

UNSER **GEHEIMES** CONTENT-FRAMEWORK

Wie wir ohne aktive Neukunden-Akquise jeden Monat 5-stellige Umsätze generieren.

Copyright ©NextSimu Media Self-Published

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, verboten.

Kein Teil dieses Werkes darf ohne schriftliche Genehmigung des Autors in irgendeiner Form reproduziert, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Seit gut **1,5 Jahren** bieten wir jetzt Content-Erstellung als Dienstleistung für **Coaches, Berater und Dienstleister** an.

In diesem Zeitraum durften wir **über 5000 Instagram Posts** für unsere Kunden erstellen und einiges an Erfahrung sammeln.

+5000

+5000

+5000

VORWORT

Um den **Erfolg unserer Inhalte und Designs zu gewährleisten**, haben wir verschiedene **Workflows, Konzepte & Strategien** entwickelt.



Dazu gehört auch unser **geheimes Content-Framework**, welches wir bisher nicht mit der Öffentlichkeit geteilt haben.

Nicht mal unsere Kunden hatten bisher Zugriff zu diesem Framework.



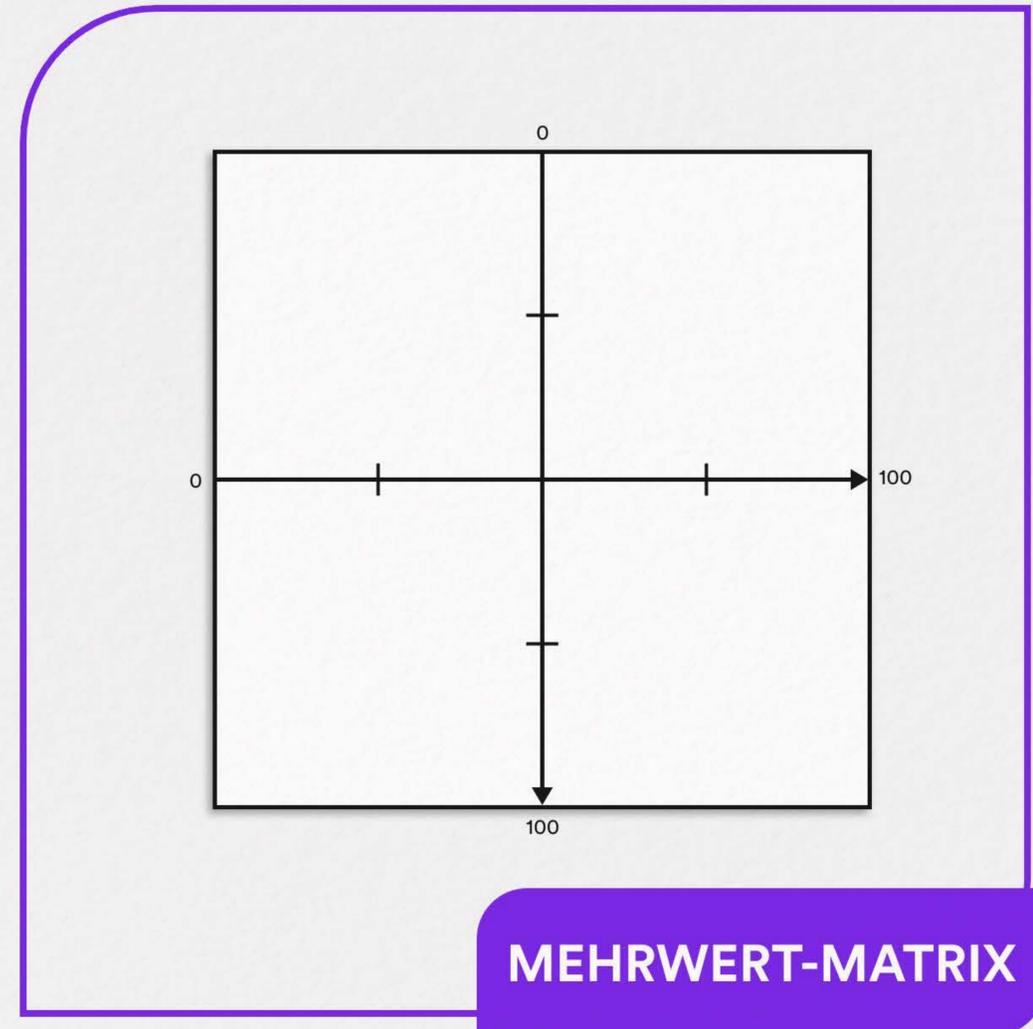
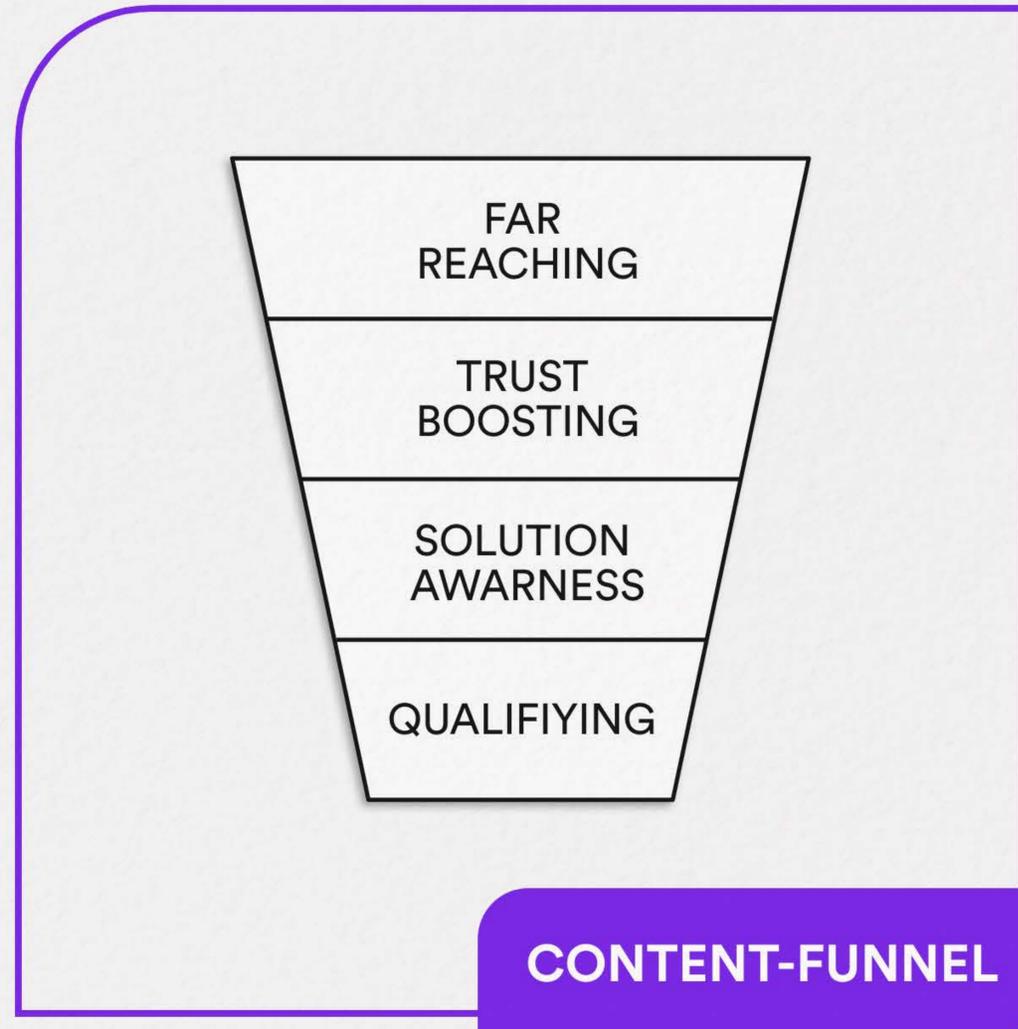
Deshalb möchten wir dich, als Leser auch darum bitten:

Nutze das Framework **zu deinem Vorteil**, baue deine Content-Strategie auf und **gewinne Kunden damit**, aber lass es **unser kleines Geheimnis** bleiben.

Lass uns nicht mehr lange um den heißen Brei reden & zum **Framework** kommen.



Das Framework besteht aus **zwei interdependenten Bestandteilen**:



DIE **2** FUNDAMENTENTE



CONTENT-FUNNEL

Der Content Funnel besteht aus vier verschiedenen Modulen.

4



Den Content Funnel kennst du eventuell schon aus einem Post auf dem Account @timopapendiek.

