



Der perfekte Lead-Magnet

In 9 Schritten zu einem
unwiderstehlichen Lead-Magnet



In 9 Schritten zu deinem unwiderstehlichen Lead-Magneten

Autorin: Sandra Christiansen von der Internet Unternehmer Akademie

Inhaltsverzeichnis:

Schritt 1 – Das richtige Thema finden	1
Schritt 2 – Das richtige Format finden	2
Schritt 3 – Eine starke Überschrift für deinen Lead-Magneten texten	4
Schritt 4 – Deinen Lead-Magneten erstellen	4
Schritt 5 – Ein ansprechendes Cover erstellen	5
Schritt 6 – Optin-Prozess einrichten	6
Schritt 7 – Freebie auf der Website einbinden	6
Schritt 8 – Lead-Magnet bekannt machen	7
Schritt 9: Testen, testen, testen	8

Schritt 1 – Das richtige Thema finden

Um Besucher dazu zu bringen, ihre E-Mail-Adressen im Austausch für deinen Lead-Magnet zu hinterlassen, muss dieser einen wirklichen Mehrwert bieten. Achte auf diese drei wesentlichen Aspekte:

1. **Biete eine klare und sofort umsetzbare Lösung:** Dein Lead-Magnet sollte eine einfache Lösung für ein dringendes Problem deiner Zielgruppe anbieten. Wähle ein Thema, das mit einer klaren, schnellen Handlung verbunden ist, sodass deine Zielgruppe sofort einen Nutzen daraus ziehen kann.
2. **Sorge für schnelle Umsetzbarkeit:** In einer Welt, in der Menschen von E-Mail-Newslettern überflutet werden, ist es wichtig, dass dein Lead-Magnet schnell zu konsumieren und anzuwenden ist. Vermeide lange E-Books oder Videos, die viel Zeit in Anspruch nehmen. Kurze, prägnante Inhalte, die sofortige Aha-Momente und Ergebnisse liefern, sind effektiver. Eine E-Mail-Serie oder kurze Video-Serie kann eine gute Alternative sein, um umfangreichere Inhalte zu vermitteln, ohne die Aufmerksamkeit deiner Abonnenten zu verlieren.
3. **Erziele sofortige Ergebnisse:** Wenn die Tipps in deinem Lead-Magnet sofortige Erfolge ermöglichen, auch wenn es nur kleine sind, steigertest du deinen Wert in den Augen deiner Zielgruppe. Dies führt dazu, dass deine folgenden Newsletter mehr Beachtung finden.

Falls du unsicher bist, welches Thema das richtige ist, [beginne mit Analysen](#). Halte deine Erkenntnisse fest und wähle daraus die häufigsten Probleme deiner Zielgruppe aus. Entwickle dafür einfache Lösungen, wie eine bebilderte Schritt-für-Schritt-Anleitung, eine Checkliste oder eine Sammlung nützlicher Tools oder auch eine Kombination aus mehreren Formaten. Halte deine Erkenntnisse schriftlich fest (z.B. in dem Google-Dokument, siehe auch [Downloadlink im Modul Analyse](#)).

Lass dich von Fachbüchern inspirieren (auch die Amazon-Rezension sind interessant, siehe [dieses Video](#), in dem ich die Vorgehensweise erkläre) und schau dir an, was deine Konkurrenten erfolgreich machen.

Überleg dir, wie du deine Anleitung so aufbaust, dass sie eine sofortige Transformation bei deinen neuen E-Mail-Abonnenten bewirken kann – sie also aus einer „Wie löse ich dieses Problem jetzt?“-Situation in eine „Aha – so einfach kann die Lösung sein!“ versetzt. Hilfreich kann dabei auch sein, wenn du dir vorstellst, dass dich jemand fragt: „Was ist Ihr/dein bester Tipp zur schnellsten Lösung von Problem ...?“. Deine Antwort darauf liefert eine gute Vorlage für einen effektiven Lead-Magneten. Am besten geeignet ist eine kurze Anleitung für eine Lösung, mit der du bereits vielen deiner Kunden weiterhelfen konntest.

