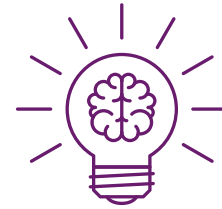


5 schnelle **CONVERSION HACKS** FÜR DEINE SALESPAGE

*PDF-Ratgeber mit Video-Tutorials,
speziell für Expert:innen-Produkte.*



**UMSATZ-
STEIGERND**

PSYCHOLOGISCH

WIRKUNGSVOLL

»»» Mit diesen cleveren Optimierungen
wird dein Angebot sofort viel attraktiver



DU BIST HIER GENAU RICHTIG, WENN...



... du deine Expertise schon eine Weile erfolgreich online verkaufst und gut davon leben kannst.



... du dir mehr Kund:innen und höhere Umsätze wünschst, denn du hast Lust, noch mehr aus deinem Business rauszuholen.



... du unbedingt ehrlich, aber trotzdem wirkungsvoll verkaufen möchtest: Über deine natürliche Art und echten Mehrwert.



Willkommen

Online zu verkaufen ist gar nicht (mehr) so leicht.

Noch vor einigen Jahren war es nicht schwer, online die eigenen Angebote zu verkaufen - denn es gab nicht viele Mitbewerber:innen.

Heute dagegen finden wir für so ziemlich jedes Problem eine **Vielzahl** an Online-Angeboten. Leider nicht nur gute!

► Die Menschen sind beim Kaufen deutlich wählerischer geworden und können viel mehr vergleichen.

Für den **erfolgreichen Verkauf** deiner Online-Angebote wird es daher immer wichtiger, dass du es schaffst, den Mehrwert deiner Produkte

attraktiv zu vermitteln, und **Vertrauen** zu dir als Anbieter:in zu erwecken.

Das klappt durch drei Dinge:

Deine **BESONDERHEIT** als **Anbieter:in**, die **INDIVIDUALITÄT** deiner **Kund:innen** und dem riesigen **VORTEIL** deiner **Angebote**.

Mit **Psychologie**, **Strategie** und **Empathie** kombinieren wir das dann zu deiner maßgeschneiderten Verkaufskommunikation, die deine **Conversion Rate** auf eine ehrliche Art messbar anhebt: **Bing! Neuer Kauf**

Die 5 **mächtigen Optimierungen**, die du hier bekommst, sind ein idealer Startpunkt - und im Handumdrehen umgesetzt. Viel Spaß dabei!

Stephie Hauk



STELL DIR VOR...



Du möchtest dein neues Angebot launchen, oder dein Evergreen-Produkt verkaufen:

Anders als früher, fällt es dir aber jetzt **richtig leicht**, den **Verkaufstext** dafür zu **schreiben**, oder den **Webinar-Pitch** vorzubereiten. Du weißt genau, worauf es ankommt, und wie der **Wert** deines Angebotes deutlich heraussticht.

Du musst dich nicht verbiegen, du sprichst einfach auf deine **natürliche Art** über dein Angebot, die Leute lieben es - und *bing*bing*bing: Schon flattern die **Kaufbenachrichtigungen** rein.

Genau das passiert, wenn du **Psychologie** verwendest, um die **Besonderheiten** deiner **Zielgruppe** besser zu verstehen, und ihnen dann in deinen Texten widerspiegelst, wie gut du sie kennst, und wie perfekt dein Produkt für sie ist.



Kleine Stellschrauben - riesige Wirkung!

Hier zeige ich dir **5 kleine Hacks** für eine bessere Conversion Rate deiner SalesPage.





CONVERSION

DER GAME CHANGER BEIM VERKAUFEN: DIE CONVERSION RATE ERHÖHEN

Sagen wir, du hast 1.000 Anmeldungen für dein Verkaufs-Event (Webinar, Challenge etc.) und verkaufst einen Onlinekurs für € 1.000,-.

2 % der Angemeldeten kaufen (= Conversion Rate), was als Ergebnis gar nicht schlecht ist:

Du hast 20 Kund:innen gewonnen und **€ 20.000 Umsatz** generiert, gratuliere!

Wenn du mit den gleichen 1.000 Anmeldungen den gleichen € 1.000,- Kurs verkaufst, aber diesmal eine Conversion Rate von **5 %** schaffst, dann hast du **€ 50.000 Umsatz**, statt wie im ersten Beispiel € 20.000 erreicht - ohne deine Aktivitäten zu verändern.

Ohne einen Cent mehr in Werbung oder Zeit in mehr Marketing zu stecken! **Genausoviel rein, aber viiiiiiel mehr raus.** YES!

Darum zeig ich dir hier fünf bewährte Methoden zur schnellen Steigerung deiner Conversion Rate. Viel Vergnügen beim Umsetzen!

Übrigens: Gerade hatte eine meiner Kundinnen nach unserer Zusammenarbeit eine Conversion Rate von **11 %** in ihrem Launch...

01

Unterbewusstsein mitlesen lassen

Wenn nicht ins Auge sticht, warum der jeweilige Textabschnitt relevant ist, sinkt die Chance, dass deinen Inhalt überhaupt gelesen wird.

