

WORKBOOK

Die Psychologie der Kaufabsichten

Dein Leitfaden zu
verkaufsstarken Website-Inhalten



✨ Das Geheimnis verkaufstarker Texte

Es gibt bewährte Gründe, warum Menschen kaufen. Aber die meisten Unternehmer/innen erklären in ihren Texten häufig nur, warum ihre Leistung gut ist, ohne dabei die Sicht des Kunden in den Vordergrund zu stellen. Das Ergebnis? Die Texte verfehlen ihre Wirkung. Denn ist es bewiesen, dass die meisten Kunden sich beim Lesen zuerst fragen "Wie löst diese Leistung mein Problem? *What's in it for me?*" und wenn dein Text diese Fragen nicht beantwortet, bringt er nichts.

Wie wäre es, wenn du deine Zielgruppe(n) gezielt und wirksam ansprichst, weil du ihre Probleme versteht und auf ihre Bedürfnisse eingehst. Wenn sie endlich verstehen, welchen Wert ihnen deine Leistung bringt. Dieses Workbook hilft dir genau, das zu erreichen!

Erkenne, warum Menschen bei dir kaufen

Es reicht nicht, nur zu wissen, warum Menschen allgemein etwas kaufen. Viel entscheidender ist es, zu verstehen, warum sie sich ausgerechnet für dich entscheiden.

Wahrscheinlich findest du es herausfordernd, die richtigen Worte für deine Website oder dein Marketing zu finden. Das geht vielen so. Am Ende dieses Workbooks wirst du dieses Problem nicht mehr haben. Wenn du dir die Zeit nimmst, über deine potenziellen Kunden nachzudenken, entdeckst du, wie du deine Angebote überzeugend und ansprechend präsentieren kannst. Und genau das sorgt dafür, dass deine Inhalte funktionieren. Es hilft dir, dein Angebot klarer zu sehen und wirksam nach außen zu kommunizieren.

Jetzt ist der perfekte Moment, um deine Website-Texte auf den Punkt zu bringen und deine Zielgruppe so anzusprechen, dass sie sich wirklich verstanden fühlt. Dieser Ratgeber ist mehr als nur eine Anleitung – er ist dein Begleiter auf dem Weg zu einer professionellen und leistungsstarken Website. Let's go!

So nutzt du dieses Workbook effektiv

Um deine Websitetexte aber auch deine gesamten (Werbe-)Texte in eine erfolgreiche Marketingstrategie zu integrieren, muss deine Botschaft deutlich und authentisch sein. Der Schlüssel liegt darin, zu verstehen, **warum ein potenzieller Kunde zu einem zahlenden Kunden wird** (und warum gerade nicht!). So kannst du Kunden zu Beginn bei ihrer Herausforderung abholen und sie zum gewünschten Ziel bringen: ein perfekter Kundenprozess.

In diesem Workbook findest du Fragen, mit denen du **mehr Klarheit über die Motivation deiner Kunden, deren Herausforderungen und Ziele** erhältst. Du findest weiter unten die 10 Gründe, warum Menschen kaufen und erarbeitest dir im Anschluss, wie und ob diese Motivationen auf deine Leistung und deine Produkte zutreffen. Daraus kannst du Inhalte erstellen, die wirklich einschlagen. Nimm dir für die einzelnen Fragen Zeit und versuche, mehr als nur die ersten und offensichtlichsten Antworten aufzuschreiben.