Dies ist der einzige Part des Content-Frameworks, den wir schon veröffentlicht haben.

Die wirkliche **Magie** entsteht allerdings in der **Mehrwert-Matrix**.

01

FAR REACHING **CONTENT**

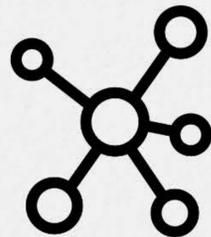
Top of the Funnel

In der ersten Phase des Funnels möchten wir **so viele Menschen** aus unserer Zielgruppe erreichen **wie nur möglich**. Deshalb nutzen wir hier Formate, die schnell zu konsumieren sind (Reels und Single Posts) und dadurch **tendenziell mehr Reichweite** generieren.



Außerdem verpacken wir hier Themen, die für eine **breite Masse** ansprechend sind.

Wir sprechen hier **noch nicht** über **fachspezifische Strategien**, sondern eher über simple **Einsteiger-Themen**.



Damit stellen wir sicher, dass wir eine **breite Masse von Menschen** erreichen, die trotzdem ein **Grundinteresse für unser Thema** haben.

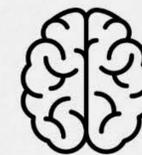
2

TRUST BOOSTING CONTENT

Second Step of the Funnel

Jetzt gilt es, mit unserer **Expertise** zu überzeugen und **Vertrauen** aufzubauen.

Hier kannst du jetzt auch **spezifischere Themen** in längeren Formaten (z.B. Karussells) ansprechen.



Beachte hierbei aber den **Wissensstand der Zielgruppe**.

Deine neuen Follower sind **keine Profis**.

Sie kennen **gängige Fachwörter** aus deiner Nische gegebenenfalls nicht.

Halte also auch spezifischere Themen so simpel wie möglich und fasse dich hier **dennoch kurz**.

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10



SOLUTION AWARENESS

Third Step of the Funnel

Deine **Follower** haben **Probleme** und möchten von dir jetzt die Lösung.

Doch wie sollen sie auf dein Angebot aufmerksam werden, wenn du es ihnen nicht zeigst?



Teile dein **Angebot** in der **Story** und zeige auch regelmäßig **Kundenergebnisse**, um das Interesse deiner Follower zu wecken.

In diesem Schritt kannst du schon den Link zu einem eher **weniger erklär bedürftigem** und **günstigem** Angebot teilen.

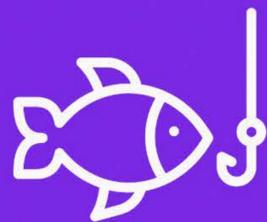
04 QUALIFYING PROCESS

Bottom of the Funnel

Bei **High Price Angeboten**, wie Coachings und Dienstleistungen, reicht der dritte Schritt alleine meist nicht für einen Sale aus.



Bei diesen Angeboten müssen wir zuerst die **Verkaufsumgebung wechseln**. In den meisten Fällen gehen wir hier in ein **Verkaufsgespräch per Zoom**.



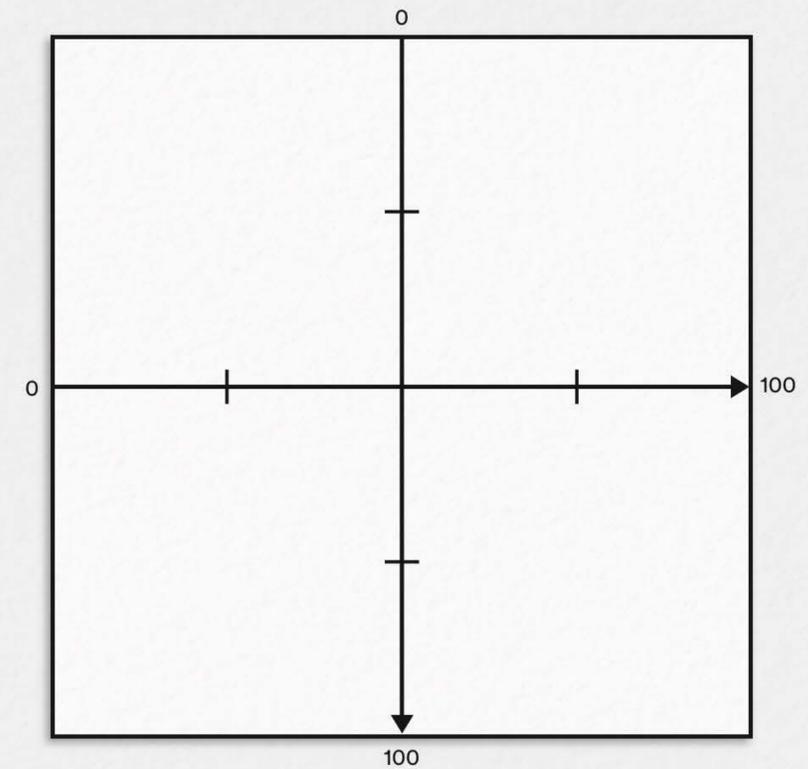
Deshalb werfen wir bei diesen Angeboten wie in Modul 3 unseren **Köder** aus und sorgen dafür, dass Interessenten uns eine **Direktnachricht** senden.

