

DER EXODUS

Immer mehr Experten, Trainer oder Coaches verlassen Facebook, um woanders Kunden zu finden - warum?



Immer mehr Experten, Trainer oder Coaches verlassen Facebook, um woanders Kunden zu finden - warum?

Wer Kunden übers Internet anziehen möchte, muss Reichweite erzeugen – also dafür sorgen, dass möglichst viele Menschen davon erfahren, was Du anzubieten hast.

Und ohne Social-Media-Plattformen ist das heute praktisch nicht mehr möglich.

Aber - sich dort gut zu positionieren und Erfolg zu haben, wird zunehmend schwieriger - nicht nur weil die Konkurrenz jeden Tag größer wird, die Werbekosten ständig steigen - sondern auch weil der Ton immer rauer und unerträglicher wird.



Wenn es um Hass und Verrohung geht, spielt eine Social-Media-Plattformen ganz vorne mit, nämlich Facebook und das bekommen inzwischen auch gänzlich unpolitisch Aktive zu spüren. Das Ausmaß an Beleidigungen oder respektlosen Kommentaren lässt immer mehr Experten, Trainer oder Coaches nach neuen Alternativen suchen.



Aber es gibt noch einen Grund, der viele beunruhigt – bei bisher allen Social-Media-Plattformen lässt sich eine bestimmte Entwicklung beobachten. Vereinfacht ausgedrückt - am Anfang kann man mit so genannten „organic posts“ (Inhalte, die sich frei verbreiten) große Zielgruppen aufbauen und seine Angebote präsentieren.

Aber dann kommt irgendwann der Zeitpunkt, wo die eigenen Inhalte nicht mehr umsonst verbreitet werden, und man seine schöne große Follower-Community über Nacht verliert. Das ist zum Beispiel bei Facebook vor ein paar Jahren passiert.



Seitdem werden unbezahlte Posts praktisch nicht mehr verbreitet. Stattdessen muss man bei Facebook inzwischen für Verbreitung der eigenen Inhalte durch Anzeigen so viel Geld bezahlen, dass sich...

1. nur noch sehr hochpreisige Angebote lohnen, und
2. hinter der Werbung ein ziemlich aggressiver Funnel installiert sein muss, damit am Ende überhaupt noch etwas für den Experten übrig bleibt also Push-Marketing statt Pull-Marketing.

Das wiederum produziert jede Menge Hass-Kommentare. Außerdem brennt man meist sehr schnell durch seine Zielgruppe und dann hört das Ganze auf zu funktionieren.

Gibt es eine Alternative?

Kann man heute noch mit guten Inhalten Kunden gewinnen, ohne sich Pöbeleien anzutun oder so viel für Anzeigen zu zahlen, dass am Ende kaum etwas übrigbleibt?

Die Antwort ist ja - allerdings muss man wissen wo und was man tut - aber dazu gleich mehr.

Wer jetzt den Trend erkennt, und sich auf die neuen Verhältnisse einstellt, der wird dauerhaft auch in Zukunft zum Beispiel Seminarplätze verkaufen. Oder Coaching oder Onlinekurse.

Aber wer zum Beispiel auf Facebook bleibt, der wird über kurz oder lang die Schrauben immer weiter anziehen müssen - mehr Geld für Werbung, krassere Kommunikation hinter den Anzeigen, mehr unflätige Beleidigungen, immer weniger Verdienst.



Natürlich ist die Frage, was am Ende eines solchen Prozesses wirklich übrigbleibt die wichtigste - wenn man Anzeigen-Budget, Kosten für Facebook-Spezies, die das alles einrichten und beobachten – mal abgezogen hat.

Aber der emotionale Preis, sich von Leuten anhören zu müssen, dass man ja eh keine Ahnung hätte und die eigene Leistung nun ja das Letzte sei, was die Welt braucht, ist hoch. Von Menschen, die einen überhaupt nicht kennen, die gar nicht wissen, was man kann oder wie gut die eigene Arbeit ist - von denen könnte einem das ja eigentlich egal sein, aber nicht jeder hat so ein dickes Fell.

Und es ist vor allem auch nicht nötig, sich das anzutun, wenn man professionell gute Arbeit leistet.

Zugegeben - in den wenigen gut laufenden Gruppen auf Facebook ist es etwas anders, aber wer hat die Zeit, den enormen Aufwand zu leisten, der nötig ist, so eine Gruppe zum Laufen zu bringen? Dazu haben nur sehr wenige Lust zu oder die Mitarbeiter dafür.