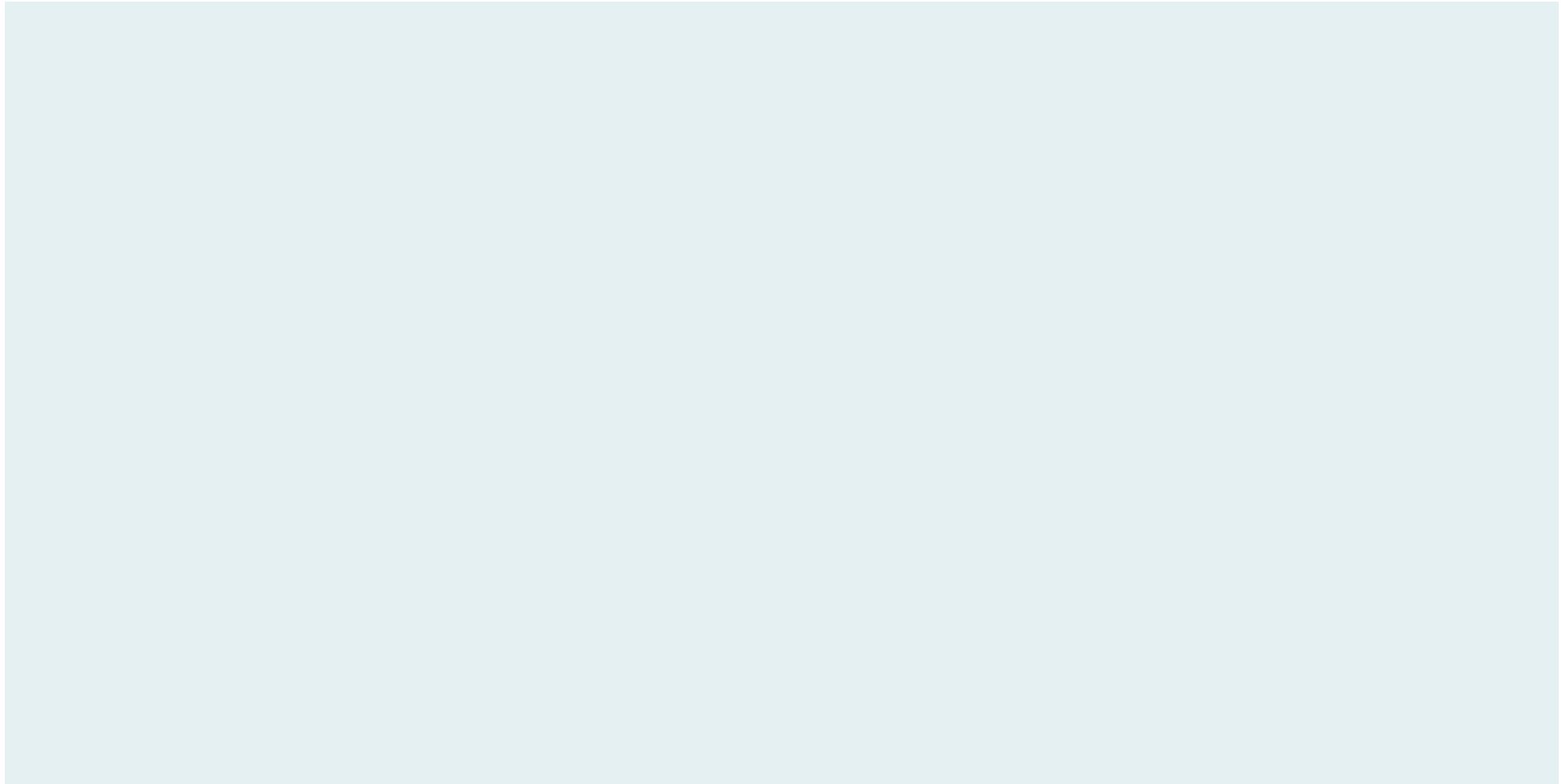
Bezieh dich am besten jeweils nur auf eine Zielgruppe. Wenn du mehrere Kundengruppen bedienst, schreibe jeweils unterschiedliche Antworten für jede Zielgruppe auf.

Keine deiner Antworten ist falsch oder zu simpel. Du suchst dir am Ende ohnehin nur einige Kaufabsichten heraus. Versuche daher beim Brainstorming wirklich kreativ und nicht zu kritisch zu sein. Dieser Prozess wird deine Inhalte am Ende deutlich verbessern und dir viel Zeit sparen. Es lohnt sich!

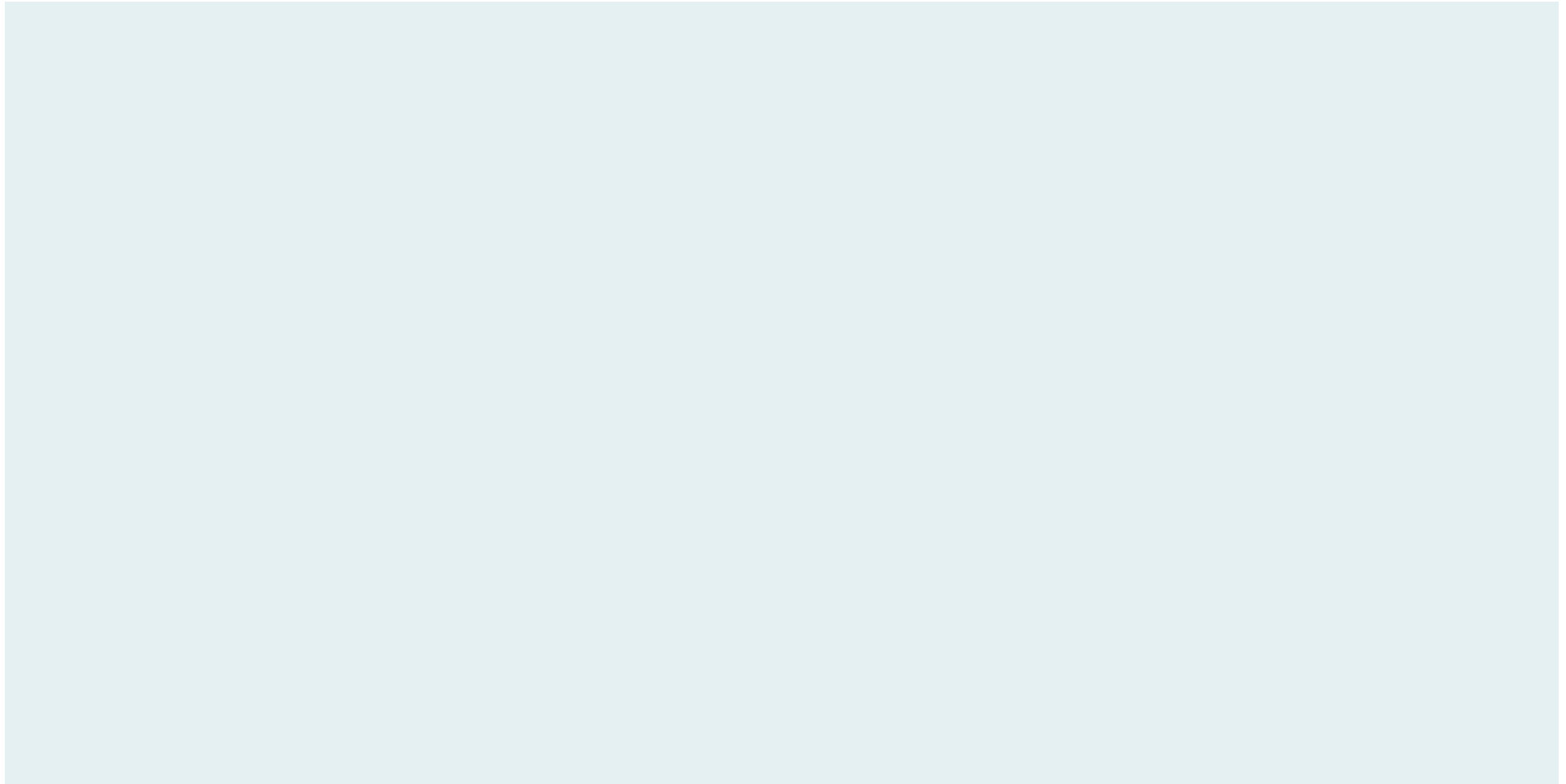
10 Gründe, warum Menschen etwas kaufen:

- Zeit sparen
- Geld sparen
- Aufwand oder Anstrengung vermeiden
- Schmerzen loswerden oder vermeiden
- Mehr Komfort
- Mehr Gesundheit
- Geld verdienen
- Anerkennung erhalten
- Sich geliebt fühlen
- Den sozialen Status verbessern

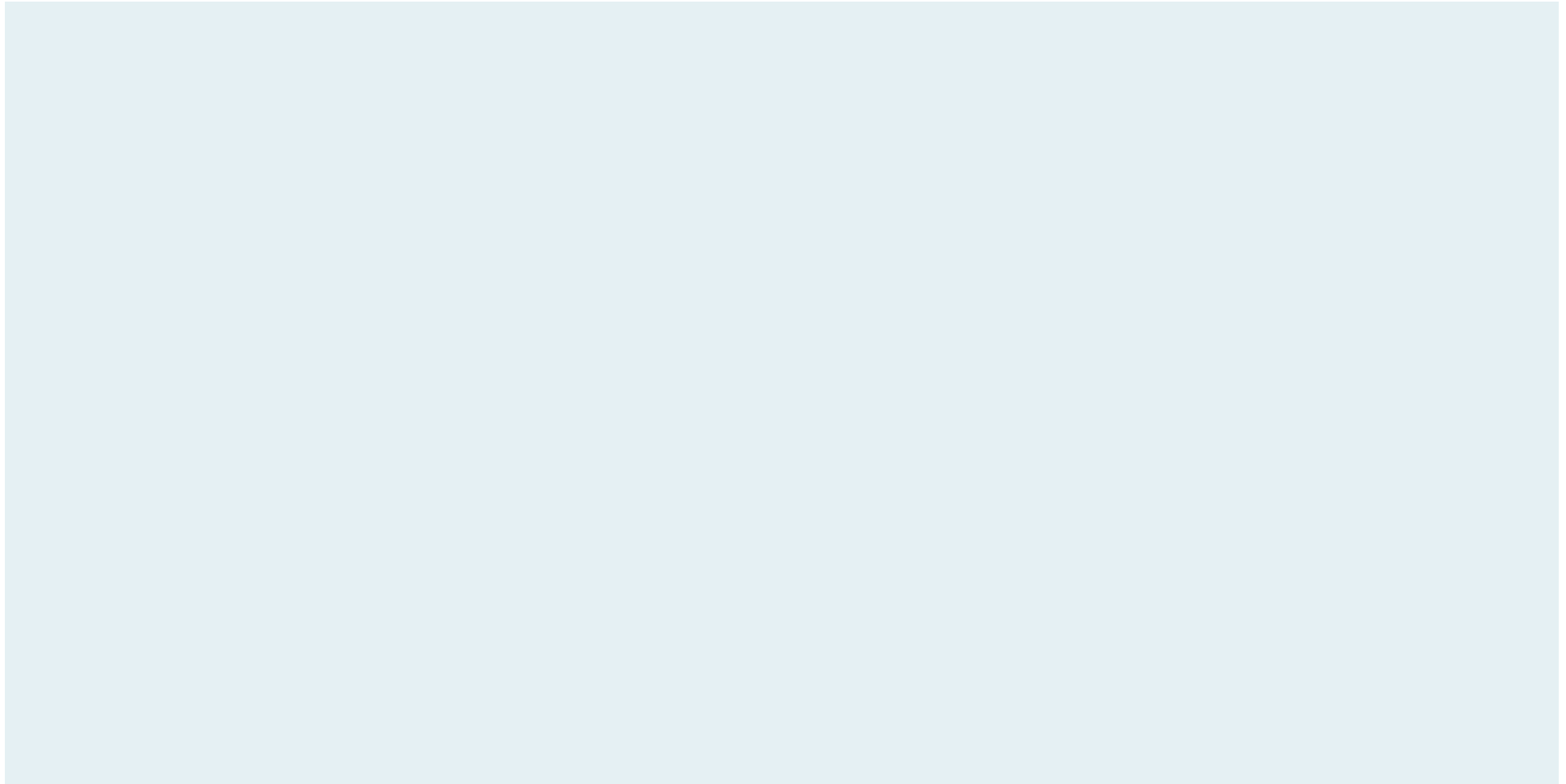
1. Wie viel Zeit sparen meine Kunden mit meiner Leistung und was könnten sie mit dieser Zeit stattdessen tun?