Hier können wir **Leads vorqualifizieren** und ein **Setting- und/oder Closing-Gespräch** terminieren.



MEHRWERT-MATRIX

Um jetzt sicherzustellen, dass wir in jedem Schritt des Content-Funnels auch **Inhalte** liefern, die unsere **Zielgruppe überzeugen**, gehen wir mit der Mehrwert-Matrix in die Tiefenanalyse.

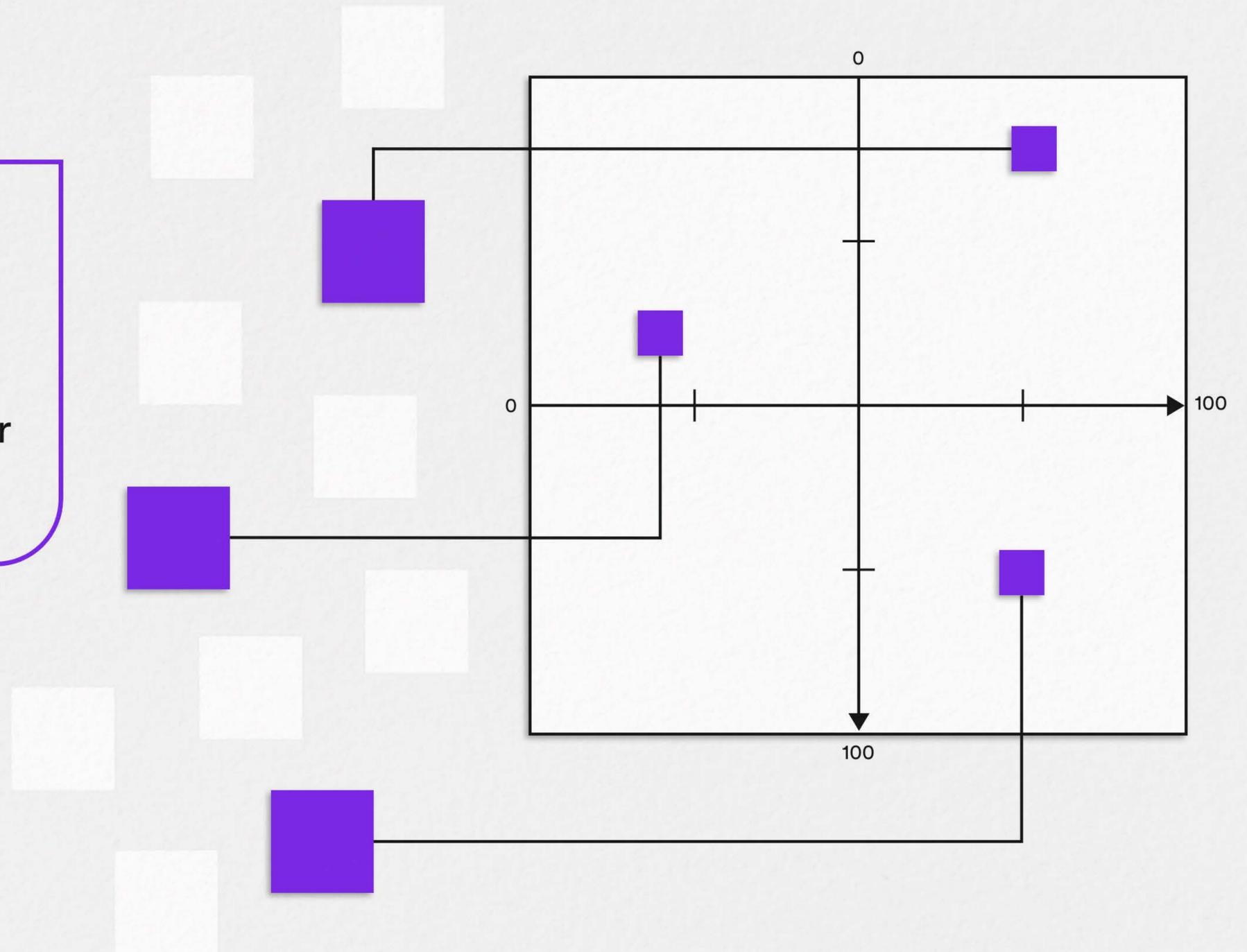


MEHRWERT-MATRIX

Wir analysieren hierbei **Content**, der bereits **auf Instagram geteilt** wurde.

Dafür kannst du **große Accounts** aus **deiner Nische** heraussuchen oder in die passenden **Hashtags** gehen.

Der gesammelte Content aus unserer Nische wird dann **in die Mehrwert-Matrix einsortiert**.



NUTZEN

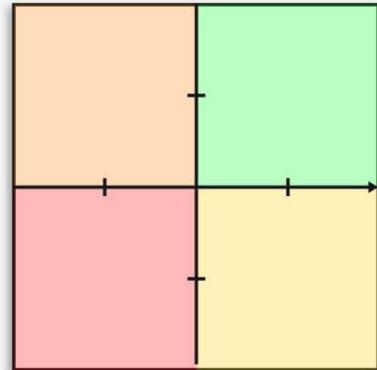
Die **horizontale Skala** steht für den **inhaltlichen Wert**.

Sie zeigt also, wie groß der **Nutzen des Posts** ist.

SÄTTIGUNG

Die **vertikale Skala** steht für die **Sättigung**.

Sie zeigt, wie weit bestimmte Content-Arten auf Instagram **verbreitet** sind.

