

10 VERKAUFSSZENARIEN FÜR DEINE STORIES



Hey, ich bin Volha – Social Media Expertin und kreative Videomacherin.

Seit 2013 bewege ich mich in der Welt von Social Media und habe in dieser Zeit unzählige Trends, Veränderungen und Herausforderungen miterlebt.

All das hat mir gezeigt: Erfolg entsteht nicht durch Lautstärke, sondern durch Bedeutung.

Heute helfe ich Menschen dabei, ihre Marke online sichtbar zu machen – nicht über Druck oder Strategien von außen, sondern über echte Wirkung, Emotion und Kreativität.

In diesem Guide zeige ich dir 10 Verkaufsszenarien, die deine Stories so aufbauen, dass sie verkaufen, ohne zu verkaufen – authentisch, emotional und effektiv.

Und keine Sorge: Das hier sind keine generischen KI-Vorschläge, sondern praxiserprobte Szenarien, die wirklich funktionieren – weil sie auf Storytelling, Gefühl und psychologischer Wirkung basieren.

Also: Lass uns starten. 🌱

1

KLASSISCHE FORMEL

Das ist die universellste Formel, die leicht an jedes Produkt, jede Ware oder Dienstleistung angepasst werden kann.

Hier und weiter im Dokument habe ich die Szenarien in einer tabellarischen Form dargestellt, mit genauer Beschreibung, was in jedem Schritt passiert und habe auch konkrete Beispiele genannt, die du einfach für deine Nische übernehmen kannst.

Übrigens, mit dieser Formel lassen sich großartige Reels erstellen! Sie eignet sich auch für Werbung.

Schritt	Beschreibung des Schrittes	Was du tun musst	Konkrete Beispiele
1	Problem identifizieren	Beschreibe das existierende Problem, das dein Produkt lösen kann.	Menschen, die es nicht schaffen, Gewicht zu verlieren, obwohl sie regelmäßig trainieren.
2	Problem bleibt ungelöst	Erkläre, warum bisherige Lösungen das Problem nicht lösen konnten.	Viele Menschen trainieren intensiv und halten Diäten, aber sie sehen keine Fortschritte auf der Waage.
3	Lösung anbieten	Zeige auf, dass es eine Lösung gibt, die das Problem behebt.	Dein maßgeschneiderter Trainingsplan hilft dabei, in kurzer Zeit sichtbare Ergebnisse zu erzielen.
4	Leben ohne Problem darstellen	Beschreibe, wie das Leben aussehen wird, wenn das Problem gelöst ist.	Du wirst dich großartig fühlen, wenn du endlich deine Wunschfigur erreichst und vor Energie strotzt.
5	Produktlösung präsentieren	Erkläre, warum dein Produkt das Problem löst.	Mit deinem personalisierten Trainings- und Ernährungsplan verlierst du in 4 Wochen bis zu 5 kg.
6	Aufruf zum Kauf	Erkläre, wie man das Produkt kaufen kann, und füge verkaufsfördernde Elemente hinzu.	Melde dich jetzt an und erhalte einen Rabatt auf dein erstes Coaching. Bewertungen und Ergebnisse findest du auf deiner Website.

2

ÜBER MICH

Dies ist die verkaufsorientierte Version, in der wir deine Erfahrung und Expertise hervorheben. Solche Storys solltest du unbedingt in den Highlights speichern.