Beispiel: Einer meiner Coaching-Kunden ist Finanz-Berater für nachhaltige und ökologische Investments. Für seine Zielgruppe hat er eine 10-Punkte-Checkliste erstellt: „10 Punkte, die Sie wissen müssen, wenn Sie Ihr Geld sicher anlegen wollen!“.

Seine Zielgruppe beschäftigt sich mit diesen beiden Fragen:

1. Wie kann ich mein Geld möglichst sicher anlegen +
2. „Wie erhalte ich gleichzeitig eine möglichst hohe Rendite?“.

Er hat daraus eine Checkliste erstellt, die Antworten liefert auf die am häufigsten gestellten Fragen.

Weiteres Beispiel: Vor der Erstellung unseres Video-Booster-Kurs haben meine Kollegin Annja Weinberger und ich uns Gedanken darüber gemacht, was für unsere Zielgruppe – Solo-Selbständige und Klein-Unternehmer – der wichtigste Grund sein könnte, auf Video-Marketing zu verzichten. Dazu haben wir einige Recherchen und Umfragen mit unserer Liste durchgeführt, um herauszufinden, was genau die am häufigsten geäußerten Bedenken sind. Es hat sich herausgestellt, dass die meisten Unternehmer sich darüber bewusst sind, wie wichtig Video-Marketing für Ihr Business ist. Es musste also einen Grund dafür geben, warum immer noch so viele auf dieses wichtige Marketing-Instrument verzichten. Wir haben durch unsere Recherchen herausgefunden, dass für die meisten die Technik eine große Hürde darstellt. Sie waren der Meinung, Video-Marketing ist sehr kompliziert, aufwändig oder zu teuer. Daraus haben wir dann ein Gratis-Ebook kreiert mit dem Titel „7 Fragen – 7 Antworten – wie Sie mit Videos leichter und unkompliziert Kunden gewinnen“ in dem wir auf die häufigsten Fragen kurze Antworten und Tipps zusammengefasst haben. Das Ebook haben wir dann zusammen mit einer 8-teiligen Video-Serie als Freebie zur Verfügung gestellt und damit in kurzer Zeit fast 1000 Email-Abonnenten gewonnen. Hier kannst du dir das Ebook ansehen: [video-booster-fragen-antworten.pdf](#)

Schritt 2 – Das richtige Format finden

Nachdem du ein oder mehrere passende Themen für deinen Lead-Magnet identifiziert hast, geht es darum, das richtige digitale Format zu wählen, um deine Lösung ansprechend zu präsentieren.

Bevor du dich für ein Format entscheidest, solltest du auch berücksichtigen, **welches Format dein späteres Verkaufsprodukt hat**. Dein Lead-Magnet ist oft der erste Berührungspunkt mit deiner Zielgruppe und sollte idealerweise auf dein Hauptangebot vorbereiten.

- **Wenn dein Hauptprodukt ein Online-Kurs ist**, kann ein kostenloses Mini-Video oder eine Checkliste als Einstieg dienen.
- **Wenn du ein E-Book oder digitales Handbuch verkaufst**, könnte eine verkürzte Version oder ein exklusives Kapitel als Lead-Magnet sinnvoll sein.
- **Wenn dein Angebot ein Coaching oder eine Dienstleistung ist**, könnte eine Fallstudie, eine Schritt-für-Schritt-Anleitung oder eine kostenlose Strategie-Session gut passen.

Das Ziel ist, eine **stimmige Nutzererfahrung** zu schaffen und dein Publikum gezielt auf die nächste Stufe deines Angebots vorzubereiten. Wähle also ein Format, das nicht nur leicht konsumierbar ist, sondern auch eine **logische Brücke** zu deinem späteren Verkaufsprodukt schlägt.