2. Wodurch spart meine Leistung / mein Produkt meinen Kunden in den nächsten Wochen, Monaten und Jahren Geld?



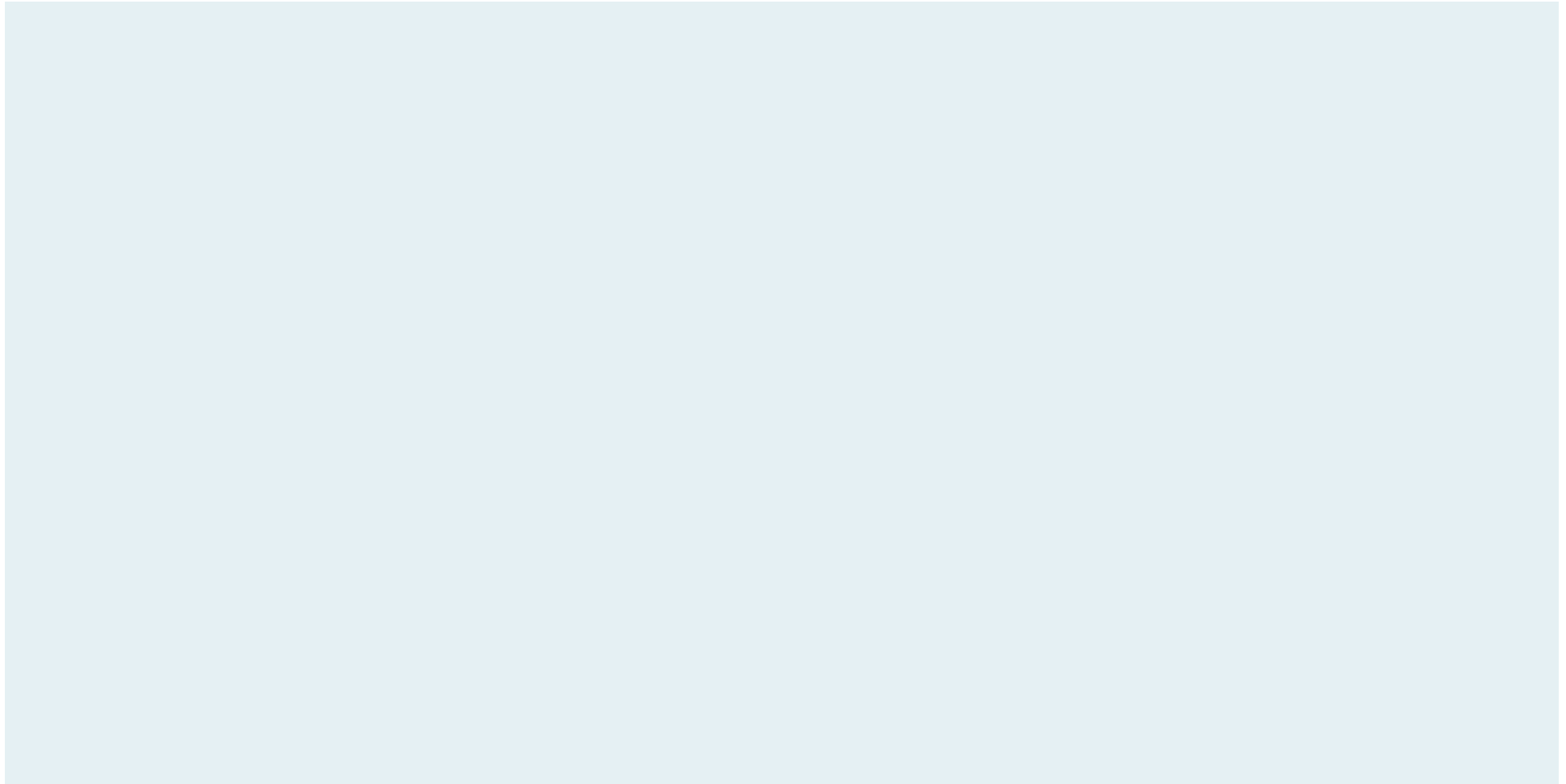
3. Welchen Aufwand vermeiden sie, wenn sie mit mir zusammenarbeiten oder mein Produkt kaufen?