Schritt	Beschreibung des Schrittes	Was du tun musst	Konkrete Beispiele
1	Zielgruppe ansprechen	Gib in der ersten Story an, für wen diese Storys von Interesse sind.	Wenn du mit unreiner Haut kämpfst oder deinen Hautzustand verbessern möchtest, dann ist diese Story für dich.
2	Verständnis der Probleme zeigen	Zeige, dass du die Probleme der Zielgruppe verstehst.	Wenn du viele Produkte ausprobiert hast, aber deine Haut immer noch zu Akne neigt oder zu trocken ist, dann lass uns darüber sprechen.
3	Eigene Erfahrung darlegen	Beginne mit einer kurzen Aufzählung deiner Erfolge.	Ich heiße Laura und helfe seit 5 Jahren Menschen, ihre Haut durch gezielte Pflege und Beratung zu verbessern. Ich habe bereits über 500 zufriedene Kunden in ganz Deutschland beraten.
4	Dein Alleinstellungsmerkmal (USP) zeigen	Zeige, was dich von anderen unterscheidet.	Ich analysiere deinen Hauttyp und erstelle einen individuellen Pflegeplan, der speziell auf deine Bedürfnisse abgestimmt ist – keine Massenprodukte.
5	USP genauer erklären	Erkläre das Alleinstellungsmerkmal etwas detaillierter.	Ich arbeite mit dermatologisch geprüften Produkten und erstelle einen Plan, der dir bereits in 4 Wochen sichtbare Ergebnisse liefert. Solltest du keine Verbesserung sehen, bekommst du 100 % deines Geldes zurück.
6	USP mit Bewertungen untermauern	Untermauere dein Alleinstellungsmerkmal mit Kundenbewertungen.	Meine Arbeit hat vielen geholfen. Hier sind Screenshots mit Vorher-Nachher-Bildern meiner Kunden, die ihre Hautprobleme gelöst haben.
7	Wichtige Einwände behandeln	Wähle einen gängigen Einwand und bearbeite ihn.	Ein häufiger Einwand ist: „Was, wenn ich allergisch auf die Produkte reagiere?“ Erkläre, dass alle Produkte vorher auf Verträglichkeit getestet werden und es alternative Optionen gibt.
8	Vorteile deines Produkts/Service erläutern	Beginne, die Vorteile deines Produkts oder deiner Dienstleistung zu erklären und welche Ergebnisse zu erwarten sind.	Ein individueller Pflegeplan führt bereits nach 4 Wochen zu strahlenderer Haut und weniger Unreinheiten.

2

ÜBER MICH

Schritt	Beschreibung des Schrittes	Was du tun musst	Konkrete Beispiele
9	Soziale Bestätigung hinzufügen	Verwende Bewertungen oder Fallstudien, um soziale Beweise zu liefern.	Hier sind einige Vorher-Nachher-Fotos und Testimonials von Kunden, die dank meiner Beratung zu einer gesunden Haut gefunden haben.
10	Starke Handlungsaufforderung	Abschließend: starker Aufruf zum Handeln.	Bist du bereit für deine neue Haut? Dann buche jetzt deine persönliche Hautberatung und starte deine Reise zu einem frischen, strahlenden Teint!

3

PROBLEME DER ZIELGRUPPE

Dieses Szenario ist ziemlich lang, man kann es ruhig auf mehrere Tage verteilen. Nach den Fragen sollte man auf jeden Fall eine Pause machen, damit mehr Leute die Zeit haben, die Fragen zu sehen und zu beantworten.

Schritt	Beschreibung des Schrittes	Was du tun musst	Konkrete Beispiele
1	Aktivität mit einer emotionalen Geschichte steigern	Emotionale Geschichte erzählen, wie du bei einem Kauf eines Produkts oder einer Dienstleistung enttäuscht wurdest.	Du kaufst ein teures Hautpflegeprodukt, das verspricht, deine Haut innerhalb von 2 Wochen zu verbessern, aber es passiert nichts.
		Zum Beispiel, du hast nicht das erwartete Ergebnis erhalten, das Resultat war schlecht usw.	Ein Fitnesstrainer hat dir einen Trainingsplan verkauft, aber du hast nach einem Monat keine Ergebnisse gesehen.
		Am Ende unbedingt den Followern vorschlagen, ihre eigene Geschichte zu teilen.	Teilt eure Erfahrungen, wenn ihr auch schon einmal so enttäuscht wurdet!
2	Einen Dialog mit der Zielgruppe aufbauen	Mit Erlaubnis des Autors die Geschichte teilen (Screenshot)	Teile den Screenshot einer Follower-Geschichte, in der sie von einem misslungenen Online-Kauf erzählen.
		und Kommentare hinzufügen	Was hättest du in so einer Situation gefühlt? Was hättet ihr an ihrer Stelle getan?