Hier eine Übersicht der Möglichkeiten, wie du deine Inhalte digital aufbereiten kannst:

- **PDF**: Ideal für die schnelle Erstellung von Materialien wie ein kompaktes E-Book, Checklisten, Whitepaper, Mindmaps oder Arbeitsblätter. Mit der richtigen Vorlage kannst du schnell wertvolle Inhalte erstellen und im nächsten Kurs-Modul findest du dazu mehr Informationen.
- **E-Mail-Workshop**: Eine Reihe von E-Mails, die ein Hauptthema in kleinere Teile gliedert und über einen Zeitraum von beispielsweise ein bis zwei E-Mails pro Woche verteilt. Dieses Format eignet sich hervorragend, um deine Interessenten schrittweise von einem Problem zu einer Lösung zu führen. Statt die Inhalte nur per E-Mail zu versenden, kannst du für jeden Schritt eine eigene Workshop-Landingpage auf deiner Webseite erstellen, eventuell mit Passwortschutz, und dort Text- oder Videoanleitungen anbieten. Am Ende des Workshops kannst du alle Inhalte auf einer Seite zusammenfassen und zu deinem kostenpflichtigen Angebot führen. Dies baut einen Marketing-Verkaufstrichter auf, der automatisch funktioniert und Interessenten in Kunden verwandelt.
- **Challenge**: Eine Challenge, die über einen bestimmten Zeitraum läuft (z.B. eine 30-Tage-Challenge mit täglichen oder alle paar Tage gesendeten kleinen Aufgaben), kann sehr wirkungsvoll sein, um Vertrauen aufzubauen. Der Schwerpunkt liegt auf der Umsetzung einfacher Aufgaben, die ohne große Vorbereitung machbar sind. Dieses Format eignet sich besonders, um eine starke Vertrauensbasis zu deinen Interessenten aufzubauen.
- **Videos**: Perfekt, um die Nutzung einer Software zu demonstrieren oder persönliche Tipps vor der Kamera zu präsentieren, beispielsweise mit einem Greenscreen- Hintergrund oder vor einem Whiteboard. Videos, in denen du direkt zu deinem Publikum sprichst, fördern den Aufbau einer

persönlichen Beziehung und sind besonders für Angebote im Coaching- oder Dienstleistungsbereich geeignet, wo Vertrauen eine große Rolle spielt.

💡 Eine **Kombination verschiedener Formate** wie ein E-Book zusammen mit Videos oder eine Serie von Videos und Podcasts kann sehr effektiv sein. Da manche Menschen lieber lesen, während andere Videos bevorzugen, deckst du mit einer Mischung aus Formaten die Bedürfnisse beider Gruppen ab.

Indem du das passende Format für deinen Lead-Magnet wählst und vielleicht sogar mehrere Formate kombinierst, erreichst du eine breitere Zielgruppe und steigert die Effektivität deiner Inhalte.

Starte im ersten Schritt am besten mit [einem Ebook](#) - denn das ist am schnellsten erstellt und du kannst daraus einfacher ein Video (oder auch eine Audio-Datei) erstellen als umgekehrt. Eine einfache Möglichkeit ist es z.B., aus dem Inhalt des Ebooks eine Präsentation zu erstellen, diese mit deiner Stimme zu vertonen und daraus ein Video zu produzieren. Das kannst du sogar schon mit kostenlosen Software-Tools realisieren.

Schritt 3 – Eine starke Überschrift für dein Freebie texten

Jetzt, wo du ein überzeugendes Thema gefunden hast, das echten Mehrwert für deine Zielgruppe bietet, ist es entscheidend, dass du eine Überschrift gestaltest, die deine Besucher dazu bewegt, ihre E-Mail-Adresse für deinen Lead-Magnet zu hinterlassen. Die Überschrift ist das Erste, was deine potenziellen Abonnenten sehen, und sie spielt eine Schlüsselrolle dabei, ob dein Angebot die Aufmerksamkeit bekommt, die es verdient. Eine uninteressante oder nichtssagende Überschrift kann dazu führen, dass dein Angebot unbeachtet bleibt. Im Folgenden erfährst du, wie du eine wirkungsvolle und ansprechende Überschrift für dein Angebot erstellst.

