



Steckbrief für dein erstes Coachingprogramm (= Rohmaterial für deine Landingpage)

So arbeitest du mit diesem Steckbrief:

- Dieses Dokument wird sich im Laufe der nächsten Wochen immer weiter verfeinern und vervollständigen.
- Zu Beginn ist wahrscheinlich alles noch nicht so 100%ig klar und für Außenstehende verständlich – macht nichts, schreib’ erstmal deine Ideen auf.
- Wenn du kannst, formuliere schon gleich in werblichen Botschaften. Statt z.B. zu schreiben „Angestellte, die sich xy wünschen“ schreibst du „Du arbeitest als Angestellter und wünschst dir xy“. Wenn das im ersten Schritt noch nicht gelingt – kein Problem, dann formulierst du das später um.

Mit dem Steckbrief kommst du einen gewaltigen Schritt voran, weil du damit schon anfängst, eine erste Version deiner Landingpage zu texten und vorzubereiten. :o)

Vamos!

Das Thema deines Programms in einem Satz und/oder einem Slogan:

[Sammele Ideen für die Überschrift deines Programms. Findest du einen Slogan bzw. einen knackigen Satz, der auf den Punkt bringt, worum es in deinem Programm geht?]



Für wen dein Programm gemacht ist:

[Beschreibe hier möglichst genau, an wen sich dein Programm richtet. Wenn du möchtest, kannst du auch deinen „Wunschkunden“ skizzieren. Oder du beschreibst ihn oder sie hier ganz genau und lässt dadurch Bilder vor deinem inneren Auge entstehen. Wichtig ist nicht so sehr Alter, Wohnort usw. sondern vielmehr: Wo steht dein Wunsch-Teilnehmer gerade? Was erlebt der/die aktuell? Was fühlt der/die? Was wünscht er/sie sich? usw.]

Übergeordnete Ziele: Die Ziele, die deine Teilnehmer direkt oder indirekt durch Teilnahme am Programm zu erreichen hoffen (bzw. näher kommen wollen):

[Sammele hier erstmal alles, was dir einfällt, auch wenn es dir momentan nicht ganz so relevant erscheint. Denke dabei vom AUSGANGSPUNKT der Teilnehmer aus: Was sind aus deren Sicht erstrebenswerte Ziele - VOR Durchlaufen deines Kurses?]

Die Hürden, die deinen Teilnehmer davon abhalten, die Ziele zu erreichen:



[Was sind aus Sicht deiner Teilnehmer (reale oder gefühlte) Hindernisse, die sie aktuell daran hindern, die genannten Ziele zu erreichen]

Wie hilft dein Kurs den Teilnehmern dabei, seine Ziele zu erreichen, seine Probleme zu lösen und die Hürden zu nehmen?

[Notiere hier alles, was dir einfällt. auf welche Weise dein Kurs den Teilnehmern beim Erreichen ihrer Ziele hilft]

Was sind die Ergebnisse deines Onlinekurses?

[Was hat der Teilnehmer erreicht, wenn der deinen Kurs erfolgreich durchgearbeitet bzw. sich aktiv beteiligt]



hat? Wo kommt er im Optimalfall an? Werde evtl. kreativ, wenn du ein eher „softes“ Thema behandelst: Was könnte ein „konkretes“ Ergebnis sein, das derjenige auch später wieder zur Hand nehmen kann? (Beispielsweise so etwas wie dieser Steckbrief hier :o)]

In welcher Preiskategorie fühlst du dich mit deinem Onlinekurs (aktueller Stand) wohl?

[Aus jetziger Sicht und spontan beantwortet - bei welchem Preis sind beide Kriterien erfüllt: Deine Teilnehmer bekommen mehr Wert als sie bezahlen UND der Preis motiviert und inspiriert dich?]

Das waren viele Fragen! Und es ist gar nicht so einfach, aus Sicht deiner Interessenten / Teilnehmer zu schreiben, stimmt's? Immer wieder rutscht man in die Experten-Rolle zurück und schaut mit seiner eigenen Brille drauf – so kenne ich das jedenfalls.

Sieh' diesen Steckbrief als lebendiges Dokument, das du jederzeit überarbeiten und anpassen kannst. Es sind die Vorarbeiten für deine Verkaufsseite – die wiederum das Herzstück deiner Vermarktungs-Kampagne ist. Es lohnt sich also, hier ein wenig zu feilen. :o)