02

Unterbewusstsein neugierig machen

Damit eine Verkaufsseite überhaupt gelesen wird - was Mühe erfordert - brauchen wir einen guten Grund, uns mit dem Thema zu befassen.

03

Vertrauen in dich schaffen

Wir geben kein Geld aus, wenn wir uns dabei nicht sicher fühlen. Je höher der Einsatz, umso höher das notwendige Vertrauen.

04

Preisschmerz reduzieren

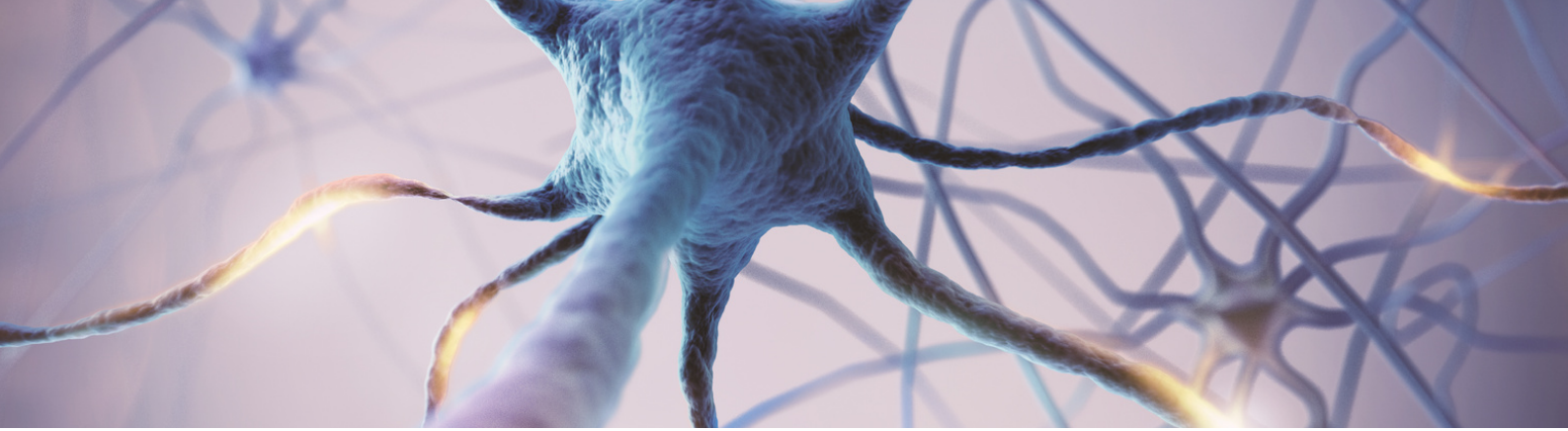
Etwas zahlen zu müssen, tut uns natürlich "weh", denn wir gehen dadurch das Risiko ein, unser Geld zu "verschwenden".

05

Hürden im Kaufprozess nehmen

Viele Käufe werden abgebrochen oder gar nicht erst eingeleitet, weil uns der Kaufprozess frustriert und die "Kauflaune" verdirbt.

CONVERSION-HACKS



HACK 1:

Ziel UNTERBEWUSSTSEIN ERREICHEN

Grundsätzlich mag sich unser Unterbewusstsein **nicht anstrengen**. Lesen und (Kauf-)Entscheidungen zu treffen, stößt daher auf einen gewissen ersten **Widerstand**. Wir können aber **nur** mit unseren Inhalten **überzeugen**, wenn sie auch **gelesen** werden.

Strategie LESBARKEIT ERLEICHTERN

Viele Angebot sind sehr attraktiv, aber werden **nicht gekauft** (=niedrige Conversion), weil der Text **nicht** zum **Lesen** einlädt. Stell dir ein tolles Produkt in einem verfallenen Geschäftshaus mit morscher Tür vor: Keiner hat Lust, dort hineinzugehen - und deswegen sieht und kauft es niemand.

Hack ZWEITEN LESEWEG EINBAUEN

Es gibt viele Methoden, um die Lesbarkeit deines Textes leichter zu machen. Mit der optischen **Hervorhebung** einiger weniger **Schlagwörter** bewirkst du, dass grobe Inhalt des Abschnittes auch bei den Leser:innen ankommt, wenn sie den **Text** nur **überfliegen** (was häufig der Fall ist).

ZWEITER LESEWEG

Bei einem "Zweiten Leseweg" markierst du einige WENIGE (!) Schlagwörter so, dass sie aus der Textmasse **herausstechen**.

Am besten klappt das, indem du sie **fett**, und / oder **farbig** markierst, **unterstreichst** oder mit einer **Hintergrundfarbe** hervorhebst.

Ziel ist, dass auch ohne aktives Lesen die wichtigsten Begriffe im (tragen) **Unterbewusstsein verarbeitet** werden.

Dadurch ermöglichst du den Leser:innen das **Überfliegen** des Textes und erhöhst die Wahrscheinlichkeit, dass sie bei einem spannenden Wort ins Lesen **einsteigen**.