Elemente einer wirkungsvollen Überschrift:

1. **Kommuniziere den Nutzen klar und deutlich:** Menschen werden nur dann handeln, wenn sie einen klaren Vorteil erkennen. Deine Überschrift sollte präzise formulieren, welchen konkreten Nutzen dein Lead-Magnet bietet. Frage dich: Welches Ergebnis erzielt dein Interessent durch die Tipps in deinem Lead-Magnet? Integriere diese Lösung in deine Überschrift und hebe den Nutzen hervor, um die Motivation zu steigern.
2. **Wecke Neugier:** Wenn dein Lead-Magnet exklusives oder neuartiges Wissen bietet, nutze Wörter wie "geheim", "exklusiv", "unwiderstehlich", "einzigartig" oder "neu", um Interesse zu wecken. Achte dabei darauf, keine unrealistischen Versprechungen zu machen, die du nicht einhalten kannst. Die Neugier sollte auf echtem Mehrwert basieren.
3. **Nutze positive Formulierungen und Zahlen:** Psychologische Studien zeigen, dass Zahlen in Überschriften besonders viel Aufmerksamkeit erregen. Beispiele hierfür sind: "Gratis-E-Book: 7 sofort umsetzbare Strategien, um mehr Leads und Kunden zu gewinnen" oder "In nur 5 Schritten zu deinem unwiderstehlichen Lead-Magneten". Diese Überschriften kommunizieren nicht nur das Ergebnis, sondern die spezifische Anzahl der Schritte oder Strategien macht klar, dass die Lösung greifbar und umsetzbar ist. Bei zeitlich begrenzten Angeboten, wie einer

28-Tage-Challenge, könnte eine passende Überschrift lauten: "Gratis-Workshop: Gewinne in nur 28 Tagen mehr Leads und Kunden".

Zusammenfassung:

Eine starke Überschrift ist unverzichtbar, um das Interesse deiner Zielgruppe zu wecken und sie dazu zu bringen, sich für deinen Lead-Magnet anzumelden. Durch die Kombination eines klaren Nutzenversprechens, der Weckung von Neugier und dem Einsatz motivierender Elemente wie Zahlen und positiven Worten, kannst du eine Überschrift gestalten, die nicht nur Aufmerksamkeit erregt, sondern auch zum Handeln anregt.

>> [Siehe auch: 61 Headline-Ideen](#)

Schritt 4 – Dein Freebie erstellen

Nachdem du ein Thema ausgewählt und ein passendes Format für deinen Lead-Magnet entschieden hast, ist es an der Zeit, mit der eigentlichen Arbeit zu beginnen. Wähle einen ruhigen Ort, wo du konzentriert und ohne Unterbrechungen arbeiten kannst. Stelle sicher, dass du nicht gestört wirst, indem du beispielsweise ein "Bitte nicht stören"-Schild an deine Tür hängst, die Türklingel ausschaltest und dein Handy auf stumm oder Vibrationsmodus setzt.

