdecken" 😊 verankert und damit verbrannt ist.

Gängige Alternative derzeit: Masterclass  
Mein Vorschlag: Einfach "Online-Seminar"

## Tipp 2

### Gutes Timing ist wichtig!

Nerve Deine Teilnehmer nicht mit:

- ewigem Vorgeplänkel ("wo kommt Ihr alle her?", "wie ist das Wetter bei Euch?", "könnt Ihr mich gut sehen und hören?")
- langatmiger Vorstellung und Selbstbeweihräucherung - erzähle kurz und knackig von Dir - mit dem, was Bezug zu Deinem Angebot hat
- schlampige Folien (nutze den Moderator-Modus, möglichst mit 2 Bildschirmen - Folienvorschau links am Rand ist unprofessionell)
- technischen und anderen Unzulänglichkeiten (Licht, Ausleuchtung, schlechter Ton, durchs Bild laufenden Familienmitgliedern oder Haustieren, Lärm von außen)

#### Bewährte Struktur

- 5-10 Minuten Einleitung und Vorstellung
- 25 Minuten hochwertige Präsentation
- 5-10 Minuten Pitch
- 15 Minuten Q&A
- Halte Dich an die angekündigte Dauer!

Vorlaufzeit für Bewerbung:  
Mindestens 1 maximal 3 Wochen

## Tipp 3

### Erkläre das WAS, nicht das Wie - aber ...

Dieses Vorgehen hinterlässt bei vielen Teilnehmern einen faden Nachgeschmack. Für das WIE sind sie ja gekommen (und ja, dafür sollen sie Dich buchen).

Meine Empfehlung: Wie ein "Gruß aus der Küche" oder eine feine Praline, gib ein winziges WIE im Webinar preis, das überzeugt auch mehr, als nur zu behaupten, dass Du kannst, was Du anbietest.

## Tipp 4

### Teilnahmegebühr für das Webinar

Dieser Tipp macht nur Sinn, wenn Du regelmäßig 50 oder mehr Anmeldungen für Deine Webinare generierst - hast Du noch sehr wenige Anmeldungen, passt dieser Tipp (noch) nicht für Dich.

Kleine Gebühr von 10 bis 30 Euro für die Webinar-Teilnahme - kannst Du auch anbieten, beim Kauf im Rahmen des Webinars zu verrechnen (wenn's passt - bei einem Angebot im hohen drei- oder gar vierstelligen Bereich wirkt das "komisch").

#### **Vorteile**

- höheres Interesse und Commitment → höhere Show-Up-Rate
- Test der Zahlungsbereitschaft
- weniger Mitbewerber präsent
- weniger Plätze im Webinar-Tool nötig
- eventuelle Refinanzierung der Anzeigenkosten

#### **Nachteile**

Vorselektion (schlecht bei kleiner Reichweite) verringert die Teilnehmerzahlen evt. drastisch  
höhere Erwartungshaltung - Du musst dann professionell liefern

## Tipp 5

### Pitch

- nicht übertreiben
- leite schon während des Webinars darauf hin, erwähne Deine Leistung schon früher, wecke eine positive Erwartungshaltung (siehe entsprechender Teil in der Aufzeichnung des Online-Seminars im Mitgliederbereich)
- vermeide Hamburger-Fischmarkt-Methode (unrealistische Preisaufrufe und mehr Boni als das eigentliche Angebot)
- sprich nicht zu hastig, lass die Tonlage unten
- übe einen Pitch vorher immer wieder (nimm Dich selbst auf) - ein Pitch muss natürlich kommen und darf Dir selbst nicht peinlich oder unangenehm sein - sonst verkaufst Du nicht!
- erstelle für das Angebot übersichtliche und gut lesbare Folien
- klare Handlungsaufforderung - nur ein Angebot, nicht zig verschiedene Varianten!
- Bonus für den Kauf möglichst kein Rabatt
- nur mit echter Verknappung arbeiten
- Bonus / Boni müssen zum Angebot passen