Do:

- Schreibe den Text erstmal und pick am Ende maximal **2 -3 Worte** pro Texteinheit (Absatz, Bullet Point etc).
- **Stell Sätze** auch mal **um**, so dass sie im zweiten Leseweg mehr Aufmerksamkeit erzeugen.
- Wähle die **Grundschrift** so, dass die **Markierung** wirklich in's Auge springt und leicht lesbar ist.

Don't:

- **Zu viel hervorheben:** Je mehr betont ist, desto weniger funktioniert die Methode.
- **Kursiv:** Springt zu wenig ins Auge.
- **Unterstreichen in Online-Texten:** Damit assoziieren wir einen Link. Auf Papier ist es kein Problem.
- **Ganze Sätze:** Das ist zu viel. Es sollten nur Stichpunkte betont werden.

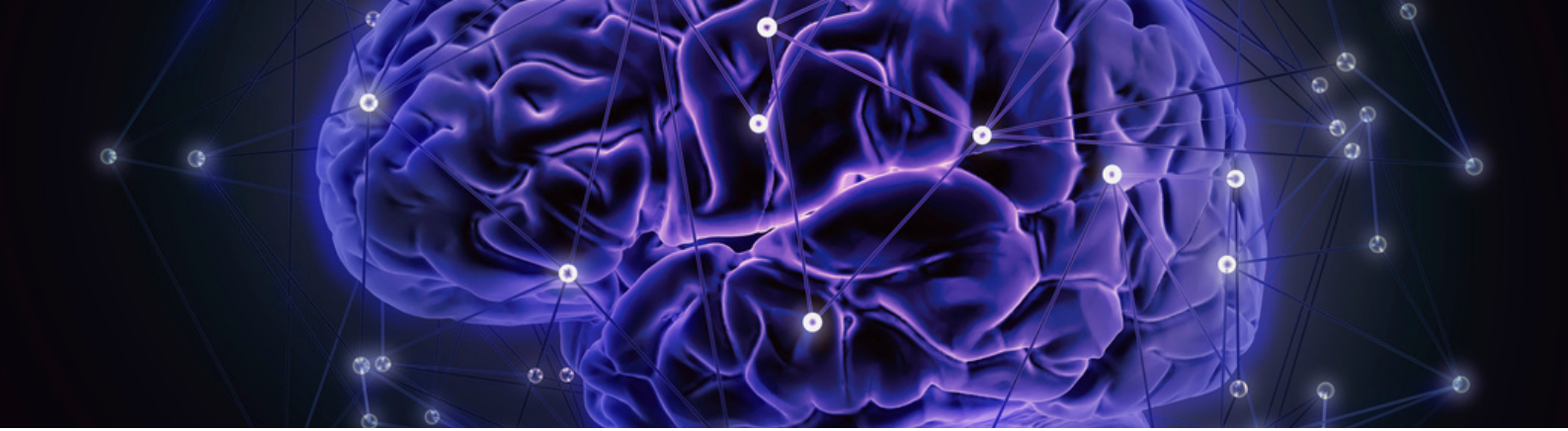
VIDEO & BRAINSTORM

Schreib dir hier gerne auf, was du dir aus dem Video zu diesem Punkt für später merken möchtest, und welche Ideen dir zu dem Thema gekommen sind:

ZWEITER LESEWEG

 **BRAINSTORM: Welche anderen Ideen hast du, um es für das Unterbewusstsein leichter zu machen, deinen Text zu lesen?**

Ideen + Notizen



HACK 2

Ziel DAS INTERESSE DES UNTERBEWUSSTSEINS WECKEN

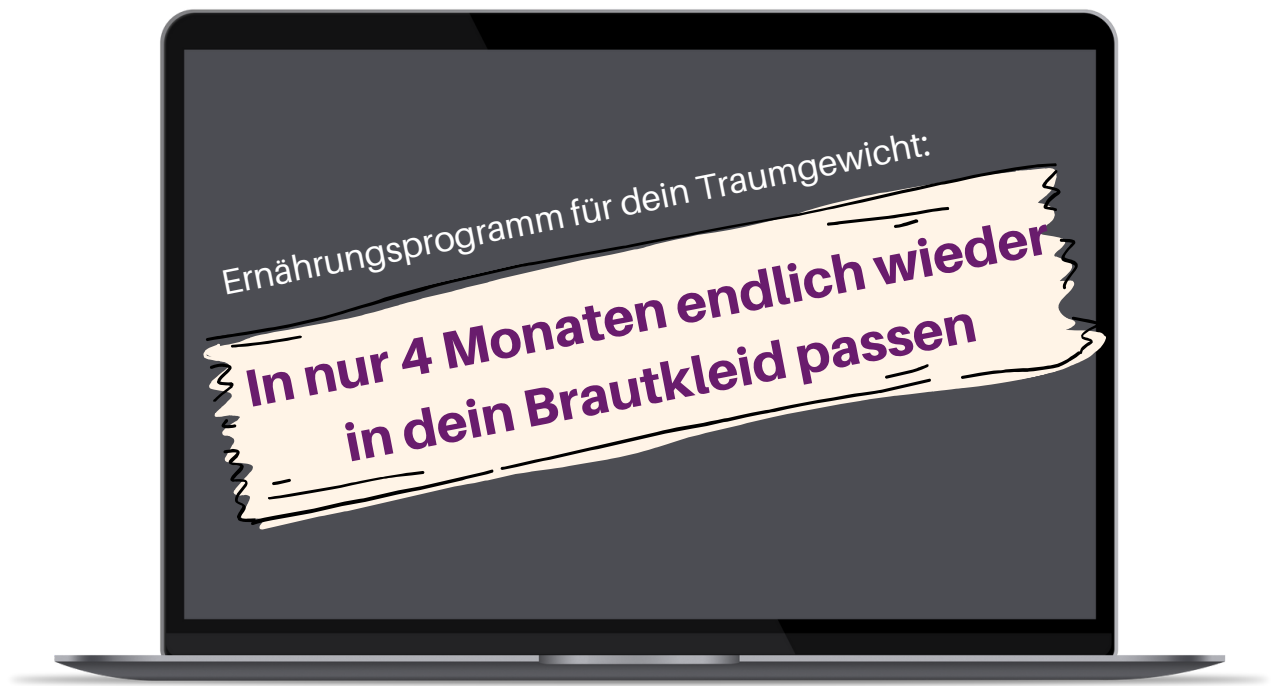
Unser Unterbewusstsein ist kein Fan von Veränderungen oder Risiken. Es fühlt sich am sichersten, wenn alles vertraut ist - es stimmt also lieber **"gegen"** einen **Kauf**. Es braucht gute Gründe, um sich für etwas zu interessieren, das ihm die Sicherheit des vertrauten Zustandes nimmt.

