



Beispiel 1

“Problem-Ursache Enthüllung”

Erfolgreiche E-Mail Struktur: "Problem-Ursache Enthüllung"

Hallo Fabian!

"Verschicke so viele Emails, aber meine Interessenten kaufen einfach nicht!?"

Ich sage dir am besten gleich, woran es liegt:

Dein Lead Magnet ist falsch.

Obwohl sich Interessenten deinen Lead Magneten angesehen haben, glauben sie immer noch nicht, dass du ihnen helfen kannst.

Da kannst du noch so viele Emails schicken.

Sie glauben es trotzdem nicht.

Zwei Ursachen:

- Lead Magnet löst nicht das Problem, dass zu deinen Angeboten passt
- Oder, dein Lead Magnet löst das Problem nur oberflächlich

Damit deine Interessenten endlich zu Kunden werden, müssen sie ZUERST glauben, dass du ihnen helfen kannst.

Anstatt vergeblich zu versuchen sie mit Worten zu überzeugen, lass Taten sprechen.

Löse mit deinem Lead Magneten ein relevantes (Teil-)Problem vollständig.

Das macht es 100-mal leichter, selbst mit wenigen Emails mehr neue Kunden zu gewinnen.

[>> So erstellst du Schritt-für-Schritt den perfekten Lead Magneten](#)

Viel Erfolg damit,
Fabian



Erwähne spezifisches Problem oder Ergebnis, das mit Angebots-Thema zusammenhängt.

Erfolgreiche E-Mail Struktur: "Problem-Ursache Enthüllung"

Hallo Fabian!

"Verschicke so viele Emails, aber meine Interessenten kaufen einfach nicht!?"

Ich sage dir am besten gleich, woran es liegt:

Dein Lead Magnet ist falsch.

Obwohl sich Interessenten deinen Lead Magneten angesehen haben, glauben sie immer noch nicht, dass du ihnen helfen kannst.

Da kannst du noch so viele Emails schicken.

Sie glauben es trotzdem nicht.

Zwei Ursachen:

- Lead Magnet löst nicht das Problem, dass zu deinen Angeboten passt
- Oder, dein Lead Magnet löst das Problem nur oberflächlich

Damit deine Interessenten endlich zu Kunden werden, müssen sie ZUERST glauben, dass du ihnen helfen kannst.

Anstatt vergeblich zu versuchen sie mit Worten zu überzeugen, lass Taten sprechen.

Löse mit deinem Lead Magneten ein relevantes (Teil-)Problem vollständig.

Das macht es 100-mal leichter, selbst mit wenigen Emails mehr neue Kunden zu gewinnen.

[>> So erstellst du Schritt-für-Schritt den perfekten Lead Magneten](#)

Viel Erfolg damit,
Fabian

Erwähne spezifisches Problem oder Ergebnis, das mit Angebots-Thema zusammenhängt.

Decke auf, warum es schwierig (oder wichtig) ist, das Problem zu lösen oder das Ergebnis zu erzielen.

Erfolgreiche E-Mail Struktur: "Problem-Ursache Enthüllung"

Hallo Fabian!

"Verschicke so viele Emails, aber meine Interessenten kaufen einfach nicht!?"

Ich sage dir am besten gleich, woran es liegt:

Dein Lead Magnet ist falsch.

Obwohl sich Interessenten deinen Lead Magneten angesehen haben, glauben sie immer noch nicht, dass du ihnen helfen kannst.

Da kannst du noch so viele Emails schicken.

Sie glauben es trotzdem nicht.

Zwei Ursachen:

- Lead Magnet löst nicht das Problem, dass zu deinen Angeboten passt
- Oder, dein Lead Magnet löst das Problem nur oberflächlich

Damit deine Interessenten endlich zu Kunden werden, müssen sie ZUERST glauben, dass du ihnen helfen kannst.

Anstatt vergeblich zu versuchen sie mit Worten zu überzeugen, lass Taten sprechen.

Löse mit deinem Lead Magneten ein relevantes (Teil-)Problem vollständig.

Das macht es 100-mal leichter, selbst mit wenigen Emails mehr neue Kunden zu gewinnen.