Schritte zur Umsetzung:

1. Strukturierung deines Inhalts:

- **Einleitung:** Beginne mit einer kurzen Vorstellung von dir und deiner Expertise in dem Bereich, für den du deinen Lead-Magnet erstellst. Erkläre, für wen dein Angebot gedacht ist. Falls nötig, gib eine Anleitung, wie man mit dem Inhalt am besten umgeht. Dies hilft, ein erstes Vertrauensverhältnis mit deinen Lesern aufzubauen.
- **Hauptteil:** Versetze dich in deine Zielgruppe und überlege, wie du die Informationen so vermitteln kannst, dass sie leicht verständlich sind. Leite deine Leser von einer Problemstellung zu der von dir versprochenen Lösung, indem du das Thema in übersichtliche Kapitel aufteilst. Vermeide Fachjargon und benutze eine einfache, klare Sprache. Wenn Fachbegriffe unumgänglich sind, erkläre sie direkt im Text.
- **Schluss:** Am Ende deines Lead-Magneten solltest du auf weitere Angebote hinweisen und Links zu deiner Webseite, Angebotsseiten und Social-Media-Kanälen einfügen. Wenn du neue Beratungskunden gewinnen möchtest, füge einen Link zu einer Seite hinzu, auf der Interessenten einen Termin für ein kostenloses Beratungsgespräch buchen können.
- **Visuelle Elemente:** Wähle passende Bilder, Grafiken und Illustrationen aus, die den Inhalt deines Lead-Magneten unterstützen und motivierend visualisieren.

2. Das Verfassen des Inhalts:

- Verwende dein bevorzugtes Textverarbeitungsprogramm, um die einzelnen Kapitel auszuarbeiten. Konzentriere dich zunächst darauf, deine Gedanken festzuhalten, ohne dir Sorgen um Rechtschreibfehler oder den Schreibstil zu machen. Die Feinarbeit kann später erfolgen.
- Ein nützliches und kostenloses Online-Tool für ablenkungsfreies Schreiben ist [Calmly Writer](#).
- Für die Formatierung empfehle ich die Schriftart Arial in einer Größe von 12px bis 14px und einem Zeilenabstand von einfach oder 1,25. Wenn dein Lead-Magnet eher kurz ausfällt, kannst du mit einer größeren Schriftgröße (z.B. 16px) und einem erhöhten Zeilenabstand optisch mehr Raum schaffen.

Indem du diesen Schritten folgst, kannst du sicherstellen, dass dein Lead-Magnet nicht nur informativ und wertvoll für deine Zielgruppe ist, sondern auch professionell präsentiert wird.

Schritt 5 – Ein ansprechendes Cover erstellen

Sicher kennst du den Spruch „Das Auge isst mit“. Nicht nur die Überschrift ist entscheidend, sondern insbesondere auch die Optik. Investiere daher etwas Zeit in die Erstellung eines ansprechenden Cover. Damit dein Lead-Magnet die größtmögliche Aufmerksamkeit deiner Besucher auf sich zieht, sollte die Grafik ein Blickfang sein.

Wie du ganz einfach die Grafik für dein Cover gestalten kannst, [erfährst du in diesem Modul](#). Falls du dein Cover nicht selbst erstellen möchtest, weil du vielleicht nicht so fit mit der Grafik-Bearbeitung bist, kannst du auch für ein kleines Budget einen Freelancer damit beauftragen.

Bei Fiverr kannst du diese Dienstleistung bereits für unter € 10 erhalten:

<https://de.fiverr.com/categories/graphics-design/ebook-covers/>

Schritt 6 – Optin-Pozess für dein Freebie einrichten

Wenn dein Freebie als fertiges digitales Produkt vorliegt, folgt als nächstes die Einrichtung der Technik. Lade die Datei auf deinem Webspace hoch. Entweder über ein FTP-Programm wie Filezilla oder über die Upload-Funktion von WordPress. Klick dazu im WordPress-Backend auf „Medien“ und „Datei hinzufügen“ und wähle die Datei für den Upload von deiner Festplatte aus. Wenn du die Datei im Medien-Manager anklickst, siehst du rechts ein Feld „URL“. Kopiere den darin enthaltenen Link und füge diesen entweder auf einer Danke-Seite oder in die Bestätigungs-Email ein.