Strategie MIT VORTEILEN ÜBERZEUGEN

Rationale Argumentation locken das Unterbewusstsein wenig. Konkret spürbare **Vorteile** aber schon. "Sesam, öffne dich!". Daher ist für deine Conversion Rate wichtig, direkt zu Beginn deiner SalesPage mit dem größten Vorteil ein **starkes Interesse** an deinem Angebot zu wecken.

Hack KONKRETES ANGEBOTSVERSPRECHEN

Um das Interesse für das "anstrengende" Lesen und sogar das "Risiko" eines Kaufs zu wecken, **versprichst** du im Header den **ersehnten Zustand**, mit deinem Angebot als den Weg dorthin. Dadurch wird die "Zugbrücke" heruntergelassen, und du bekommst Gelegenheit, noch tiefer zu gehen.



VERSPRECHEN IM HEADER

Sei hier so **konkret** - und **authentisch** - wie möglich:

Was exakt bringt dein Angebot? Was wird mit "an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit" auch **tatsächlich eintreten**, wenn dein Angebot optimal angewendet wird? Gib ein Angebots-Versprechen (= **Vorteil im Leben**) ab, das du auch halten kannst. Messbarkeit signalisiert dem Unterbewusstsein Sicherheit.

Do:

- Nenne **messbare Ergebnisse**, die realistisch sind, z.B wieviel Kilos, höherer Umsatz oder mehr Zeit.
- Erzeuge **Bilder**, wie der Vorteil im Leben **konkret aussehen** wird. Was entspricht dem "passenden Brautkleid" bei deinem Angebot?
- Zum Versprechen gehört auch, dass klar wird, für wen es gilt (**Zielgruppe** benennen).

Don't:

- **Schwammigen Ausdrücke** ohne konkrete Messbarkeit: Wie sieht "next level", "in deiner Kraft" oder "glücklicher" konkret aus?
- **Andere Erfolgsfaktoren verschweigen**: Für den Zielzustand sollte allein dein Produkt (und die vorgesehene Anwendung) genügen!
- **Stark übertreiben**: Das macht dein Angebot unglaubwürdig.

VIDEO & BRAINSTORM

Schreib dir hier gerne auf, was du dir aus dem Video zu diesem Punkt für später merken möchtest, und welche Ideen dir zu dem Thema gekommen sind:

VERSPRECHEN IM HEADER

BRAINSTORM: Welche anderen Ideen hast du, um mit deinem Angebot dem Unterbewusstsein mehr Vorteile als Risiken zu vermitteln?

Ideen + Notizen



HACK 3

Ziel UNTERBEWUSSTSEIN ÜBERZEUGEN

Wir können das Unterbewusstsein am besten überzeugen, wenn wir ihm genau das bieten, was es als "**Grundbedürfnis**" sowieso sucht.

Wir haben viele verschiedene Bedürfnisse, die je nach Menschentyp und Kaufmotiv variieren - und welche, die immer angestrebt werden.

Strategie VERTRAUEN ERWECKEN

Das Hauptbestreben unseres Gehirns ist es, **uns zu schützen** - also das Grundbedürfnis nach Sicherheit. Vertrauen bedeutet, man fühlt sich sicher. Bei Misstrauen zum Anbieter kaufen wir nicht. Es gibt mehrere Methoden, die das **Vertrauen stärken** und dadurch die **Conversion Rate erhöhen**.