3

PROBLEME DER ZIELGRUPPE

Schritt	Beschreibung des Schrittes	Was du tun musst	Konkrete Beispiele
3	Befrage deine Follower und finde ihre Probleme heraus	Schreibe, dass laut den Nachrichten viele Leute von einem Kauf enttäuscht waren.	Viele Menschen haben das Gefühl, Geld verschwendet zu haben, ohne ein gutes Produkt oder Dienstleistung zu erhalten.
		Zum Beispiel, das Ergebnis entsprach nicht den Erwartungen, schlechte Qualität usw.	Ein Abonnement für ein Online-Fitnessstudio hat nicht die versprochenen Ergebnisse geliefert.
		Dann frage, ob deine Follower irgendwelche Zweifel oder Unsicherheiten in Bezug auf deine Nische haben.	Habt ihr auch schon einmal gezweifelt, ob ein Dienstleister in meiner Branche wirklich das hält, was er verspricht?
4	Zeige, dass man mit dir keine Angst haben muss	Teile die Antworten der Follower und füge deine Kommentare hinzu.	Ein Follower erzählt von einem schlechten Kauf, und du erklärst, warum dies bei deinen Produkten oder Dienstleistungen nicht passieren würde.
		Erkläre, warum man sich bei dir keine Sorgen machen muss.	Bei mir gibt es eine Zufriedenheitsgarantie: Wenn du keine Ergebnisse siehst, bekommst du dein Geld zurück.
		Gib ein paar Tipps, wie man unprofessionelle Dienstleister vermeiden kann:	Achte darauf, dass der Dienstleister Zertifikate hat und positive Kundenbewertungen vorweisen kann.
		Worauf sollte man bei der Auswahl achten? Wo findet man hochwertige Produkte oder Dienstleistungen?	Du kannst nach Referenzen fragen oder dir Erfahrungsberichte durchlesen, bevor du eine Entscheidung triffst.
5	Die Schmerzen der Zielgruppe weiter erforschen	Frage deine Follower, was ihnen am wichtigsten bei der Auswahl eines Produkts oder einer Dienstleistung ist.	Ist für euch der Preis, die Erfahrung oder die Bewertungen wichtiger, wenn ihr einen Trainer auswählt?
		Zum Beispiel, wenn du ein Fitnesstrainer bist: Wie wichtig ist der Preis? Achten sie auf das Geschlecht, das Alter, die Erfahrung oder die Bewertungen?	Ein Follower antwortet, dass für ihn die Erfahrung eines Trainers wichtiger ist als der Preis.

3

PROBLEME DER ZIELGRUPPE

Schritt	Beschreibung des Schrittes	Was du tun musst	Konkrete Beispiele
6	Frage Kunden, die dein Produkt oder deine Dienstleistung gekauft haben	Bedanke dich bei allen für ihre Aktivität.	Vielen Dank an alle, die bisher geantwortet haben.
		Bitte diejenigen, die dein Produkt oder deine Dienstleistung gekauft haben, zu schreiben, warum sie dich gewählt haben und ob sie zufrieden sind.	Warum habt ihr euch für mich entschieden und wie zufrieden seid ihr mit den Ergebnissen?

Dieses Szenario ist ziemlich lang, man kann es ruhig auf mehrere Tage verteilen. Nach den Fragen sollte man auf jeden Fall eine Pause machen, damit mehr Leute die Zeit haben, die Fragen zu sehen und zu beantworten.

Schritt	Beschreibung des Schrittes	Was du tun musst	Konkrete Beispiele
1	Aufmerksamkeit durch die Schmerzen der Zielgruppe wecken	Führe eine Umfrage in deinen Storys durch und frage deine Follower, welche Ängste sie vor einem Permanent-Make-up haben.	Was bereitet euch Sorgen beim Gedanken an Permanent-Make-up? Habt ihr Angst, dass es zu unnatürlich aussieht? Lasst es mich wissen!
		Wähle die häufigste Antwort, zum Beispiel die Angst vor unnatürlichen Ergebnissen oder einer zu intensiven Farbe, und füge Text hinzu	Viele von euch haben geschrieben, dass sie Angst haben, dass das Ergebnis zu dunkel oder unnatürlich aussehen könnte. Keine Sorge, ich passe alles perfekt an deinen Typ an!
		Zeige ein Bild von misslungenem Permanent-Make-up und füge den Text hinzu	Niemand möchte so enden! Schau dir dieses Beispiel an, wie falsch gemachte Augenbrauen aussehen können – aber bei mir bist du in sicheren Händen!
2	Die Ängste beruhigen und zeigen, dass man mit dir keine Angst haben muss	Erkläre, dass es normal ist, solche Ängste zu haben, und dass du durch deine Erfahrung solche Fehler vermeidest. Beruhige die Follower, indem du erklärst, dass sie bei dir sicher sind.	Keine Sorge, ich habe schon viele Kundinnen glücklich gemacht, die am Anfang dieselben Ängste hatten. Mein Fokus liegt auf natürlichen Ergebnissen, die deine Gesichtszüge betonen.
		Berichte, dass du bereits viele Kundinnen erfolgreich behandelt hast und deine Ergebnisse immer natürlich aussehen.	Anna war so besorgt, dass ihre Augenbrauen zu dunkel werden würden. Aber schau dir das Endergebnis an – natürlich und perfekt zu ihrem Gesicht passend!

