

Die Leadmagnet-Titel-Matrix

Warum 95 % aller Leadmagneten von Coaches, Trainern und Beratern nur Freebie-Jäger anziehen!

Die Marktführerstrategie, wie du **Thema**, **Titel** und **Versprechen** so aufbaust, dass dein Leadmagnet nicht nur **viele Leads** bringt, sondern vor allem **passende und kaufkräftige** Interessenten für dein Angebot vorqualifiziert.

Leadmagneten sind super umstritten.

Viele behaupten, durch Leadmagnet-Funnel bekommt man nur schlechte und unpassende Leads.

Freebie-Jäger, welche am Ende ohnehin kein Geld ausgeben, Menschen, die gar nicht in die Zielgruppe passen, oder schlichtweg nicht kaufkräftig sind.

Und ganz ehrlich, 95 % der Leadmagneten, die ich da draußen sehe, machen auch genau das.

Doch wenn du eine einzige Sache richtig umsetzt, dann sind Leadmagneten aktuell mit Abstand die **beste Strategie**, um passende und kaufkräftige Kunden zu einem absoluten Top-Preis zu generieren.

Und das egal, ob über bezahlte Werbeanzeigen oder organische Maßnahmen.

Denn besonders im jetzigen Markt, in dem nicht mehr jeder einfach alles kauft, ist es umso wichtiger, dass du dem Interessenten vorher schon etwas mitgeben kannst, das beweist, dass du ein **absoluter Experte** auf deinem Gebiet bist und die Probleme des Kunden sicher lösen kannst!

Was genau braucht es, damit ein Leadmagnet wirklich gut funktioniert?

Das mit Abstand wichtigste Element, damit Leadmagneten hochprofitabel performen, ist das **Thema** und die Vermarktung des Themas, sprich der **Titel** und das **Versprechen**.

Welches Problem löst der Leadmagnet konkret?

Niemand denkt sich bewusst einen schlechten Titel aus, dennoch sind 95 % der Titel, die ich sehe, eine reine **Katastrophe(!)**, was dazu führt, dass selbst wenn der Inhalt danach überragend ist, das ganze Konzept nicht funktionieren wird.

Das ist logisch, da sich niemand den Leadmagneten holen wird. Und selbst wenn, bleibt er unangetastet, da der Bedarf, sich die Lösung anzuschauen, zu gering ist.

Doch wie genau sieht ein richtig guter **Titel** aus, wie finde ich das **passende Thema**, und was genau sind die ganz **großen Fehler**, welche gemacht werden?

Wichtigste Grundregel

Es braucht entweder ein ganz konkretes **Problem**, welches der Interessent lösen MUSS, oder ein konkretes **Ziel**, welches er erreichen MUSS, da sonst sehr negative Konsequenzen folgen.

Typische Fehler

Wichtiger Hinweis: Die folgenden Beispiele sind keine vollständigen Titel, viele davon würden allein nicht funktionieren. Die meisten Titel bestehen aus einem Namen, einem Haupttitel und einem Untertitel.

Fehler Nr. 1 · Kein oder zu stumpfes Egotabeling

Negativbeispiel: Schritt-für-Schritt-Anleitung, um deinen Bauchspeck loszuwerden.

Negativbeispiel: 5 Tipps, um die beste Führungskraft zu sein, die du werden kannst.

Positivbeispiel: Familienvater mit mindestens 20 kg Übergewicht.

Wie du als empathische Führungskraft in der Pflegebranche ...

Wichtiger Hinweis Egotabeling ist gar nicht so relevant, wenn die folgenden Fehler nicht gemacht werden!

Fehler Nr. 2 · Fehlende Spezifität des Problems bzw. Ziels (zu weit gefasst)

Negativbeispiel: Endlich mehr Kunden durch bezahlte Werbeanzeigen.

Positivbeispiel: Warum die [geheime Methode] der sicherste und schnellste Weg ist, planbar von [Ist-zustand, den man nicht mehr dulden kann] zu [Soll-Zustand, den man unbedingt erreichen möchte] zu gelangen.

Fehler Nr. 3 · Fehlende Spezifität der angesprochenen Zielgruppe (das Problem bzw. Ziel betrifft nicht nur deine Zielgruppe)

Negativbeispiel: Chessence GmbH - Der Carlsen Code

Positivbeispiel: Jan Haubrich - Abnehmen

Fehler Nr. 4 · Biggest Desire verfehlt

Wichtig: Selbst wenn das Problem exakt zur Zielgruppe passt, aber etwas anderes wichtiger ist, bringt es dir gar nichts!

Extremes Negativbeispiel: Mitarbeitergewinnung in Branchen, welche aktuell entlassen.

Negatives Beispiel: Wie Steuerberater mit Instagram Reels mehr Sichtbarkeit aufbauen.

Warum schlecht: Sichtbarkeit kann relevant sein, aber das größte Verlangen ist meistens nicht Sichtbarkeit. Es sind vielmehr qualifizierte Mandanten, bessere Mandate, weniger Preisdruck und weniger Abhängigkeit von Empfehlungen.

Positivbeispiel: Wie du als spezialisierter Steuerberater planbar 5 bis 10 qualifizierte Erstgespräche pro Woche mit GmbH-Geschäftsführern gewinnst, ohne täglich Content posten zu müssen.

Fehler Nr. 5 · Kein Neugier-Trigger

Die Methode muss einzigartig und geheimnisvoll wirken. Niemand möchte Dinge, von denen er glaubt, sie bereits zu kennen.

Negativbeispiel: 5 Tipps, wie du mehr Kunden über Social Media gewinnst.

Warum schlecht Klingt bekannt. Hat jeder schon gehört. Tipps, Social Media, mehr Kunden. Das erzeugt keine Spannung.