Hack BEZAHLMETHODEN OPTISCH DARSTELLEN

Die **Symbole** der **Zahlungsanbieter** vermitteln unbewusst **Autorität** und **Sicherheit**, denn es sind große bekannte Marken, denen wir mit unserem Geld vertrauen. Wenn du diese "Trust Symbole" visuell einbaust, **projiziert** sich ihr **Image** "Sicherheit" auf dein Angebot.

BEZAHLSSYMBOLLE ZEIGEN

Bau die **Logos** der **Zahlungsanbieter**, mit denen man bei dir bezahlen kann, auf deiner SalesPage ein. Dadurch wird sofort die Frage der Bezahlungsmöglichkeiten geklärt und man fühlt sich bereits einen Schritt **näher am** abgeschlossenen **Kauf**. Außerdem färbt das **Marken-Image** der Anbieter, die wir täglich verwenden und als sicher einstufen, positiv auf dich ab.



Do:

- Platziere die Logos am besten in der Nähe deiner **Preisnennung**, denn das ist die kritischste Stelle, an der wir unbedingt suggerieren wollen, dass der Kauf bei dir sicher ist.
- Liste **alle** häufig verwendeten **Bezahlsymbole**, nicht nur die Kreditkarten-Logos. Dies zeigt die große Auswahl je nach persönlicher Präferenz der Kunden.

Don't:

- **Bezahl-Logos erst nach dem Klicken des Call to Actions (CTA) sichtbar:** Soweit kommen viele nicht. Es geht ja genau darum, diesen Klick durch die Symbole zu fördern.
- **Logos, die Misstrauen schüren:** Vermeide Logos von Marken, mit denen man negative Erfahrungen assoziieren könnte (z.B. Betrug, Unseriösität etc.).

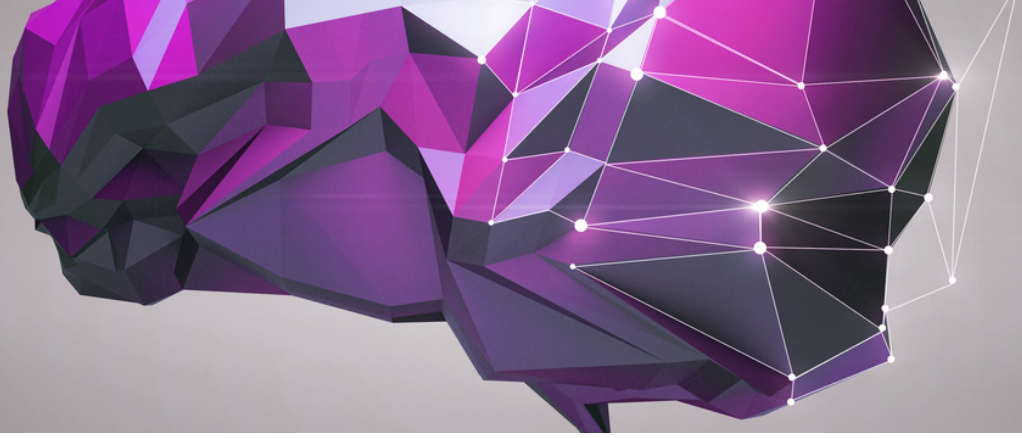
VIDEO & BRAINSTORM

Schreib dir hier gerne auf, was du dir aus dem Video zu diesem Punkt für später merken möchtest, und welche weitere Ideen dir bereits gekommen sind:

BEZAHLSSYMBOLS ZEIGEN

BRAINSTORM: Welche anderen Ideen hast du, um es für das Unterbewusstsein leichter zu machen, dir zu vertrauen?

Ideen + Notizen



HACK 4

INNEREN KRITIKER ÜBERZEUGEN

Nachdem auf emotionaler Ebene entschieden wurde, ob wir etwas überhaupt haben wollen oder nicht, kommt der **rationale Verstand** in's Spiel, und damit auch der innere "Türsteher". Er **prüft** die vorläufige Entscheidung etwas **gründlicher** als das Emotionszentrum.

PREISSCHMERZ REDUZIEREN

Preise werden im Gehirn im Schmerzzentrum verarbeitet.
Das heißt: Der **Preis tut** erstmal **weh** (entweder mehr oder weniger als erwartet). Wenn du es verstehst, gezielt diesen gefühlten **Schmerz** zu **lindern**, steigt deine **Conversion Rate**.

TESTIMONIAL PLATZIERUNG

Eine bewährte Methode, den Preisschmerz subtil zu reduzieren, ist, eine **begeisterte Kundenbewertung** direkt nach dem Preis einzubauen.
Dies lenkt den **Fokus** vom Schmerz **auf** den **Wunschzustand** und auf den Bericht einer Dritten Person, die dein Angebot aus ihrer Sicht bewertet.



TESTIMONIAL NACH PREIS

Wenn du eine **positive Kundenerfahrung** direkt **nach dem Preis** nennst, kostet dein Angebot natürlich zwar Geld, was erstmal weh tut, aber eine andere Person (außer dir) bezeugt direkt dazu, dass es dieses Investment auch **wert ist** und du damit dein **Versprechen gehalten** hast.

Dies relativiert den Schmerz und lenkt die Aufmerksamkeit zurück zur ersehnten Emotion des Wunsch-Zustandes.