Schritt	Beschreibung des Schrittes	Was du tun musst	Konkrete Beispiele
3	Zeige das Leben ohne das Problem	Zeige Vorher-Nachher-Bilder von Kunden und kommentiere die Ergebnisse. Zeige, wie das Permanent-Make-up die natürliche Schönheit unterstreicht, ohne künstlich zu wirken.	Stell dir vor, du wachst jeden Morgen auf und deine Augenbrauen sitzen perfekt, ohne dass du einen Finger krumm machen musst! So sieht es bei meiner Kundin Lena aus – einfach traumhaft, oder?
		Wähle Bilder aus, bei denen klar zu sehen ist, wie die richtige Form und Farbe der Augenbrauen oder Lippen das Gesicht verschönert haben.	Diese neue Augenbrauenform lässt dein Gesicht so frisch und harmonisch wirken. Schau dir mal das Vorher-Nachher-Ergebnis an – eine ganz neue Ausstrahlung!
4	Soziale Bestätigung hinzufügen, das heißt, professionelles Können und Expertise durch Kundenbewertungen und Arbeitsergebnisse bestätigen	Füge Bewertungen hinzu, in denen Kundinnen erzählen, wie zufrieden sie mit dem natürlichen und langanhaltenden Ergebnis deines Permanent-Make-ups sind. Zeige Screenshots von zufriedenen Kundenbewertungen, in denen deine Kundinnen das natürliche Aussehen und die Haltbarkeit deines Permanent-Make-ups loben.	Schaut mal, was meine Kundin Lisa geschrieben hat: „Ich war so nervös, aber jetzt liebe ich meine neuen Augenbrauen! Endlich keine Sorge mehr ums tägliche Schminken.“
5	Aufruf zum Handeln	Fordere deine Follower auf, einen Termin für eine Beratung zu buchen, um herauszufinden, wie sie von einem natürlichen Permanent-Make-up profitieren können.	Du willst auch jeden Morgen perfekt gestylte Augenbrauen? Schreib mir jetzt und buche deine kostenlose Beratung – ich freu mich auf dich!

5

LUSTIGER VORFALL

Wie man eine eigene Fehlergeschichte spannend und unterhaltsam erzählt, um die Aktivität zu steigern.

Schritt	Beschreibung des Schrittes	Was du tun musst	Konkrete Beispiele
1	Aufmerksamkeit durch einen spannenden und neugierweckenden Titel erregen	Nutze einen aufmerksamkeitsstarken Titel, der deine Follower neugierig macht.	Ich kann es kaum glauben, dass mir das wirklich passiert ist! Was für eine verrückte Geschichte...
2	Vorgeschichte, in den Kontext einführen	Erzähle die Vorgeschichte und leite damit das eigentliche Ereignis ein.	Vor drei Jahren war ich auf einer Hochzeit als Make-up-Artistin gebucht. Es war eine wunderschöne Location, und alles war perfekt vorbereitet.
		Gib den Ort und die Situation an, um die Bühne für den Vorfall zu bereiten.	Die Hochzeit war auf einem kleinen Schloss in der Nähe der Stadt. Ich war sehr aufgeregt und wollte sicherstellen, dass alles perfekt läuft.
3	Unangenehmes Ereignis/Fehler	Beschreibe den peinlichen oder unangenehmen Vorfall, der passiert ist.	Als ich ankam, stellte ich fest, dass ich mein wichtigstes Werkzeug – meinen Pinsel – zu Hause vergessen hatte!
		Erkläre die Situation detailliert und was genau schiefgelaufen ist.	Vor mir saß die Braut, und ich merkte plötzlich, dass ich meine wichtigsten Utensilien vergessen hatte. Ein absoluter Albtraum!
4	Emotionen während des Vorfalls	Erzähle, wie du dich in dem Moment gefühlt hast und lass die Follower die Emotionen spüren.	Ich dachte nur: Wie konnte mir das passieren? Mein Herz raste, und ich wusste nicht, wie ich das wieder gutmachen sollte.
		Teile deine inneren Gedanken und Gefühle, um die Spannung zu steigern.	Ich hatte wirklich Panik. Vor allem, weil die Braut mir total vertraut hatte und der große Moment kurz bevorstand.
5	Mach die Story interaktiv	Stelle eine Frage an deine Follower, um ihre Meinung einzuholen oder sie miteinzubeziehen.	Was hättet ihr an meiner Stelle gemacht? Habt ihr schon einmal so etwas Peinliches erlebt?