Positivbeispiel: Die 3 unsichtbaren Profil-Fehler, wegen denen deine Reels zwar Reichweite bekommen, aber keine Anfragen auslösen.

Positivbeispiel: *Das Andromeda High-Ticket Advertising System*. Dieses Insider-Dokument aus dem Silicon Valley enthüllt, warum Hochpreisangebote in Meta Ads nicht mehr so funktionieren wie früher, und zeigt erstmals klare Strategien, um den neuen Algorithmus auszutricksen.

Lerne, wie du dieses System im deutschen Markt als einer der Ersten etablierst (mit einem ROAS über 10!) und dir somit einen riesigen Vorsprung gegenüber deiner Konkurrenz sicherst.

Fehler Nr. 6 · Unternehmerisches oder privates Einkommenslevel passt nicht zum Problem bzw. Thema (ein Hauptgrund für nicht zahlungskräftige Leads)

Negativbeispiel: Wie du mit Immobilien langfristig Vermögen aufbaust.

Warum schlecht: Das klingt für fast jeden attraktiv, auch für Menschen, die gerade kaum Eigenkapital haben, keine Finanzierung bekommen oder noch gar nicht in der Lage sind, eine Beratung oder ein Investment umzusetzen. Der Titel filtert nicht nach Kaufkraft, Einkommen oder tatsächlichem finanziellen Hebel.

Positivbeispiel: Wie Gutverdiener mit hoher Steuerlast durch vermietete Immobilien jährlich über 15.000 € Einkommensteuer sparen und gleichzeitig Vermögen aufbauen, ohne sich blind auf Makler, Banken oder schöngerechnete Renditeobjekte zu verlassen.

Warum besser: Dieser Titel ist für Menschen mit niedriger Steuerlast sofort uninteressant. Wer kaum Einkommensteuer zahlt, hat hier keinen großen Hebel. Wer aber jedes Jahr hohe Steuerzahlungen hat, erkennt sofort den konkreten Nutzen. Der Titel spricht dadurch automatisch eher Menschen mit starkem Einkommen, hoher Kaufkraft und echtem Handlungsdruck an.

Fehler Nr. 7 · Kein Tracking

Nur die Conversion sagt dir, was funktioniert und was nicht. Der bestklingende Titel kann trotzdem nicht performen, während der simpelste Titel herausragend performen kann.

Wichtig ist eine dauerhafte Überprüfung der Conversion sowie stetiges **Testen** und **Optimieren**.

Unterm Strich

Der beste Titel ist der, welcher funktioniert! Dazu müssen folgende Faktoren kombiniert sein.

1. Ein klares Problem muss gelöst oder ein Ziel erreicht werden. (Das ist im Grunde dasselbe, wird nur je nach Zielgruppe anders formuliert.) Bestenfalls das wichtigste Ziel bzw. Problem, das diese Zielgruppe hat. Auch hier hilft oftmals nur Testen, welche Variante besser klappt.
2. Das Problem bzw. Ziel muss so klar definiert sein, dass es unabhängig von der Zielgruppenansprache nur für passende Kunden relevant ist, sowohl inhaltlich als auch von der Kaufkraft her.
3. Der Titel und das Thema müssen so klingen, dass es etwas Neues ist, was der Interessent noch nicht kennt, denn Neugier ist einer der stärksten Trigger.
4. Ohne Tracking kannst du es direkt bleiben lassen, denn Marketing ist kein Ratespiel.

Dein nächster Schritt ist entscheidend!

Du hast jetzt einige sehr wichtige Impulse von mir bekommen.

Gleichzeitig ist das jedoch nur die Spitze des Eisberges, wenn es darum geht, hohe Umsätze durch Leadmagneten zu erzielen.

Was ist neben dem Titel noch wichtig?

Bevor der Titel gut sein kann, braucht es überhaupt erstmal eine Produktkommunikation, sodass dein Angebot unwiderstehlich wird. Wir nennen es die 5 Dimensionen des Angebotes.

Du musst nicht nur die Probleme und Ziele deiner Zielgruppe kennen, sondern exakt wissen, welche Hormone es zu triggern gilt, um wirklich aus Interesse einen echten Bedarf zu machen.

Das nennen wir neuronale Zielgruppenanalyse.

Die Technik muss sauber und flüssig sein und hier ist das, was im Hintergrund passiert, deutlich wichtiger, als das, was man von außen sieht. Eine Mail im Spamordner hat noch niemanden reich gemacht. Tracking, Vertrieb, Automatisierungen, Mails, Funnel, Ads, alles muss wie ein gut geschmiertes Getriebe laufen.

Wir bei [Leadmagnet.de](https://leadmagnet.de) sind der führende Anbieter, wenn es darum geht, Done for You einen Leadmagnet-Funnel aufzubauen, denn das machen wir seit nun 7 Jahren tagtäglich mit unseren Kunden.

Und ich möchte dich einladen, nicht zu einem stumpfen Verkaufsgespräch, sondern ich möchte dir einmal ganz transparent von A bis Z zeigen, wie dein Prozess aussehen kann.

Ich öffne unsere Motorhaube und wir erarbeiten gemeinsam ein Konzept, mit dem du **hohe 5- oder 6-stellige** Monatsumsätze für dich erzielst.

Wenn dein Leadmagnetfunnel aktuell **ohne nennenswerte Ergebnisse!** (ROAS größer 8) geblieben bist, machst du wahrscheinlich gerade etwas falsch.

Ich zeige dir was es ist und gebe dir die Lösung mit.

Zum kostenlosen Erstgespräch → <https://leadmagnet.de>

Es geht um dein Business und deinen Erfolg! Also, handel jetzt und buche einen Termin.

Nino Tschöpe

Gründer und Geschäftsführer