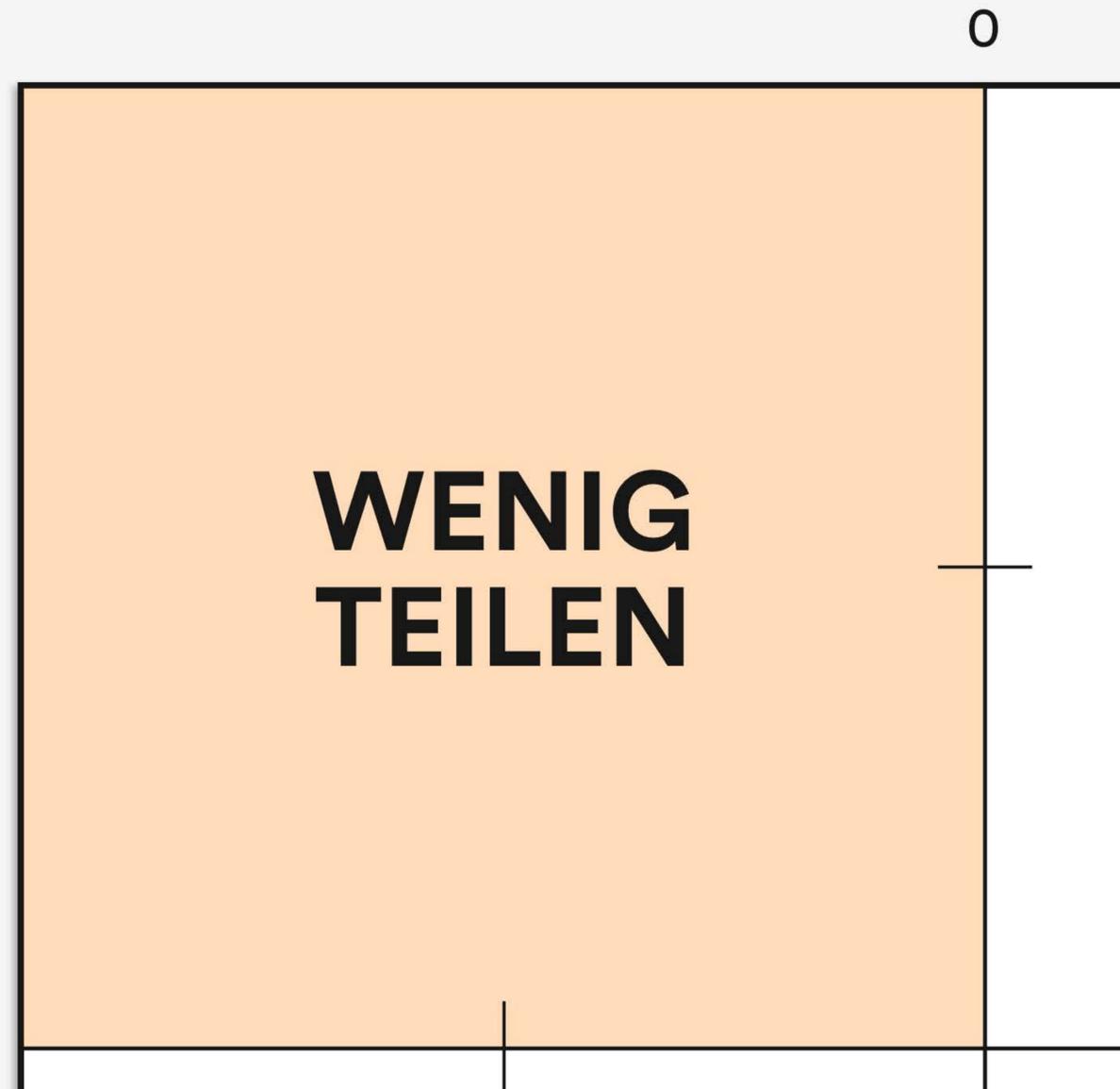


Je nachdem, in welchem **Quadranten** sich deine Content-Art einsortiert, siehst du direkt, **wie oft oder ob** du diese Content-Art auch nutzen solltest.

Der **obere linke Quadrant** bedeutet, dass alles, was sich hier einfindet (Wenig-Mittlere Sättigung & geringer Nutzen), Content ist, den du **eher weniger teilen** solltest.