[>> So erstellst du Schritt-für-Schritt den perfekten Lead Magneten](#)

Viel Erfolg damit,
Fabian

Erwähne spezifisches Problem oder Ergebnis, das mit Angebots-Thema zusammenhängt.

Decke auf, warum es schwierig (oder wichtig) ist, das Problem zu lösen oder das Ergebnis zu erzielen.

Enthülle die Hauptursache, warum sie sich schwertun, das Problem zu lösen oder das Ergebnis zu erzielen.

Erfolgreiche E-Mail Struktur: "Problem-Ursache Enthüllung"

Hallo Fabian!

"Verschicke so viele Emails, aber meine Interessenten kaufen einfach nicht!?"

Ich sage dir am besten gleich, woran es liegt:

Dein Lead Magnet ist falsch.

Obwohl sich Interessenten deinen Lead Magneten angesehen haben, glauben sie immer noch nicht, dass du ihnen helfen kannst.

Da kannst du noch so viele Emails schicken.

Sie glauben es trotzdem nicht.

Zwei Ursachen:

- Lead Magnet löst nicht das Problem, dass zu deinen Angeboten passt
- Oder, dein Lead Magnet löst das Problem nur oberflächlich

Damit deine Interessenten endlich zu Kunden werden, müssen sie **ZUERST** glauben, dass du ihnen helfen kannst.

Anstatt vergeblich zu versuchen sie mit Worten zu überzeugen, lass Taten sprechen.

Löse mit deinem Lead Magneten ein relevantes (Teil-)Problem vollständig.

Das macht es 100-mal leichter, selbst mit wenigen Emails mehr neue Kunden zu gewinnen.

[>> So erstellst du Schritt-für-Schritt den perfekten Lead Magneten](#)

Viel Erfolg damit,
Fabian

Erwähne spezifisches Problem oder Ergebnis, das mit Angebots-Thema zusammenhängt.

Decke auf, warum es schwierig (oder wichtig) ist, das Problem zu lösen oder das Ergebnis zu erzielen.

Enthülle die Hauptursache, warum sie sich schwertun, das Problem zu lösen oder das Ergebnis zu erzielen.

Erwähne, wie man die Hauptursache lösen kann, ohne die Lösung zu verraten.

Erfolgreiche E-Mail Struktur: "Problem-Ursache Enthüllung"

Hallo Fabian!

"Verschicke so viele Emails, aber meine Interessenten kaufen einfach nicht!?"

Ich sage dir am besten gleich, woran es liegt:

Dein Lead Magnet ist falsch.

Obwohl sich Interessenten deinen Lead Magneten angesehen haben, glauben sie immer noch nicht, dass du ihnen helfen kannst.

Da kannst du noch so viele Emails schicken.

Sie glauben es trotzdem nicht.

Zwei Ursachen:

- Lead Magnet löst nicht das Problem, dass zu deinen Angeboten passt
- Oder, dein Lead Magnet löst das Problem nur oberflächlich

Damit deine Interessenten endlich zu Kunden werden, müssen sie ZUERST glauben, dass du ihnen helfen kannst.

Anstatt vergeblich zu versuchen sie mit Worten zu überzeugen, lass Taten sprechen.

Löse mit deinem Lead Magneten ein relevantes (Teil-)Problem vollständig.

Das macht es 100-mal leichter, selbst mit wenigen Emails mehr neue Kunden zu gewinnen.

[>> So erstellst du Schritt-für-Schritt den perfekten Lead Magneten](#)

Viel Erfolg damit,
Fabian

Erwähne spezifisches Problem oder Ergebnis, das mit Angebots-Thema zusammenhängt.

Decke auf, warum es schwierig (oder wichtig) ist, das Problem zu lösen oder das Ergebnis zu erzielen.

Enthülle die Hauptursache, warum sie sich schwertun, das Problem zu lösen oder das Ergebnis zu erzielen.

Erwähne, wie man die Hauptursache lösen kann, ohne die Lösung zu verraten.

Nenne Vorteil, wenn die Problem-Ursache beseitigt ist und, dass sie auf den Link klicken sollen, wenn sie die Lösung sehen möchten.