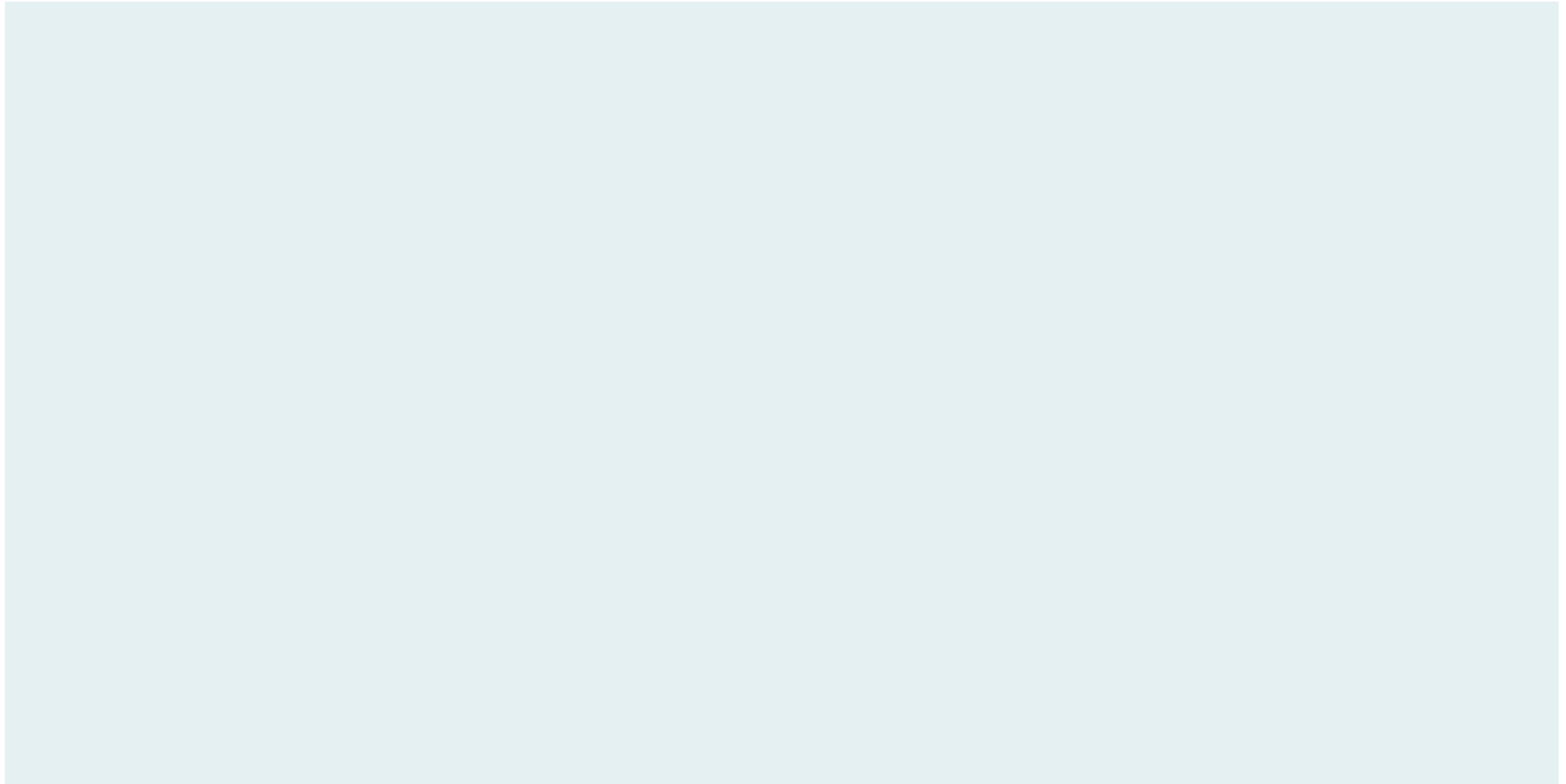
4. Welchen Schmerz (mental oder physisch) nehme ich ihnen mit meiner Leistung und wie wirkt sich dies auf ihr Leben aus?

A large, empty light blue rectangular area intended for a response.