5

LUSTIGER VORFALL

Schritt	Beschreibung des Schrittes	Was du tun musst	Konkrete Beispiele
6	Erzähle, wie du die Situation gelöst hast	Erkläre, welche Schritte du unternommen hast, um die Situation zu retten.	Zum Glück hatte ich noch eine andere Palette im Auto, und mit viel Kreativität habe ich die Situation gemeistert.
		Erzähle die Schritte, die du unternommen hast, um das Problem zu lösen.	Ich rief meinen Mann an und bat ihn, schnell meine Utensilien zu bringen. In der Zwischenzeit habe ich improvisiert.
7	Glückliches Ende	Erkläre, wie alles am Ende gut ausgegangen ist und das Problem gelöst wurde.	Am Ende sah die Braut wunderschön aus, und niemand merkte, dass fast ein Drama passiert wäre.
		Erzähle, wie die Geschichte ein positives Ende nahm.	Mein Mann kam gerade noch rechtzeitig an, und die Braut war überglücklich mit dem Ergebnis.
8	Fazit, was du gelernt hast	Teile die Lektion oder Erkenntnis, die du aus dieser Situation gezogen hast.	Seitdem habe ich immer eine Checkliste, um sicherzustellen, dass mir so ein Fehler nie wieder passiert.
9	Interaktivität steigern, frage deine Follower	Frage deine Follower nach ähnlichen Erfahrungen, um die Interaktion zu fördern.	Welche lustigen oder peinlichen Situationen sind euch bei der Arbeit passiert? Erzählt mir eure Geschichten, ich bin gespannt!

6

ZEITERSPARNIS

Dieser starke Storytelling-Ansatz lässt sich problemlos über 3-5 Tage verteilen. Hier ist ein Beispiel, wie man diese Story in den Stories gestalten könnte.

Schritt	Beschreibung des Schrittes	Was du tun musst	Konkrete Beispiele
1	Wir beginnen damit, das Interesse mit einem spannenden Thema zu wecken, das mit Zeitersparnis verbunden ist. Das Thema sollte nicht direkt mit deinem Produkt oder deiner Dienstleistung verknüpft sein.	Erzähle, wie du deine Mahlzeiten planst und frage nach den Planungsgewohnheiten deiner Follower.	Der erste Kaffee der Woche und Zeit, die Mahlzeiten zu planen. Wie sieht eure Ernährungsplanung für die Woche aus?
			Für langfristige Ernährungspläne – zum Beispiel für einen Monat – nutze ich digitale Tools. Hier ist mein Ernährungsplaner für die Woche.
			Aber ich liebe es auch, die täglichen Mahlzeiten in mein Notizbuch zu schreiben. Das Abhaken von Zielen ist so befriedigend und zeigt mir meinen Fortschritt.
			Frage an euch: Wie plant ihr eure Mahlzeiten? Nutzt ihr digitale Tools oder lieber per Hand? Teilt es in der Umfrage!

6

ZEITERSPARNIS

Schritt	Beschreibung des Schrittes	Was du tun musst	Konkrete Beispiele
2	Das Thema weiter ausbauen. Erkläre, wie du Zeit sparst. Erzähle, wie du einfache Rezepte vorbereitest oder delegierst, um Zeit zu sparen.	Erkläre, wie du einfache Rezepte und Planungsstrategien nutzt, um Zeit zu sparen, und frage nach der Meinung deiner Follower dazu.	Kommentiere die Antworten vom Vortag.
			Ich habe gelernt, dass es zwei Geheimnisse gibt, um stressfrei und gesund zu essen: Planung und Vorbereitung.
			Ich bereite einfache Mahlzeiten vor oder delegiere die Essenszubereitung, wenn ich besonders wenig Zeit habe.
			Findet ihr es hilfreich, Mahlzeiten im Voraus zu planen oder vorzubereiten? Ich denke, dass es eine der besten Möglichkeiten ist, um Zeit und Stress zu sparen.
			Frage: Bereitet ihr eure Mahlzeiten vor oder delegiert ihr das vielleicht auch manchmal?

6

ZEITERSPARNIS

Schritt	Beschreibung des Schrittes	Was du tun musst	Konkrete Beispiele
3	Beginne, deine Expertise zu verdeutlichen, indem du erklärst, warum es besser ist, sich an einen Ernährungsberater zu wenden, anstatt alles selbst zu machen.	Erkläre, warum es sinnvoller ist, sich an einen Experten zu wenden, anstatt selbst zu experimentieren, und frage, ob deine Follower ähnliche Erfahrungen gemacht haben.	Es ist spannend zu sehen, dass viele von euch bereits Mahlzeiten planen und vorbereiten. Aber manchmal braucht man einfach den Rat eines Experten, um den besten Weg für die eigene Ernährung zu finden.
			Ich habe festgestellt, dass viele Menschen denken, sie könnten ihre Ernährung alleine optimieren, aber es kann wirklich Zeit und Energie sparen, einen Ernährungsberater hinzuzuziehen.
			Selbst jahrelange Ernährungsexperimente können zu Fehlern führen, die sich durch professionelle Beratung vermeiden lassen.
			Manchmal kommen Menschen zu mir, die es allein nicht schaffen, ihre Ernährung auf den richtigen Weg zu bringen, obwohl sie es monatelang versucht haben.
			Und das ist völlig in Ordnung. Es ist mein Job, dir zu helfen, und ich habe selbst Jahre gebraucht, um zu lernen, wie man die richtige Ernährung plant und umsetzt.
			Vor zehn Jahren habe ich begonnen, als Ernährungsberater zu arbeiten, und die ersten Jahre waren voller Lernprozesse.