Du hast mehrere Möglichkeiten, deine Datei an die neuen Abonnenten auszuliefern:

- Als Download-Link direkt in der nach dem bestätigten Eintrag versendeten Email. Dazu legst du in deinem Email-Provider eine Danke-Email an und fügst den Link dort ein.
- Als Download-Link auf einer Danke-Seite, die nach der Bestätigung automatisch angezeigt wird. Auch diese Seite kannst du im Backend deines Email-Providers einrichten.

Wie die Konfiguration im einzelnen funktionieren, erfährst du in der Dokumentation deines Email-Provider oder auch in unserem Email-Marketing-Kurs. Hier erhältst du auch anpassbare

Email-Vorlagen für deinen Email-Autoresponder:

<http://member.internetunternehmerakademie.de/lektionen/skript-vorlagen-fuer-ihre-email-autoresponder-serie/>

Wenn du eine Email-Serie geschrieben hast, lege die einzelnen Emails in deinem Autoresponder an und die zeitlichen Intervalle für den Versand der Emails fest. Ich empfehle eine Email alle 3 Tage. Z.B.: Erste Danke-Email sofort nach dem Eintrag, zweite Email 2 Tage später, 3. Email 5 Tage später, u.s.w.

Wenn dein Freebie ein Video oder eine Video-Serie ist, leg ebenfalls die Emails in den vorgegebenen zeitlichen Intervallen an und verlinke darin auf deine einzelnen Video-Landingpages (mehrere Unter-Seiten deiner Website, auf der das Video eingebunden ist).

Schritt 7 – Freebie auf der Website einbinden

Nachdem du den Auslieferungs-Prozess eingerichtet hast und das System funktioniert (testen Sie es sicherheitshalber einmal komplett durch), folgt als nächstes die Einbindung in deine Website. Füge das Eintragungs-Formular für dein Freebie am besten an mehreren Stellen deiner Website ein:

- Auf der Startseite
- Auf dem Blog in der Sidebar
- Unterhalb Ihrer Blog-Artikel
- Unterhalb Ihrer Seiten oder im Footer
- Als fixierter Werbebanner, dafür kannst du z.B. das Tool HelloBar einsetzen:
<https://www.hellobar.com/>

Für WordPress gibt es eine Vielzahl an nützlichen Plugins für gut aussehende und auffällige Eintragungs-Formulare (auch Optin-Box genannt). Einige Plugins stelle ich dir im nächsten Kurs-Modul vor.

Ich kann dir sehr empfehlen, auch eine [separate Landingpage nur für dein Freebie](#) zu erstellen, auf die du ganz gezielt deinen Traffic schickst: Als Verlinkung mit einem Grafik-Banner auf deiner Website oder für eine Werbe-Kampagne auf Facebook oder Youtube. Eine Landingpage hat den Vorteil, dass du dort noch mehr Raum hast, die Vorteile deines Lead-Magneten hervorzuheben und der Fokus ausschließlich auf das Anfordern gerichtet ist. Aus der Erfahrung haben Landingpages häufig höhere Konversionraten als die Optin-Boxen auf einer Website. Eine professionelle Landingpage für deinen Lead-Magnet kannst du z.B. im Handumdrehen mit dem Tool ProfitBuilder erstellen. Umfangreiche Video-Kurse zur Erstellung konversionstarker Landingpages und zum Tool Profitbuilder findest du hier in der Akademie.

Einen ansprechenden Werbe-Banner für dein Freebie kannst du ganz einfach mit dem Online-Tool Canva erstellen: <https://www.canva.com/> <https://www.canva.com/create/ebook-covers/>

Weiterhin gibt es verschiedene Wege, die Optin-Box auf deiner Website anzeigen zu lassen:

- Als Eintragungsformular sofort sichtbar auf der Seite
- In einer Popup-Box, die sich durch Klick auf die Banner-Grafik in einem Extra-Fenster öffnet
- Als klickbare Grafik, die auf deine separate Landingpage führt

- Als zeitgesteuerte Popup-Box, die Besuchern nach einer bestimmten Aufenthaltsdauer eingeblendet wird
- Als ExitRedirect-Seite: Die Optin-Box oder Freebie-Landingpage wird eingeblendet, wenn dein Besucher die Seite wieder verlassen will

Probiere und variiere einfach und teste regelmäßig, was zu besseren Eintragungsraten führt – siehe auch Schritt 9.