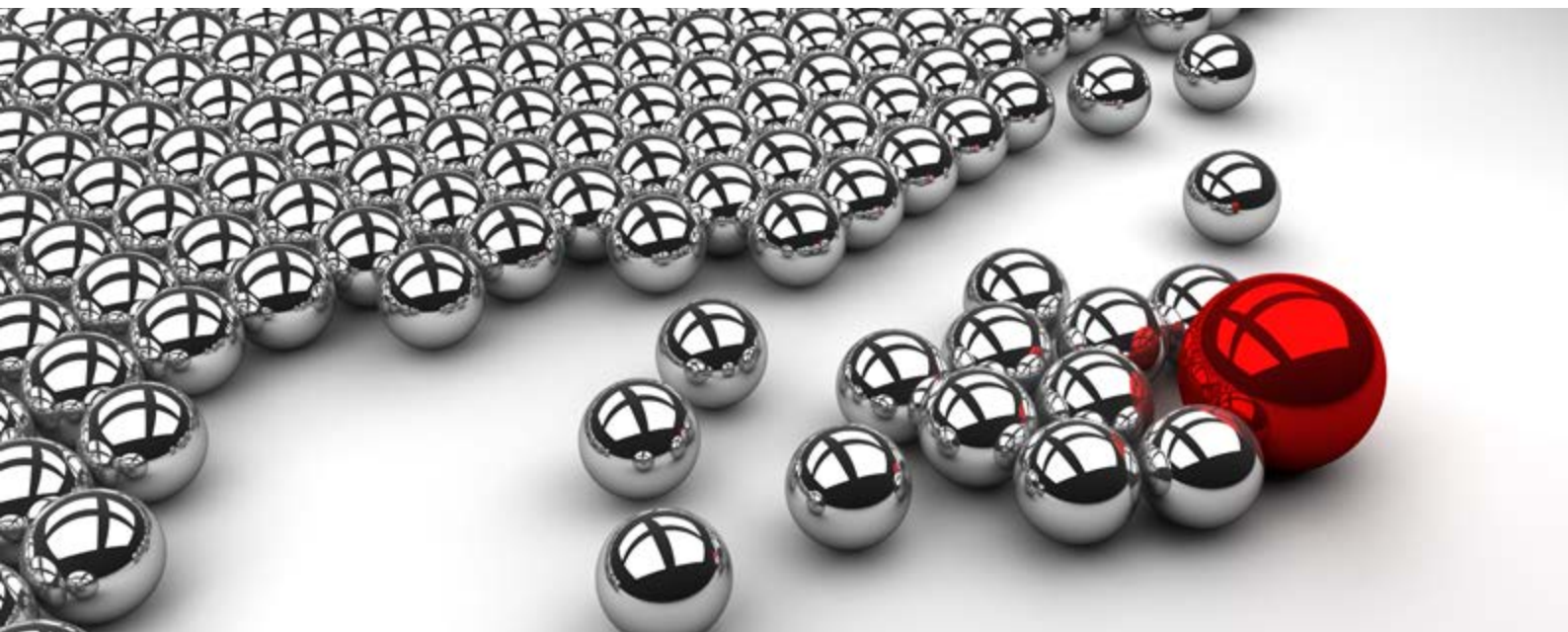


Wie wäre es, wenn wir stattdessen lieber aktiv werden in einem Umfeld, wo die Leute respektvoll miteinander umgehen.

Wo aggressives Marketing gar nicht nötig ist - ja sogar so verpönt, dass man davon lieber die Finger lässt und sich stattdessen darauf konzentriert, über das zu sprechen, was einen eh am meisten am Herzen liegt:

Die eigenen Inhalte, die mithelfen, diese Welt zu einem etwas besseren Ort zu machen.

Ein Umfeld, in dem am Ende die Seminarteilnehmer oder die Kunden praktisch von selbst kommen, weil sie sich von dir angezogen fühlen und dir deshalb vertrauen. Wo du ihnen eine Lösung zeigst und sie dich bitten, dir zu helfen. Ganz ohne Druck.



Wo Du keine Werbekosten hast, weil Dein guter Content die Arbeit macht und du zu einer kleinen Minderheit von vielleicht 5% gehörst, die über diesen Weg Kunden gewinnt.

Stell Dir vor...



- Kein Push Marketing mehr
- Keine widerlichen Kommentare unter Deinen Facebook Ads
- Die anderen behandeln Dich respektvoll und benehmen sich wie erwachsene Menschen
- Du lernst spannende Leute kennen, die anerkennend auf deine Inhalte reagieren
- Die richtigen kommen auf Dich zu, weil du sie angezogen hast
- Du bist ständig mit Deinen potenziellen Kunden im Kontakt - was Deine Botschaft verfeinert
- Du sprichst über Deine Inhalte und nicht über Marketingphrasen

Ist das möglich?

Verdienst Du dadurch am Ende mehr?

Geht es Dir emotional besser, weil Du Anerkennung anstatt Beleidigungen erlebst?

Eindeutig ja...

Vorausgesetzt Du hast ein gutes Thema, für das es einen Bedarf gibt.



Ich kenne mehrere Berater, Coaches, Experten, die heute mit einer klugen Contentstrategie mehr Seelenfrieden haben, mehr Kunden gewinnen und mehr verdienen...

ABER.....wenn es so einfach wäre, wie sich das manche vorstellen, dann würde es ja jeder schon tun :-)

Auch dieser Weg hat Tücken und Herausforderungen.