6

ZEITERSPARNIS

Schritt	Beschreibung des Schrittes	Was du tun musst	Konkrete Beispiele
4	Zeige anhand eines Fallbeispiels, wie ein Kunde durch die Zusammenarbeit mit dir schnelle Ergebnisse erzielt hat.	Zeige anhand eines realen Beispiels, wie deine Beratung einem Kunden geholfen hat, schnelle Fortschritte bei seiner Ernährung zu erzielen, und frage, ob deine Follower ähnliche Ergebnisse erzielen möchten.	Stell dir vor, wie es sich anfühlt, wenn du deine Ernährung umstellst und innerhalb weniger Wochen spürbare Veränderungen siehst.
			Eine meiner Kundinnen, Sarah, konnte durch meine Unterstützung ihre Ernährungsgewohnheiten in nur einem Monat komplett umstellen und fühlt sich fitter als je zuvor.
			Vorher hat sie Monate damit verbracht, alleine zu experimentieren, ohne Fortschritte zu machen, und war frustriert. Jetzt hat sie ihre ideale Ernährungsroutine gefunden.
			Feedback von Sarah: Es war eine echte Erleichterung, endlich einen Plan zu haben, der auf mich zugeschnitten ist, und zu sehen, wie sich meine Energie und Gesundheit in so kurzer Zeit verbessern.
			Fehler vermeiden und mit dem richtigen Plan weitermachen – das ist der Schlüssel! Bist du bereit, deine Ernährung endlich richtig anzugehen?

6

ZEITERSPARNIS

Schritt	Beschreibung des Schrittes	Was du tun musst	Konkrete Beispiele
5	Beschreibe genauer, welche Ergebnisse der Kunde erzielt, wenn er auf deine Expertise vertraut.	Erkläre, welche positiven Ergebnisse deine Kunden durch deine Beratung erreichen können, und lade deine Follower ein, ebenfalls davon zu profitieren.	Wenn du nicht jahrelang probieren und scheitern willst, dann lass mich dir helfen, deine Ernährungsziele schneller zu erreichen.
			Wenn du willst, dass deine Ernährung innerhalb eines Monats optimiert wird, anstatt erst in einem Jahr Ergebnisse zu sehen, arbeite mit mir zusammen.
			Feedback von Sarah + Text: Möchtest du diese Ergebnisse auch so schnell erzielen? Schreib mir direkt, und wir besprechen, wie du deine Ernährungsziele erreichen kannst.
			Schreib mir jetzt, und lass uns gemeinsam deine perfekte Ernährungsstrategie entwickeln.

7

WERT ÜBER PREIS

Schritt	Beschreibung des Schrittes	Was du tun musst	Konkrete Beispiele
1	Fesselnder Anfang	Beginne mit einer provokanten Frage, um Aufmerksamkeit zu erregen und das Thema Preis anzusprechen.	Warum ist das so teuer?
2	Hier müssen wir zeigen, dass wir verstehen, warum der Preis hoch ist, und es auch begründen können.	Erkläre, dass der Preis nicht das Einzige ist, was zählt, sondern der tatsächliche Wert des Produkts oder der Dienstleistung.	Solche Gedanken sieht man oft in den Augen der Menschen, wenn sie den Preis erfahren. Lass uns herausfinden, ob der Preis wirklich so hoch ist.
3	Wir decken auf, dass der Preis hoch ist, weil der Wert des Produkts – also der Nutzen/die Qualität – deutlich überwiegt.	Vergleiche die Eigenschaften deines Produkts oder deiner Dienstleistung mit denen anderer, um den Mehrwert zu verdeutlichen.	Wir werden uns nicht in Einzelheiten wie Produktionskosten, Steuern oder Mieten verlieren. Das ist langweilig. Du zahlst für das Ergebnis!
			Deshalb vergleichen wir das Ergebnis deines Produkts mit einem billigeren Produkt oder Service.
			Dann vergleichen wir mindestens zwei bis drei Aspekte.
4	Unterstreichen wir alles mit sozialen Beweisen (Bewertungen, Resultaten), um zu zeigen, dass es nicht nur deine Meinung ist, sondern die der Kunden.	Zeige Testimonials und Bewertungen, um den Mehrwert zu belegen.	Diejenigen, die uns vertrauen, hinterlassen solche Bewertungen.
5	Am Ende fordern wir das bereits aufgewärmte Publikum auf, entweder Feedback zu geben oder direkt zum Kauf zu schreiten.	Lade deine Follower ein, Rückfragen zu stellen oder das Produkt direkt zu erwerben.	Hat dich das überzeugt? Wenn du noch Fragen hast, schreibe mir gerne direkt.
			Alternativ: Schau dir unser Sortiment an und bestelle hier.