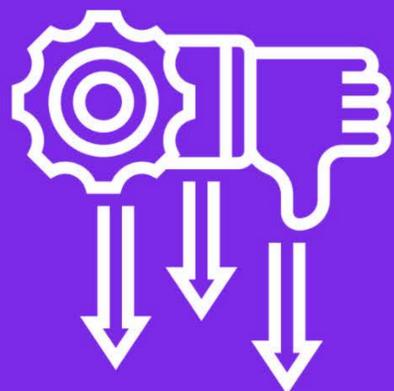
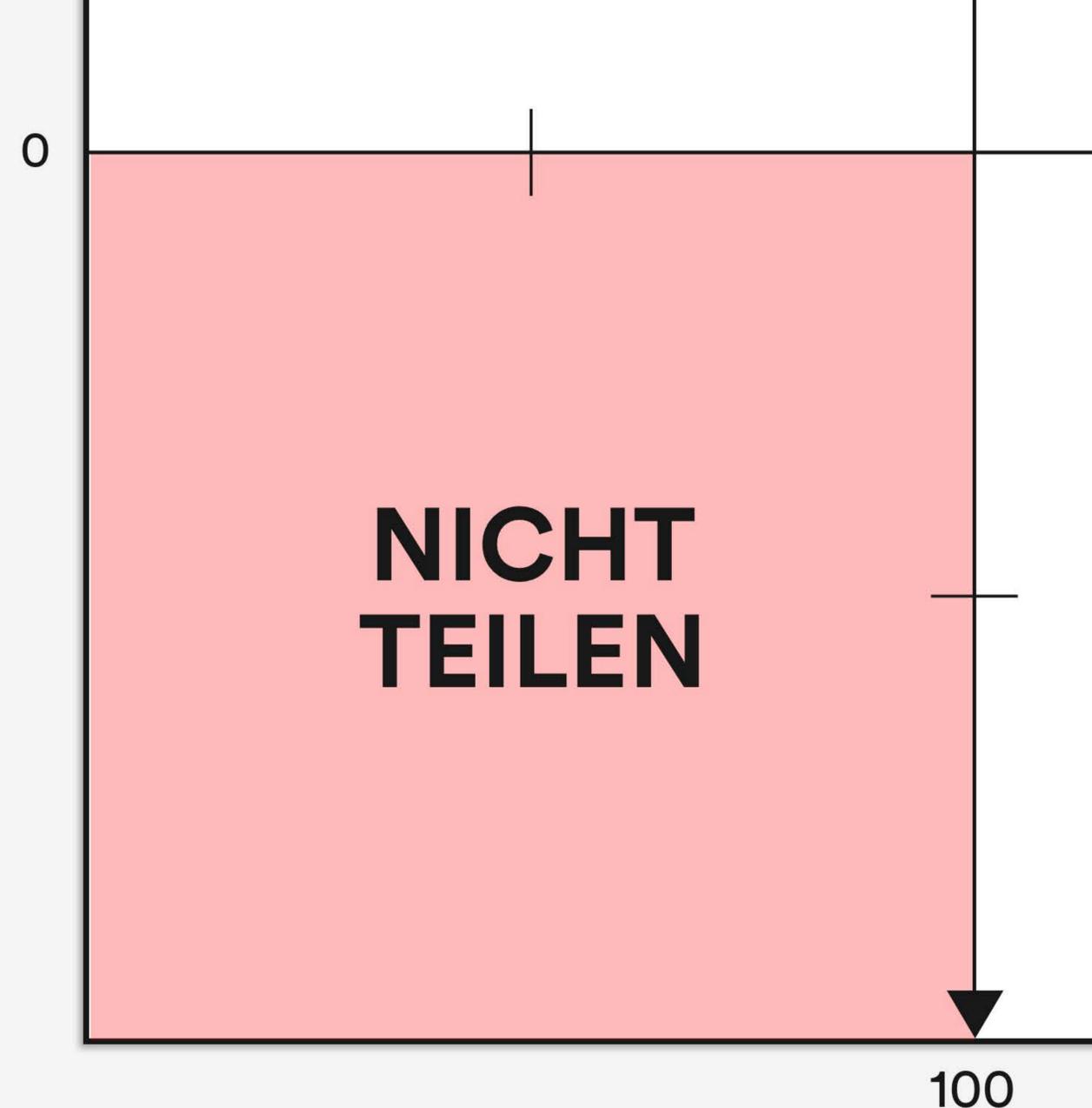
In der Marketing-Nische sind Zitate beispielsweise nicht weit verbreitet, sie bieten aber auch keinen wirklich großen Nutzen für die Zielgruppe.

Deshalb sollten wir diesen Content eher wenig bis gar nicht verwenden.