Schritt 8 – Lead-Magnet bekannt machen

Wenn alles fertig steht, sollen möglichst viele Menschen auf dein neues Freebie aufmerksam werden.

Nachfolgend einige Ideen, wie du dein Freebie bewerben kannst:

- Wenn du schon eine E-Mail-Liste hast: Stelle dein neues Freebie kurz vor und binde den Download-Direktlink in die Email ein. Bitte deine Abonnenten um eine kurze Bewertung, wenn es ihnen gefallen hat, und füge die besten Bewertungen auf der Landingpage ein.
- Füge eine P.S. – Schluss-Note ans Ende deiner Emails und bitte um Weiterempfehlung deines Lead-Magneten an Freunde, Bekannte und Kollegen.
- Auf deiner Facebook-Fanseite: Schreibe einen Post zu deinem neuen Lead-Magnet mit Link zu deiner Landingpage. Füge einen Call-to-Action-Button „Registrieren“ mit Link zur Landingpage in deine Fanpage ein. Gestalte dein Facebook-Cover so, dass ein Pfeil auf den Registrieren-Button zeigt. Siehe auch Facebook-Kurs:
<http://member.internetunternehmerakademie.de/kurse/eine-facebook-fanseite-erstellen/>
- Schreibe dein Kontakte-Netzwerk an und stelle dein neues Freebie vor. Bitte auch um Weiterempfehlung.
- Erstelle [Facebook-Anzeigen](#) und nutze Upsells zur Refinanzierung deiner Werbekosten. Nach dem Eintrag machst du deinen neuen Interessenten ein Angebot für ein niedrigpreisiges Produkt. Wie du so ein Türöffner-Produkt erstellst, lernst du im Kurs:
<http://member.internetunternehmerakademie.de/kurse/ein-tueroeffner-produkt-erstellen>
- Schreibe hochwertige Gast-Beiträge auf trafficstarken Portalen und Blogs deiner Branche und verlinke am Ende auf deine Freebie-Landingpage (Gast-Artikel-Strategie siehe Kurs <http://member.internetunternehmerakademie.de/kurse/die-gastartikel-strategie/>)
- Nutze regelmäßig weitere Traffic-Aufbau-Maßnahmen, siehe auch unsere Traffic-Kurse unter <http://member.internetunternehmerakademie.de/stufe-4-traffic-aufbau/>

Schritt 9: Testen, testen, testen

Ob dein Lead-Magnet eher gut oder schlecht funktioniert, wird sich erst in der Praxis zeigen. Werte daher deine Konversion-Raten laufend aus durch ein Analyse-Tool wie Google Analytics. Wenn deine Konversion-Raten im Bereich unter 5% liegen (von 100 Besuchern fordern nur 5 Ihr Freebie an) solltest du Optimierungen vornehmen und verschiedene Varianten deines Freebies testen (Überschriften, Inhalt, Cover, Platzierung).

Im Modul 12 werde ich dir zeigen, wie du mit Facebook Ads schnell zielgerichteten Traffic aufbauen und testen kannst, ob dein Freebie gut konvertiert.

Wenn du verschiedene Dienstleistungen oder Produkte für unterschiedliche Zielgruppen anbietest, kannst du auch mehrere, nach Themen getrennte Freebies erstellen. Dadurch kannst du deine Abonnenten von vornherein nach Interessen segmentieren und sicherstellen, dass deine Email-Abonnenten nur zu den Themen Newsletter von dir erhalten, für die sie sich auch interessieren. Das wird sich positiv auf deine Öffnungs- und Klick-Raten auswirken.