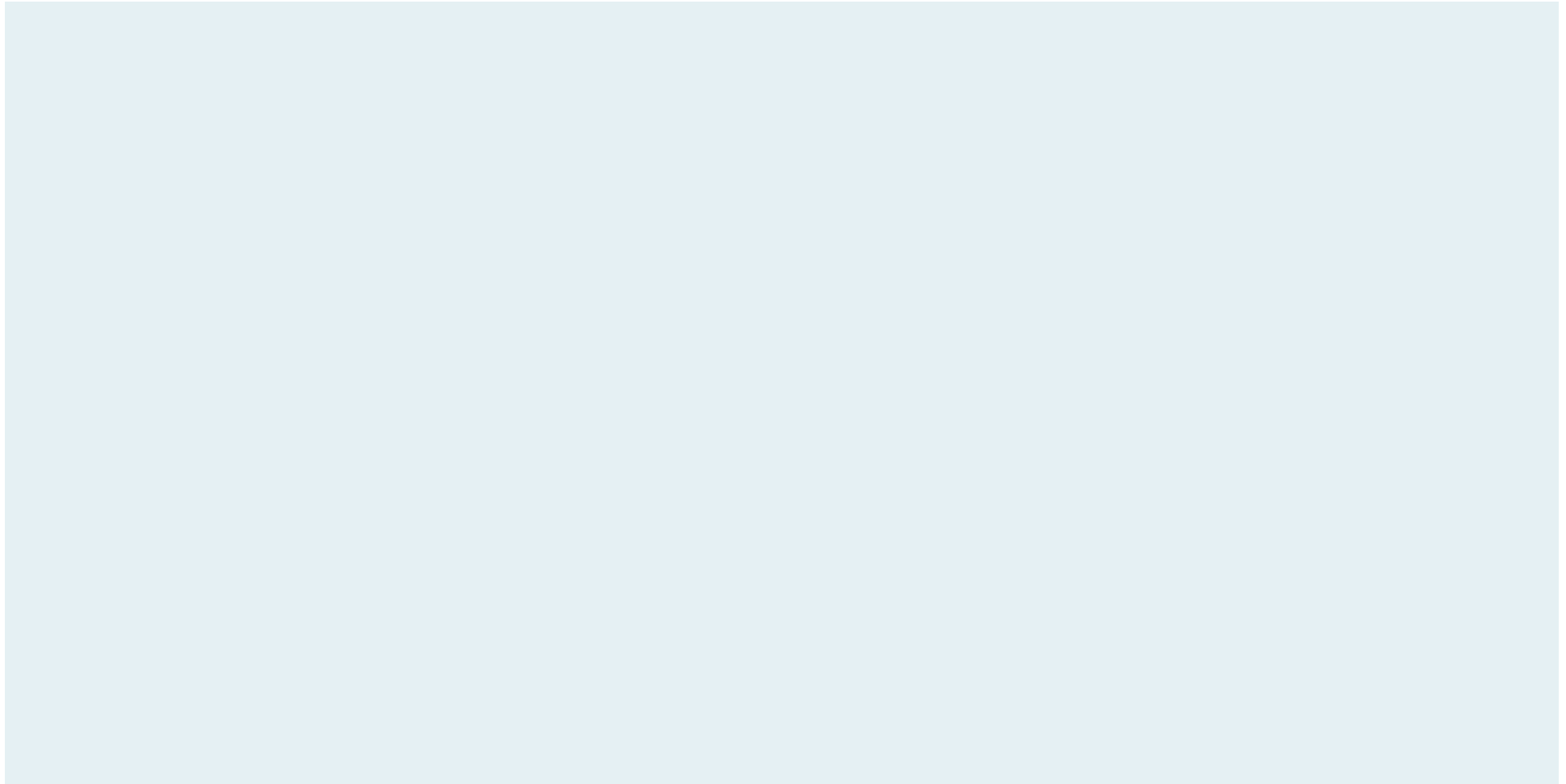
5. Wie erhalten sie durch meinen Service oder mein Produkt mehr Komfort?



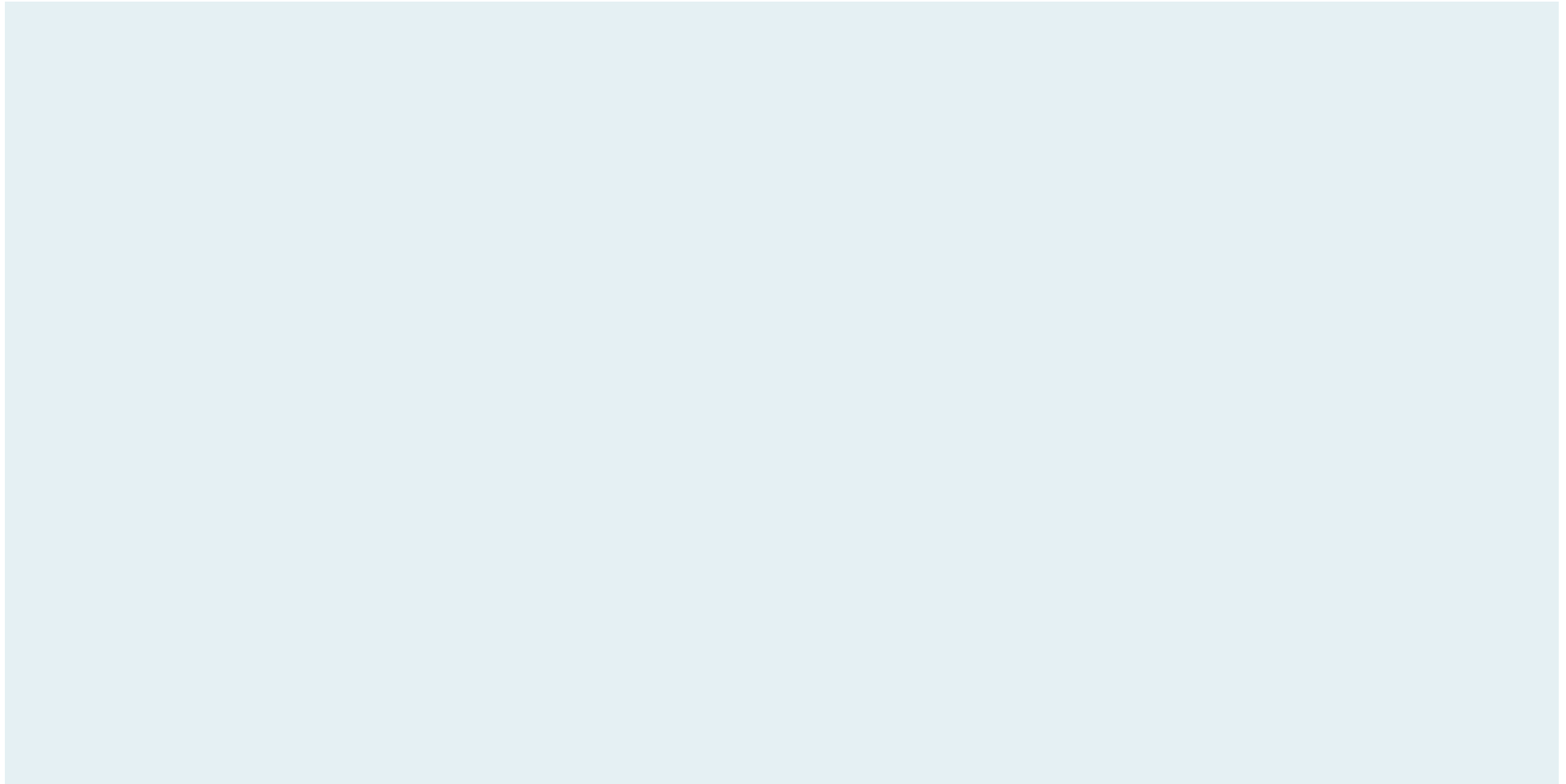
6. Wie fördert meine Leistung die Gesundheit meiner Kunden oder das Gefühl der Gesundheit?