Du musst sehr genau wissen, wem du was, warum, wie und in welcher Reihenfolge erzählst - und dafür brauchst du ein System, einen Plan.

Um es genau zu sagen, du brauchst Prozesse, um folgendes zu erreichen:



1. Deinen potenziellen Kunden/TN besser zu kennen als sie sich selbst
2. Eine scharfe Positionierung
3. Eine visuelle Darstellung Deiner Einzigartigkeit
4. Eine begeisternde Botschaft
5. Einen Weg, so viel Inhalte auf Vorrat zu haben, dass Du Dich nie wieder fragen musst, was mach ich denn als nächstes für einen Post...
6. Einen Plan, Deine Inhalte effektiv auszuliefern

Hier mal ein reales, aktuelles Beispiel.



Frank Scheele ist Steuerberater und Wirtschaftsingenieur mit einem genialen Gespür für Business.
im letzten Jahr war er auf Facebook und hat versucht mit unbezahlten Posts seiner Zielgruppe Unterstützung anzubieten.

Aber Reichweite ist so nicht entstanden - eben weil Facebook organic posts nicht mehr einfach so verteilen will.

Also haben sie angefangen Geld dafür zu bezahlen und was dann passierte mal in seinen eigenen Worten:

„Ich habe dann dafür bezahlt, dass Leute unter meinen Posts Frechheiten loswerden, weil sie das nicht verstanden haben oder vielleicht auch nicht 100% meine Zielgruppe waren und dann angefangen haben, rumzustänkern.

Für mich fühlte sich das asozial an und hatte nichts mit Wertschätzung zu tun.

Als ob die schlechte Laune hatte und sich irgendwo auslassen müssen.“

Das Schlimme war, dass er diese Kommentare immer zeitnah bemerken musste, um sie sofort zu verbergen, damit seine Reputation nicht beschädigt wurde, weil dahinter ein Kommunikations-Funnel lag, der mit solchen Kommentaren natürlich nicht mehr richtig funktionieren konnte.

Und das hieß, den ganzen Tag permanent auf der Hut sein und Facebook auf dem Handy beobachten, um sofort reagieren zu können - und das bis zu 10x am Tag. Am Wochenende, im Urlaub - immer...



„Das hat mich ganz schön genervt, muss ich echt sagen...“

Also wir haben ungefähr 1000 Euro pro Monat ausgegeben und vielleicht 3 Kunden darüber gewonnen in den anderthalb Jahren.“

Also, ein gigantisches Minusgeschäft mit sehr viel Ärger

Im Juni letzten Jahres hat er sich dann eine neue Plattform gesucht und da läuft das jetzt anders

Jetzt besteht seine Arbeit darin, sich mit Menschen zu verknüpfen, die anerkennen was er zu bieten hat. Kontakte herzustellen, und das hat auch gut geklappt - inzwischen hat er über 1600 Follower.



„Ich poste ungefähr 3x die Woche und das Interessante ist, dass meine Posts manchmal bis zu 4000 Ansichten generieren und das völlig ohne Werbekosten.“

Inzwischen hat er ungefähr 10 Kontaktforderungen pro Woche. Er muss also nicht mehr Leute suchen, sondern die kommen auf ihn zu!

Und jetzt kommen auch die ersten Aufträge rein und zwar praktisch von selbst.



„Das ist ja interessant was Du machst, kann ich bei Dir was kaufen‘ sagen die dann.“

Er muss sich nicht mehr anbieten, sondern kann sich überlegen, ob er mit den Leuten zusammenarbeiten will, die sich ihm anbieten.



„Früher hat mich das echt Energie gekostet, dass ich Facebook Geld dafür bezahlt habe, dass die mir Frechheiten an den Kopf geworfen haben und bei der neuen Plattform, da gehe ich gerne rein, fühle mich wertgeschätzt und muss kein Geld für Werbung ausgeben.“

Völlig umsonst ist dieser Erfolg natürlich auch nicht - nur hier „bezahlt“ man halt mit Zeit.

Ungefähr 20 Min pro Tag muss man schon investieren und für die drei Beiträge pro Woche braucht er ungefähr anderthalb Stunden.

Aber wirtschaftlich macht das Ganze trotzdem sehr viel mehr Sinn und vor allem macht es sehr viel mehr Spaß - auch weil man ständig mit spannenden Leuten zu tun hat, die wertschätzen, was man zu bieten hat

Und übrigens - ich habe genau dieselben Erfahrungen gemacht und darum weiß ich auch -

...damit das so klappt, braucht man ein System.



Wenn Du mehr über das Thema erfahren möchtest oder wissen willst, wie ich Dir dabei helfen könnte, ein wirksames Content-System für mehr Anfragen/Seminar-Teilnehmer oder Kunden zu entwickeln, [dann hole dir jetzt hier einen Termin für ein Gespräch...](#)

Wenn Du willst, dann würde ich Dir das gleiche System vorstellen, mit dem Frank und ich und eine Reihe anderer inzwischen großen Erfolg haben.

Bis dahin - besten Gruß!



**Ein Angebot von
Centered Learning**