Do:

- Achte bei diesem **wichtigsten Testimonial** deiner gesamten SalesPage darauf, dass es richtig **stark** ist.
- Am besten verwendest du ein Testimonial, dass sich auf das Ergebnis bezieht, also wie sehr sich dieses **Investment gelohnt** hat (finanziell oder auf andere **Kaufmotive** deiner Zielgruppe bezogen).

Don't:

- **Nichtssagendes Testimonial:** Vermeide Bewertungen, die andere Dinge als das Haupt-Kaufmotiv bewerten (z.B. "netter" und "freundlicher" Coach vs. Durchbrüche und Erfolge).
- **Unsympathisches Testimonial:** Eine Kundenbewertung ist nur dann wirkungsvoll, wenn sie von jemandem kommt, mit dem sich deine Zielgruppe identifizieren kann oder möchte.

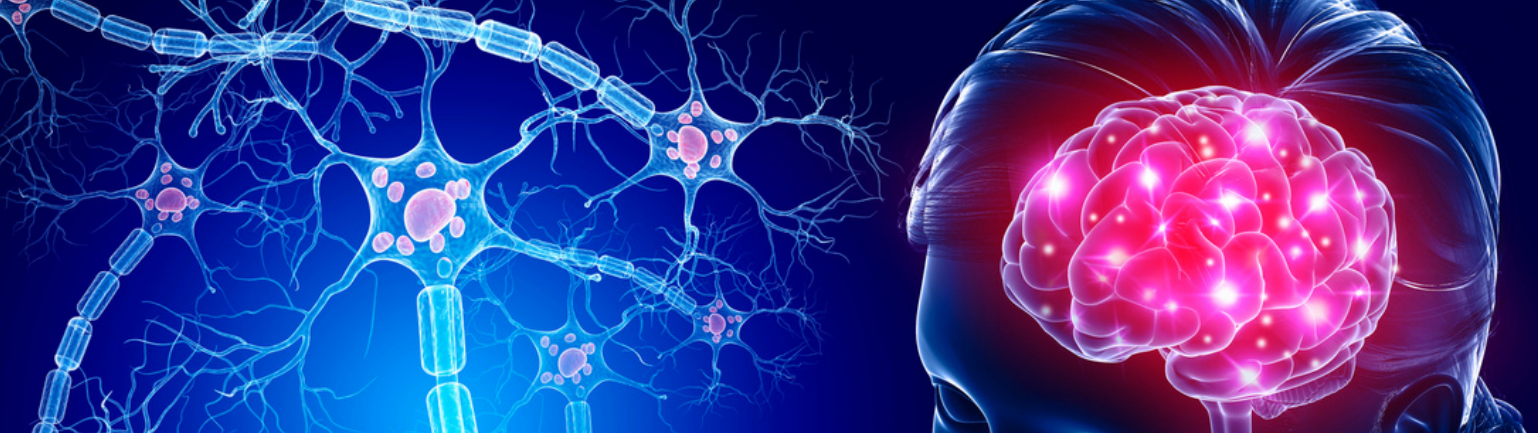
VIDEO & BRAINSTORM

Schreib dir hier gerne auf, was du dir aus dem Video zu diesem Punkt für später merken möchtest, und welche weitere Ideen dir bereits gekommen sind:

TESTIMONIAL NACH PREIS

BRAINSTORM: Welche anderen Ideen hast du, um den Preisschmerz zu reduzieren?

Ideen + Notizen



HACK 5

Ziel KAUFABBRÜCHE REDUZIEREN

Viele unterschätzen den eigentlichen Kauf- und Checkout-Prozess als **Teil der Kaufentscheidung**. Solange die Transaktion nicht abgeschlossen ist, hat der Kauf nicht stattgefunden und die Interessent:innen können noch **jederzeit abspringen**. Der Kaufprozess ist Teil der Kaufentscheidung.

Strategie SICHERHEIT BEIM KAUFABSCHLUSS VERMITTELN

Ein Hauptgrund für nicht beendete Käufe ist Verwirrung bzw. Unsicherheit. Je **klarer** der **Kaufvorgang** von vornherein ist, umso eher wird der Kauf eingeleitet. Darum hat der Call to Action (CTA) als der **Startpunkt des Kaufprozesses** eine enorme Bedeutung für deine Conversion-Rate.

Hack KAUFPROZESS IM CTA

CTAs sollten **klar, nicht clever** sein. Hier wird der Kaufprozess eingeleitet, darum konvertieren sie besser, wenn sie auf den **nächsten Schritt** hinweisen und ein **sicheres Gefühl** vermitteln, zu wissen, wie es weitergeht. Was muss man tun, um dein Angebot anzunehmen?

KAUFPROZESS IM CTA

Mit einem kurzen, klaren "Call to Action Button" auf deiner SalesPage zeigst du, wie der Kaufprozess im **nächsten Schritt** weitergeht.

Diese **Vorhersehbarkeit** erhöht die **empfundene Sicherheit**, was eine positive Kaufentscheidung begünstigt.

Der Kaufprozess ist Teil der Kaufentscheidung und dein CTA ist die Einladung, diesen Kaufprozess jetzt zu starten.