8

ERWÜNSCHTES ERGEBNIS

Mehr als alles andere motiviert Menschen der Gedanke, dass sie endlich das gewünschte Ergebnis bekommen, das sie sich immer gewünscht haben. Dieses Szenario hilft dir zu zeigen, dass man dir vertrauen kann.

Schritt	Beschreibung des Schrittes	Was du tun musst	Konkrete Beispiele
1	Betone die Probleme der Zielgruppe, insbesondere die Angst, Zeit und Geld zu verschwenden und nicht das gewünschte Ergebnis zu erzielen.	Sprich die Sorgen deiner Follower an, indem du verdeutlichst, dass sie vielleicht Angst haben, in ein Produkt oder eine Dienstleistung zu investieren und am Ende enttäuscht zu werden.	Bist du damit einverstanden? Ich habe vor Kurzem meine Kunden gefragt, was sie davon abhält, ein Produkt zu kaufen oder eine Dienstleistung in Anspruch zu nehmen (hier sollte dein Produkt oder deine Dienstleistung stehen). Die häufigste Antwort war die Angst, nicht das gewünschte Ergebnis zu erhalten und dabei Zeit und Geld zu verschwenden.
2	Verstärke dieses Problem noch weiter.	Erkläre das Problem ausführlicher, indem du konkrete Beispiele für schlechte Erfahrungen oder nicht erfüllte Erwartungen gibst.	Erzähl 2-3 Stories, warum manchmal das gewünschte Ergebnis nicht erreicht wird. Schlechte Fachkenntnisse, falsche Technik oder schlechte Qualität.
3	Zeige, dass es mit dir anders ist, und dass du deinen Kunden immer hilfst, das gewünschte Ergebnis zu erreichen.	Erkläre, wie deine Dienstleistung oder dein Produkt diese Ängste auflöst und wie du deinen Kunden hilfst, die gewünschten Ergebnisse zu erzielen.	Erzähl in 2-5 Stories, warum deine Kunden mit dir das Ergebnis erreichen. Technik, Wissen, Qualität – das alles hilft ihnen, das Ziel zu erreichen.
4	Bestätige, dass du wirklich in der Lage bist, Ergebnisse zu liefern.	Zeige Kundenbewertungen und Erfolgsgeschichten, um zu beweisen, dass deine Methode oder dein Produkt funktioniert.	Füge ein paar Bewertungen von zufriedenen Kunden hinzu, zeige Vorher-Nachher-Bilder oder Erfolgsgeschichten.
5	Aufruf zum Handeln.	Lade deine Follower ein, mehr über deine Dienstleistungen zu erfahren oder direkt Kontakt aufzunehmen.	Schick mir eine Nachricht oder schau dir meinen Preisplan an, um auch dein gewünschtes Ergebnis zu erreichen.

9

RATSCHLÄGE AN MEIN FRÜHERES ICH

Dieses Szenario kann für zwei Zwecke verwendet werden:

- Um die Interaktionsrate zu steigern, dann erzähle über allgemeine Lebensthemen: Liebe, Beziehungen, Selbstwertgefühl usw.
- Um zur Expertise hinzuführen, dann erzähle über deinen beruflichen Werdegang.