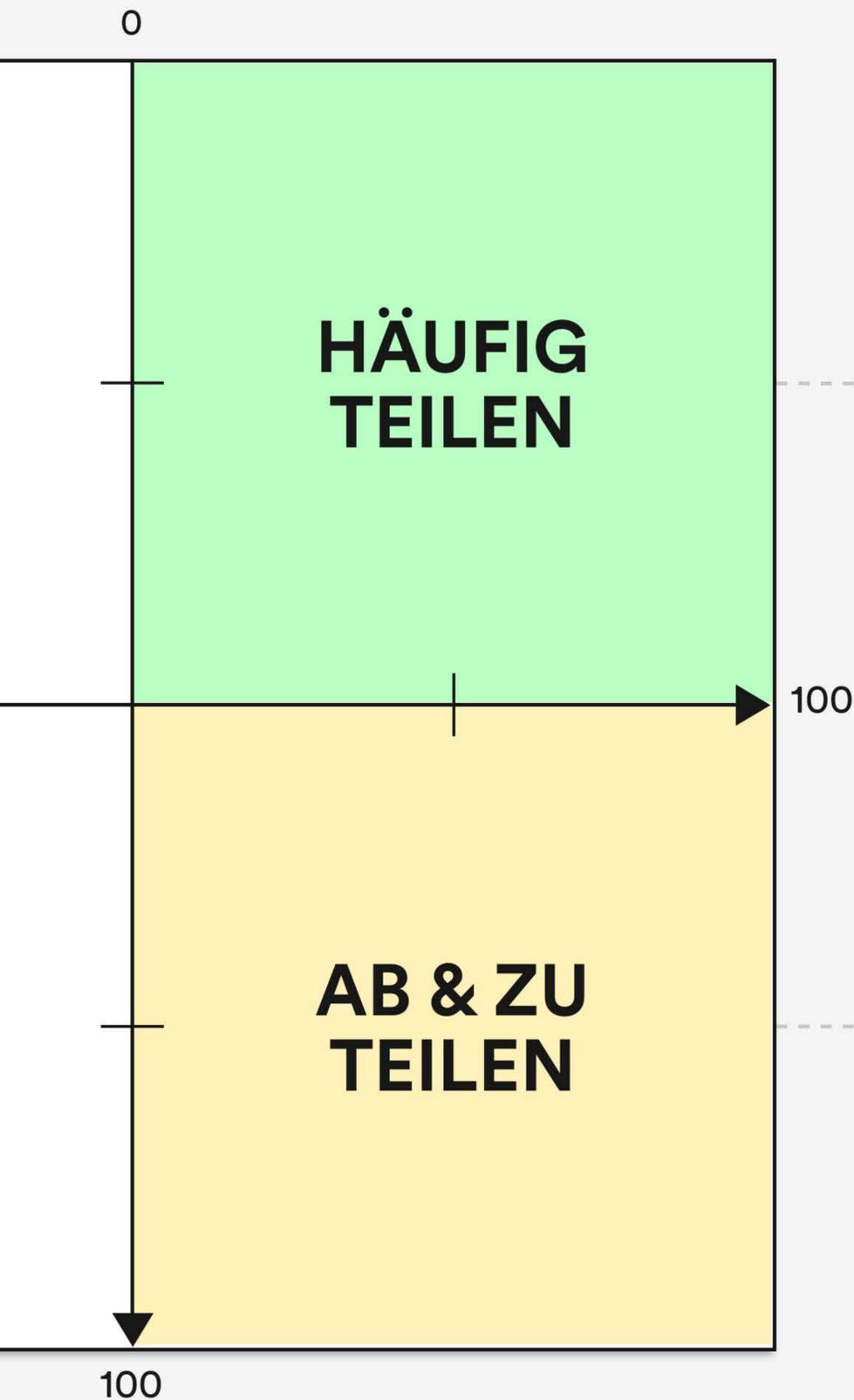
Der **Quadrant unten links** zeigt Content-Arten, die wir **nicht** in unserer Strategie nutzen sollten (Stark gesättigt und wenig Nutzen).

Hierzu gehören unter anderem **reine Werbe-Posts** im Feed oder **zusammenhangslose private Bilder**.



Diese Art von Content **schadet dir** eher, als dass sie dich auf Instagram voranbringt.

Denn sie wird **keine Reichweite** bringen, **keine Traumkunden** anziehen & dich langfristig **demotivieren**.



Der **obere rechte Quadrant** zeigt den Content, den wir **am meisten teilen** sollten (Hoher Nutzen und geringe Sättigung).

Hier überzeugen wir Profilbesucher uns zu folgen und bauen Vertrauen auf.

Der **untere rechte Quadrant** enthält die Posts, die wir **ab und zu teilen** sollten (Mittlere bis hohe Sättigung und hoher Nutzen).

Dieser Content ist meist der, der hohe Reichweite erzielt.

HINWEIS

