

Stelle dir vor. Du hast einen Zauberstab in der Hand und kannst dir alles Wünschen was dein Herz begehrt. Der Haken ist aber die Reife dazu. Bist du bereit deine Ziele zu Verwirklichen? Es Braucht wenig Wissen jedoch viel Schweiss - in der Tat...

Thema: Ziele

1. Die drei Arten von Zielsetzung lauten: Tun, Sein und Haben.
2. Die vier Arten von Zielerreichung lauten: Starten, Stoppen, Vermehren und Reduzieren
3. Die sechs Eigenschaften von Zielen lauten: Spezifisch, Messbar, Attraktiv, Realistisch, Terminiert und Schriftlich.
4. Die drei Formen der Schriftform lauten: Ich, Gegenwart und Positiv.
5. Die ADE-Methode zur Entscheidungsfindung: Auslassen, Delegieren oder Erledigen.

Thema: Erfolgsprinzipien

1. Das was zählt sind deine Taten welche zur Resultaten der Verwirklichung deiner Ziele wirken. Und nicht deine Vergangenheit.
2. Damit dein Leben besser wird musst du besser werden und nicht deine äusseren Umständen.
3. Lebenslange lernen durch relevante Bücher welche zu deinen Zielen führen.

Thema: Die 17 Axiome im Copywriting von Joseph Sugarman

1. Copywriting ist ein mentaler Prozess mit erfolgreicher Ausführung welcher die totale Summe von all deiner Erfahrungen und deinem spezifischem Wissen und deiner Fähigkeit dies mental zu Verarbeiten und dies auf das Blatt Papier zu transferieren für die Erfüllung des Zweckes einen Produkt oder Dienstleistung zu verkaufen.
2. Alle Elemente einer Werbung sind primär für einen bestimmten Geund gestaltet um eine Sache und nur diese eine Sache ins Rollen zu bringen: Dass du der erste Satz vom Text liest.
3. Der einzige Zweck vom ersten Satz ist es dass du den zweiten Satz liest.
4. Das Werbedesign und die ersten paar Sätze müssen eine Kaufumgebung erzeugen. Sprich, es muss Einladend wirken entsprechend dem Produkt oder Dienstleistung.
5. Versuche dem Leser dein Text zu bejahen und im Einklang mit deinem genauen und ehrlichen Text bringen.
6. Deine Leser sollen dein Text so spannend finden als ob sie eine Rutschbahn hinuntersausen.
7. Wenn du deine Probleme lösen willst so erdenke dir keine Einschränkungen welche in Wirklichkeit nicht real sind.
8. Behalten dein Text interessant und deinen Lesern interessiert indem du die Kraft der Neugierde benutzt.
9. Verkaufe nie blank das Produkt oder Dienstleistung sondern immer das Konzept also das was es tut und nicht ist.
10. Der Reifungsprozess ist die Kraft hinter deinem Unterbewusstsein um all dein Wissen und Erfahrungen zu nutzen um Probleme zu lösen deren Effizienz die folgenden vier sind: Zeit, Kreativität, Umgebung und Ego.
11. Der Text sollte lang genug sein um den Leser zur gewünschten Tat zu animieren

12. Jede Kommunikation sollte auf persönlicher Ebene basieren. Vom Schreiben zum Empfänger obgleich welches Medium benutzt wird.
13. Die Ideen welche der Text präsentiert sollte eine logische Abfolge beinhalten welche die Fragen vom Leser so beantwortet werden als ob sie Gesicht zu Gesicht sind.
14. Beim Editierungsprozess deines Textes sollte der Text so wenig wie möglich werden um dein Appell auszudrücken.
15. Je mehr der Leser braucht um zu einer Schlussfolgerung zu kommen desto positiver, freudiger und stimulieren ist sein Abenteuer.
16. Eine Heilung zu verkaufen ist viel einfacher als eine Vorbeugung. Ausser die Vorbeugung wird als Heilung wahrgenommen oder die heilende Aspekte der Vorbeugung werden dargestellt.
17. Eine Story zu erzählen kann im Effekt deine Lösung verkaufen. Kreiere diese Umgebung oder involviere deine Leser im Text während du eine emotionale Bindung schaffst.

Thema: Verkauf nach Zig Ziglar

Verkaufsprozess ist FÜR den Kunden als Erleichterung und nicht gegen den Kunden um ihn auszutricksen zu gestalten.

1. Wichtigster Teil im Verkaufsprozess ist die Verkaufsperson.
2. Du kannst nicht eine Art von Person und eine andere Art als Verkaufsperson sein.
3. Verkäufer sind Problemlöser und nicht Problemstifter.
4. Zeige deinem Kunden wie er durch dein Produkt/Service sein Problem lösen kann.
5. Verkauf ist schlussendlich eine Übertragung von Gefühlen.
6. Deine Erwartungen beeinflussen das Kundenverhalten.
7. Lerne Kundenverhalten wie: Angst vor Verlust ist grösser als Lust nach Gewinn. Und, Kunden kauft Produkt/Service was es für ihn tut und nicht was es ist. Und die fünf bekanntesten Einwände sind: Kein Geld, Brauch, Begierde, Drang und Vertrauen. (Entweder verkaufst du deine Lösung oder er verkauft dir sein Einwand)
8. Um überzeugend zu wirken musst du zuerst überzeugt sein. Von dir und deiner Lösung.
9. Guter Abschluss kommt von guten Techniken. Und gute Techniken kommen von guten Menschen.
10. Die drei wichtigsten Techniken lauten: Durch Fragen verkauft man mehr als durch Reden. Und, Tonalität. Und, kommuniziere Emotional mit deinem Herzen und nicht logisch mit deinem Kopf.
11. Merksatz: Füttere dein Ego oder close the deal. Beides geht nicht.