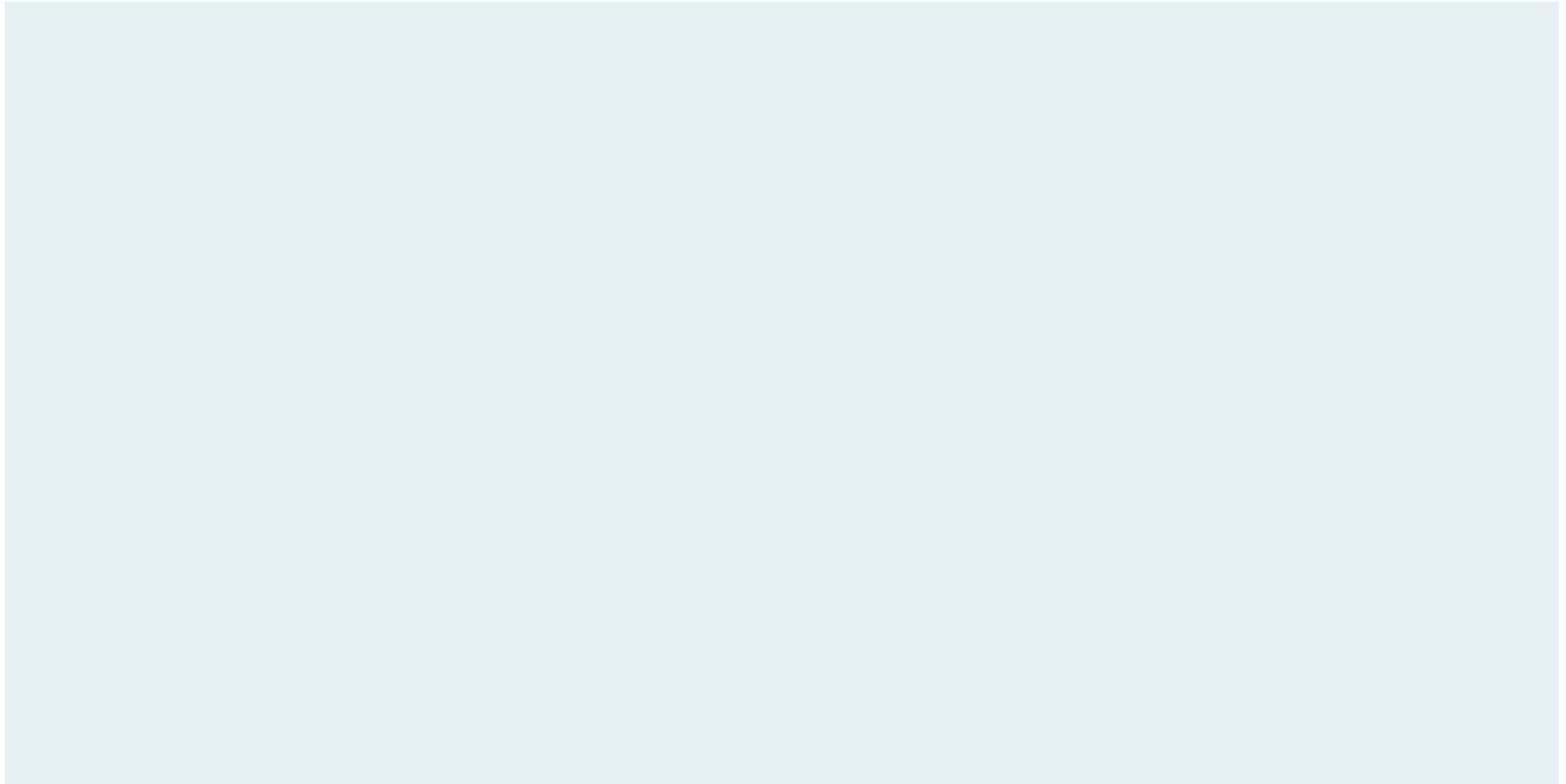
7. Wie und wodurch hilft meine Leistung Kunden, Geld zu verdienen?