Do:

- Verwende **konsequent** den **gleichen CTA** auf der **gesamten Seite**, um Verwirrung zu vermeiden, ob es bei einem anders lautenden CTA vielleicht zu einem anderen Link geht.
- Verwende **klare, einfache Worte**: "JETZT KAUFEN", "JETZT DOWNLOADEN", "JETZT VORGESPRÄCH VEREINBAREN".

Don't:

- **Lange oder kreative Texte im CTA:**
Das Unterbewusstsein mag nicht denken. Sag klar, was Sache ist und wie es nach dem Klick weitergeht.
- **Zu wenig CTAs auf deiner SalesPage:**
In dem Moment, in dem die Entscheidung für den Kauf deines Angebotes gefallen ist, sollte der nächste CTA nicht lange gesucht werden müssen, um einen Frust-Abbruch zu vermeiden.

VIDEO & BRAINSTORM

Schreib dir hier gerne auf, was du dir aus dem Video zu diesem Punkt für später merken möchtest, und welche weitere Ideen dir bereits gekommen sind:

KAUFPROZESS IM CTA

 **BRAINSTORM: Welche anderen Ideen hast du, um die Gefühle "einfach" und "sicher" bzgl des Kaufprozesses zu vermitteln?**

Ideen + Notizen

**WENN DEIN ANGEBOT
ANDEREN MENSCHEN
WIRKLICH HILFT, IST ES
"UNTERLASSENE
HILFELEISTUNG",
NICHT ZU VERKAUFEN.**

Stephie Hauk

CHECKLISTE

Zum Abschluss sind hier nochmal alle 5 "Conversion Hacks" für dich auf einen Blick. Leg sie einfach neben deine SalesPage und hake sie ab, sobald sie optimiert sind.

ZWEITEN LESEWEG EINBAUEN

Hebe wenige Schlüsselwörter optisch hervor, so dass sie in´s Auge springen, selbst wenn der Text gar nicht gelesen wird. So machst du nicht nur das Lesen angenehmer und damit wahrscheinlicher, sondern auch beim Überfliegen neugierig auf mehr von deinem Inhalt.

KONKRETES ANGEBOTSVERSPRECHEN IM HEADER

Auf den ersten Blick sollte im obersten Teil deiner SalesPage klar werden, welchen Vorteil dein Angebot deiner Zielgruppe bringt. Inwiefern wird das Leben durch dein Angebot ganz konkret besser?

BEZAHLSSYMBOLS OPTISCH DARSTELLEN

Baue Trust-Symbole in Form der Logos der großer Zahlungsanbieter ein, mit denen deine Kund:innen bei dir sicher bezahlen können.

TESTIMONIAL DIREKT NACH PREISNENNUNG

Dein stärkstes Testimonial solltest du direkt nach dem Preis platzieren. Es geht idealer Weise inhaltlich darauf ein, wie sehr sich der Kauf bei dir "gelohnt" hat.

CTA ZEIGT NÄCHSTEN SCHRITT IM KAUFPROZESS

Der CTA ist kurz, klar, verwendet einfache Worte und zeigt, was als nächstes im Kaufprozess passiert.

66

JURENKA JURK

Ich habe bereits in mehreren Launches meine "Das wäre Wahnsinn, ist aber utopisch"-Ziele noch weit übertroffen!



WEITERE GENIALE INHALTE KOSTENLOS:



Du bist ab jetzt kostenlos mit dabei.

Bequem in deine Inbox:

"Copy-Club" ist der Name meines **Newsletters**, der so viel mehr ist, als nur das:
Monatlich gebe ich **kostenlose Veranstaltungen** nur für meine Abonnent:innen
und es gibt **Preisvorteile, Boni** und sogar **Angebote**, die der Öffentlichkeit gar nicht
zugänglich sind.

Außerdem kannst du mir jederzeit **deine Fragen** einschicken, die ich dann in einer
der nächsten Emails für Alle **beantworte**.

Herzlich Willkommen im Copy-Club!



MEINE BEST-SELLER:

(mit individueller Beratung für dich)



EINZELBERATUNG

Wahlweise **eine Woche** Intensiv-Optimierung oder **vier Wochen** umfassender "**Verkaufskraft-Booster**" für deine unwiderstehlichen Kaufangebote. Mit täglicher 1:1-Beratung zu menschlichen Texten mit starker Verkaufswirkung.

[MEHR DAZU](#)



VIDEO-FEEDBACK

Die schnelle Lösung für die Seiten-Optimierung zwischendurch:
Ich zeig dir die **Schwachstellen** deiner SalesPage und gebe dir individuellen Rat zur konkreten **Verbesserung** deiner Verkaufsergebnisse.

[MEHR DAZU](#)



ONLINEKURS MIT BERATUNG

Verkaufssteigernde **Psychologie**- und **Copywriting**-Methoden für all deine Online-Texte, um die "Conversion Rate" deiner Angebote deutlich zu erhöhen und dir so **mehr Umsätze** und Freiheit ins Business zu bringen.