Das Content-Framework mag auf den ersten Blick relativ simpel erscheinen, jedoch ist der Part der Recherche **ziemlich umfassend** und **unfassbar wichtig**, damit du schnell Inhalte findest, die deine Zielgruppe ansprechen.

Steck hier etwas mehr Zeit rein und analysiere deine Nische so **ausführlich wie möglich**.

Durchleuchte alle möglichen Hashtags und großen Accounts aus deinem Bereich, um die perfekte Schnittmenge zu finden und daraus deine **verkaufsfördernde Content-Strategie** zu bauen.

DEIN GOLDENES TICKET

Eine **gute Content-Strategie bildet die Basis** für deinen Erfolg als Coach, Dienstleister oder Berater auf Instagram.

Jedoch gehört noch etwas mehr als guter Content dazu, wenn du **viele Follower erreichen & Kunden gewinnen** möchtest.

Da die weiteren Hebel aber sehr **individuell** sind, möchten wir dir heute eine **Strategie-Session** im Wert von **97 €** schenken.

Fülle unter folgendem Link das Formular aus und wir zeigen dir **unverbindlich und kostenfrei**, was deine nächsten Schritte sein sollten, damit du deine Ziele auf Instagram erreichst.

HIER GEHTS ZU DEINEM GESCHENK