Schritt	Beschreibung des Schrittes	Was du tun musst	Konkrete Beispiele
1	Wir behandeln das Thema „Ratschläge an mein früheres Ich“.	Stelle deinen Followern die Frage, was sie ihrem jüngeren Ich raten würden, und beginne die Diskussion.	Was würdest du dir selbst raten, wenn du in die Vergangenheit zurückkehren könntest? Oh, ich wünschte, ich hätte mir damals diesen Rat gegeben. Das hätte ich mir gesagt, wenn ich in der Zeit zurückreisen könnte.
2	Mehrere Stories mit Überlegungen: Welche Ratschläge hättest du der damaligen Version von dir selbst gegeben?	Teile verschiedene Geschichten und Gedanken darüber, welche Ratschläge du dir in wichtigen Lebensphasen gegeben hättest.	Denke darüber nach, was du dir selbst raten würdest, als du die Schule abgeschlossen hast. Welchen Rat würdest du dir selbst geben, als du deinen ersten Job angetreten hast? Was hättest du dir nach deinem ersten beruflichen Misserfolg geraten?
3	Am Ende ziehe eine inspirierende Schlussfolgerung.	Ziehe eine motivierende Schlussfolgerung, die zeigt, dass alle Erfahrungen – sowohl gute als auch schlechte – wertvoll sind.	Aber der wichtigste Rat: Lebe in der Gegenwart. Bereue nicht die Vergangenheit. Alle Fehler sind Teil deiner Erfahrung. Sie sind genauso wertvoll und wichtig wie die Erfolge.
4	Lade deine Follower ein, ebenfalls über dieses Thema nachzudenken.	Fordere deine Follower auf, ebenfalls über dieses Thema nachzudenken und ihre Antworten mit dir zu teilen.	Welchen Rat würdest du deinem früheren Ich geben, wenn du in die Vergangenheit zurückkehren könntest? Teile deine Gedanken, ich bin sehr gespannt darauf.

Schritt	Beschreibung des Schrittes	Was du tun musst	Konkrete Beispiele
1	Zeige das aktuelle Level deiner Expertise.	Zeige das Feedback oder die Ergebnisse deiner Arbeit und füge deine eigenen Kommentare hinzu, warum dies genau das ist, was du erreichen wolltest, als du deine Reise begonnen hast.	Feedback/Ergebnis einer Arbeit oder eines Kunden hinzufügen.
			Füge deinen eigenen Kommentar hinzu, dass dies genau das ist, was du erreichen wolltest, als du deine Reise begonnen hast.
2	Der Weg und die Hindernisse.	Erkläre, wie und wann du angefangen hast und warum du dich für diesen Beruf entschieden hast. Sprich über die Herausforderungen, die du unterwegs gemeistert hast.	Wie und wann hast du angefangen? Warum hast du dich für diesen Beruf entschieden? Was waren die Startbedingungen?
			Was hast du dir vom Weg erwartet? Geld, Ruhm, Arbeit nur 3 Stunden am Tag?
			Die Realität: Welche Schwierigkeiten hast du auf deinem Weg erlebt? Deine Fehler, anspruchsvolle Kunden, Kritik, Erschöpfung usw.
			Erzähle, wie du fast aufgegeben hättest. Du dachtest, es wäre nicht das Richtige für dich, und wolltest alles hinschmeißen.

Schritt	Beschreibung des Schrittes	Was du tun musst	Konkrete Beispiele
3	Der Weg des Experten.	Teile, wie du diese Hindernisse überwunden hast, wie du Ratschläge von anderen Experten eingeholt hast, Schulungen durchlaufen hast und Fehler korrigiert hast.	Erzähl, wie du diese Hindernisse überwunden hast. Hast du Ratschläge von einem erfahrenen Experten eingeholt? Eine Ausbildung gemacht? Dich zusammengerissen und die Fehler behoben?
			Erkläre, wie du mit jeder Herausforderung und jedem Hindernis (kurz beschreiben) stärker und erfahrener wurdest (und wie sich das bemerkbar gemacht hat).
4	Erfolg.	Zeige, wie dieser Weg dir das Vertrauen gegeben hat, das gewünschte Ergebnis für deine Kunden zu liefern. Untermauere dies mit Kundenfeedback oder Fallstudien.	Erzähl, wie dieser Weg dir jetzt das Vertrauen gegeben hat, das gewünschte Ergebnis für deine Kunden zu erreichen.
			Untermauere das Ganze mit Kundenbewertungen.
5	Verkauf.	Erzähle am Ende von deinen Dienstleistungen und wie man sich bei dir anmelden kann.	Am Ende erzählst du von deinen Dienstleistungen und wie man einen Termin bei dir buchen kann.

SCHLUSSWORT

Und wenn du nach diesen 10 Szenarien Lust hast, tiefer zu gehen, deine Inhalte strategisch aufzubauen und wirklich umzusetzen – dann schau unbedingt in meinen Shop vorbei. 🌿

Dort findest du Tools, Sessions und Mentoring-Angebote, die dich dabei unterstützen, deinen Content emotional, klar und wirkungsvoll zu gestalten.

🎥 Vom ersten Szenario bis zur klaren Strategie – alles, was du brauchst, um mit Gefühl zu verkaufen.

➡ Hier geht's zu meinen Angeboten:

Klick mich