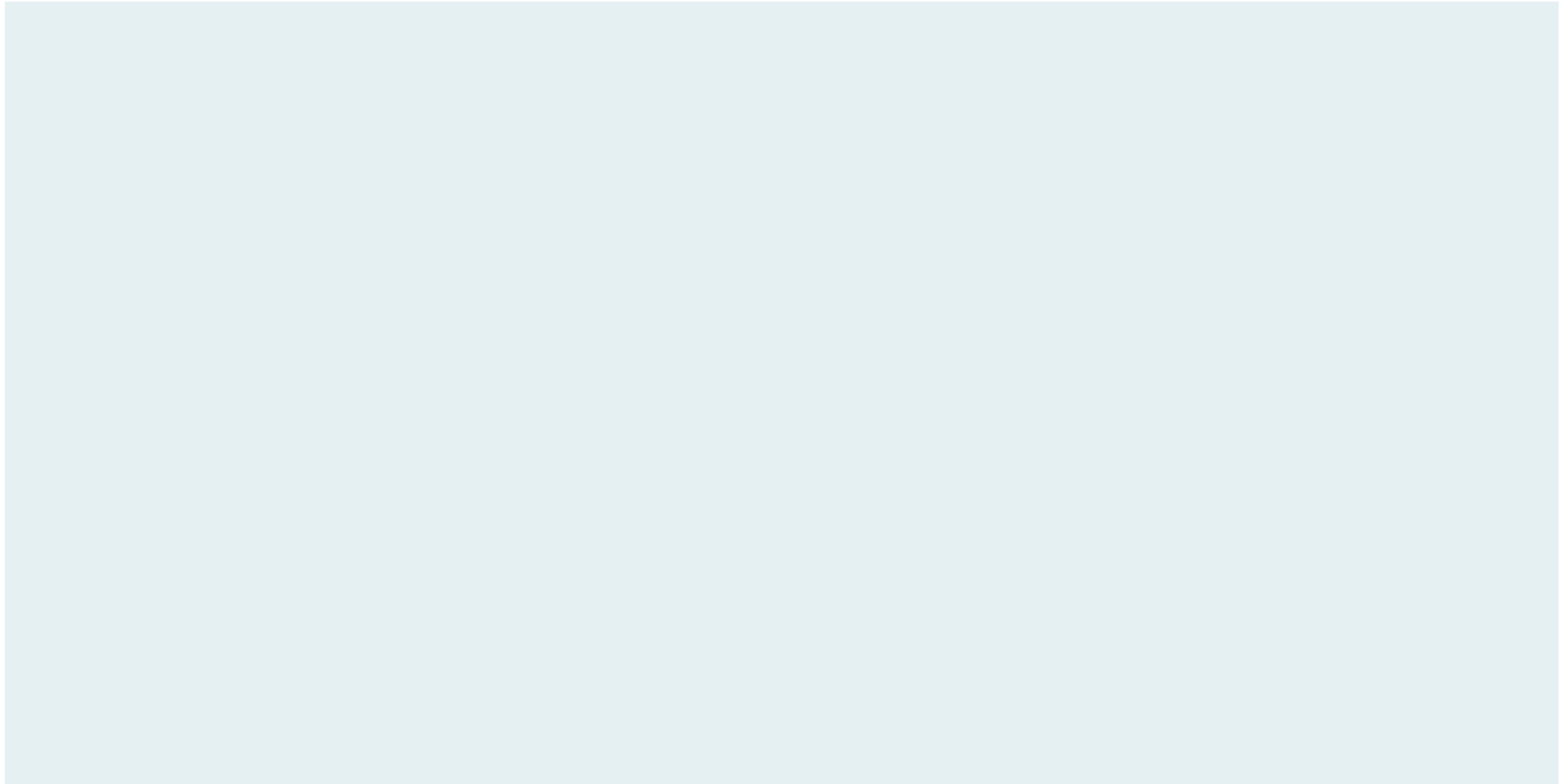
8. Was erreichen meine Kunden durch meine Leistung, das ihnen mehr Anerkennung bringt?



9. Wie schafft es meine Leistung, dass meine Kunden sich privat oder beruflich beliebter und stärker gemocht fühlen?



10. Wie erreichen sie durch meine Leistung einen höheren sozialen Status und werden insgesamt beliebter?



Und jetzt?

Du hast es geschafft! Und fragst dich jetzt vielleicht: Was mache ich mit den Antworten? Ganz einfach.

Such dir die für deine Leistung stärksten Motivationen heraus und überlege dir auch, mit welchen Kunden du in der Vergangenheit gut zusammengearbeitet hast. Die für dich wichtigsten Motivationen kannst du jetzt für deine Angebote, Werbetexte, Überschriften, Social Media Posts oder Verkaufsgespräche nutzen und potenzielle Kunden direkt adressieren.

Kundenerfahrungen, Erfolgsstories und persönliche Geschichten, alle Inhalte können die Emotionen deiner Zielkunden aufgreifen und ihnen so zeigen, dass du sie verstehst. Das baut nicht nur eine direkte Verbindung zu deinen idealen Kunden auf, sondern hilft dir langfristig auch, dein Geschäft weiterzuentwickeln und zu wachsen.

Setz deine neuen Verkaufstexte auf einer neuen Website zielgerichtet ein

Eine gute Website versprüht deine Botschaft auf allen Seiten. Wenn du dir im Klaren darüber bist, *was deine Kunden suchen und brauchen*, können wir daraus die perfekte Seite entwickeln!

[MEHR ÜBER WEBDESIGN](#)