[MEHR DAZU](#)

Testimonials

Kundenstimmen



Anja Staubli

Unsere gemeinsam erstellte SalesPage hat großartig konvertiert, ich hatte einen irrsinnig guten Launch!



Dr. Simone Weissenbach

Meine eigene Botschaft ist noch sehr viel klarer geworden. Das kann ich jetzt nicht nur in Texten, sondern auch in Gesprächen ausdrücken!



Funnel Fox

Stephies Begleitung bei unserer Salespage war wirklich GOLD wert. Mit ihr an unserer Seite ging das Texten plötzlich ganz einfach und schnell.



Fidan Güntürkün

Meine Texte sind nicht von der Stange, sondern sie sprechen genau meine Zielgruppe an. Meine Verkäufe und Anmeldungen gingen hoch.

BEST-SELLER:
Onlinekurs mit Beratung



Petra Trautwein:

Die psychologische Herangehensweise hat mich total überzeugt. Super erklärte **Schritt-für Schritt Videos**, z.B. wie die Zielgruppen ausschauen, wer welche Wörter braucht, etc. Und dann noch spitz auf den Punkt gebrachtes **Feedback** zur eigenen Seite - es war einfach großartig!

KOMM IN DIESES HAMMER-ONLINE-PROGRAMM!

Egal ob **SalesPages**, **Verkaufsemails** oder **Werbeanzeigen**:

Nach den umfangreichen **9 Modulen** bleibt keine Frage mehr offen und du beherrscht es wie ein **Profi**, nicht nur leicht und natürlich online zu **verkaufen** (egal ob im **Webinar**, **Verkaufsgespräch** oder auf deiner **SalesPage**), sondern du schreibst auch deine **Verkaufstexte** auf eine authentische und natürliche Art, mit starker **Verkaufswirkung**. Damit deine **Verkäufe** richtig nach oben schnellen, und dein **Business** noch **leichter** wird.

ZUM PROGRAMM

MEIN UNGEWÖHNLICHES DOPPEL-LEBEN:



WENN ICH NICHT GERADE ONLINE MIT MEINEN KUNDINNEN
IHRE CONVERSION RATE OPTIMIERE ...

DANN KOCH E ICH IM AUSTRALISCHEN OUTBACK AUF EINER RIESIGEN "RANCH" FÜR DIE
DORT ANGESTELLTEN COWBOYS & -GIRLS. MEIN BUSINESS BETREIBE ICH NUR TEILZEIT.
DAS KOCHEN IM BUSCH IST MEINE WAHRE LEIDENSCHAFT.



Das aber nur am Rande, damit du mich
jetzt auch privat etwas besser kennst.

DANKE!

Ich freu mich sehr, dass du dir die Zeit genommen hast, um dein wundervolles Angebot, das SOOOO vielen Menschen das Leben erleichtern und verschönern wird, ab jetzt **leichter zu verkaufen**.

So können noch mehr Kund:innen ihr Leben dank dir verbessern!

Diese 5 Hacks waren nur ein KLEINER Auszug aus den vielseitigen Möglichkeiten der Verkaufsoptimierung deiner Online-Texte.

Solltest du es für eine gute Idee halten, demnächst deinen Onlinetexten und Kauf-Angeboten noch viel **mehr Verkaufswirkung** zu geben, und zwar auf eine einfühlsame und authentische Art (die aber auch WIRKLICH was bringt), dann melde dich gerne jederzeit bei mir, und wir **drehen deine Verkaufszahlen** gemeinsam **nach oben**.

Ich freu mich sehr, dich und dein Business bald (virtuell) kennenzulernen.

Stephie
HAUK

EXPERTIN FÜR DIE ERHÖHUNG DER VERKAUFZAHLEN
DURCH VERKAUFS-TEXTE UND STARKE ONLINE-ANGEBOTE

LASS UNS IN KONTAKT BLEIBEN:

[INSTAGRAM](#)

[FACEBOOK](#)

[XING](#)

[LINKEDIN](#)

WWW.STEPHIE-HAUK.COM

COPYRIGHT

Urheberrechtshinweis

© Copyright 2022 - Stephie Hauk

Alle Inhalte dieses Werkes, insbesondere Texte, Fotografien und Grafiken, sind urheberrechtlich geschützt.

Das Urheberrecht liegt, soweit nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, bei
Stephie Hauk.

Die - auch auszugsweise - Verwendung der Inhalte dieses Werkes kann nur nach meiner vorherigen schriftlichen Zustimmung erfolgen.

Alle Rechte, einschließlich der Vervielfältigung, Veröffentlichung, Bearbeitung und Übersetzung bleiben vorbehalten.

Ich weise darauf hin, dass derjenige, der gegen das Urheberrecht verstößt,

indem er oder sie z.B. Bilder oder Texte unerlaubt kopiert, sich gem. §§ 106 ff UrhG

strafbar macht und zudem gem.

§§ 97 f UrhG **kostenpflichtig abgemahnt** wird und **Schadensersatz** leisten muss.

The image shows a stylized, handwritten signature in black ink. The signature reads 'Stephie' in a cursive script, with 'HAUK' written in a bold, sans-serif font directly beneath it.