

DER MINDSET PODCAST MIT JULIA LAKAEMPER

TRANSKRIPT FOLGE 115:

Warum ich einen Newsletter als Marketing-Kanal empfehle



Du hörst den Mindset Podcast mit Julia Lakaemper - Folge 115.

Willkommen zum Mindset Podcast. Hier lernst du, wie du dein Gehirn mehr zu deinem Vorteil einsetzt, souveräner mit Herausforderungen umgehst, in deiner Selbstständigkeit mehr Geld verdienst, produktiver

arbeitest und dir letztlich das Leben erschaffst, dass du wirklich leben willst. Ich bin deine Gastgeberin, zertifizierte Mindset und Business Coach Julia Lakaemper.

Hallo. Der Sommer ist vorbei und ich finde es fabelhaft. Ich gehöre zu dem kleineren Teil der Menschheit, der immer total happy ist, wenn der Sommer sich dem Ende neigt. Gar nicht, weil ich Sommer nicht mag, sondern weil ich irgendwann einfach genug habe. Und dann würde es mir tatsächlich auch reichen, wenn der Sommer für drei Wochen verschwinden würde und es regnet und alles noch mal ein bisschen

grüner wird oder auch herbstlich bunt, finde ich auch toll. Und wenn dann wiederkommen würde. Aber das ist anders.

*Vor allem in Berlin kommt dann monatelang ein ganz anderer Vibe. Aber auch das ist okay. Im besten Fall hilft wegfahren. Ich habe heute einen großen Erfolg mitgebracht von unserer Seite und **8 Lektionen**, die ich dabei gelernt habe und die ich gerne mit dir teilen möchte. Also wir waren schon öfter knapp unter dem Ziel, die 50 Teilnehmenden für die Money Flow Academy zu knacken. Und für mich war das immer ein Meilenstein, weil wenn man es mal grob über den Daumen rechnet, sind es also erstmal sind das 50 Menschen, die wir unterstützen können, was ja der Hammer ist. Und dann ist es auch aus unternehmerischer Sicht, ist es halt ein 100.000 Euro Launch, wenn wir 2.000 Euro Gebühr mal 50 rechnen.*

Und dieser Meilenstein, den hatte ich zwar in US Dollar schon mal gemogelt erreicht und es war mir aber immer ein Anliegen, das zu erreichen. Wir haben das dieses Jahr auf unser Jahresziel geschrieben und dann haben wir es aber ehrlich gesagt auch wieder vergessen. Wir hatten dann ein anderes Konzept etabliert, und zwar, dass wir einfach nur das erreichen wollen, was wir letztes Jahr schon hatten. Und letztes Jahr hatten wir keine 50 Teilnehmer in einem Launch. Ich glaube, das Beste waren 44. Und das ist natürlich knapp unter 50, aber immer noch knapp verfehlt, ist auch vorbei. Das war mir ein Anliegen, das irgendwie zu schaffen, aber in diesem Launch hatte ich es tatsächlich nicht bewusst auf dem Schirm bis kurz vor Ende des Launches und dazu erzähle ich auch gleich noch was.

Insgesamt sind wir jetzt 53 Teilnehmende, die aktuell dabei sind und der größte, aller aller allergrößte Win ist, wie wir das erreicht haben. Und das sind auch die Lektionen, die ich dir mitgebracht habe, nämlich ganz entspannt und ganz unverkrampft, mit guter Laune und auch völlig unperfekt. Und das ist glaube ich, was, also überhaupt, wenn man so auf ein Business von außen schaut oder was ich auch höre von meinen Kunden, wie sie gerade in meiner Mastermind, wenn ich so ein bisschen mehr auch hinter den Kulissen verrate und erzähle, sind die immer, atmen die total auf und ich merke, wie so die Schultern sich entspannen und so ein ein sanfter, romantischer Blick quasi in die Augen legt, wenn sie hören, dass wir Fehler machen, dass wir unperfekt sind, dass wir chaotischer sind, als sie das denken. Das heißt jetzt nicht, dass wir unprofessionell sind, aber manchmal stolpern wir auch über die eigenen Füße und oder es kommen halt dann doch viele Dinge zusammen. Und das war jetzt im August der Fall, wo wir Ende August hatten wir den Launch und wir waren einfach nicht perfekt vorbereitet. Wir waren alle in so einem Sommerferien Vibe. Ich habe auch ganz bewusst diesen Sommer ein bisschen oder generell die letzten zwei Jahre habe ich halt so einen Entschleunigungsprozess durchgemacht und diesen Sommer war halt ganz klar angesagt, wir machen so eine Art Sommerpause.

Wir fahren alle runter. Auch das Team musste sich unbedingt erholen und wir haben da den Fokus drauf gelegt, dass wir zumindest für eine gewisse Zeit halt wirklich nur das absolute Minimum machen, dass wir die unterschiedlichsten Urlaube bewerkstelligen können und ja, die aktuellen Kunden halt angenehm begleiten, aber uns jetzt nicht verausgaben,

sondern wirklich auch den Sommer genießen. Und das hat dazu geführt, dass wir z. B. die E-Mails, die dann. Also ich habe das so gemacht, dass ich eine Masterclass gegeben habe, die aus drei Calls bestand und davor und danach haben wir sehr viele E-Mails geschrieben und verschickt. Und dazu sage ich jetzt gleich auch noch ein bisschen mehr.

Und wir hatten grob besprochen, was super hilfreich war. Also grob lange im Vorfeld besprochen, was in den E-Mails ungefähr stehen wird, welche, welche Einwände wir besprechen, welche Themen auch unklar waren. Wir werten jeden Launch aus und haben da halt auch noch mal ausgewertet. Was kam denn alles auch beim letzten Launch noch Kundenservice, wie können wir, was kam dafür Fragen an? Wie können wir das proaktiv noch mal ansprechen? Da hatten wir schon so die groben Themen und ich hatte aber zu ein paar zu vielen Dingen ja gesagt oder es kam halt einfach, dass sich das so ein bisschen geknubbelt hat im Sommer und deshalb war ich nicht in der Lage, das so umzusetzen, wie es theoretisch geplant war und haben das dann auch einfach alles während des Launches gemacht und waren also ganz entspannt dabei, haben gesagt okay, jetzt die die E-Mail für übermorgen oder die für morgen oder da haben wir vielleicht zwei oder drei E-Mails, die müssen wir noch mal machen. Also wir haben, wir gucken halt auch immer, dass wir aktuelle Beispiele aus dem Programm raussuchen und haben es halt so gut gemacht, wie wir konnten und uns überhaupt nicht gestresst und früher, muss ich sagen, war ich auch diejenige, die immer wahnsinnig angespannt war.

Es muss alles besser sein, es muss perfekt sein. Und diese Unsicherheit hatte ich überhaupt nicht, sondern ich wusste, der, so wie er eh schon mal gelaufen ist, funktioniert auch gut. Bis zu 44 Teilnehmenden, die wir damit gewonnen haben und wir können es noch besser machen. Und das haben wir ganz entspannt auch kurzfristiger gemacht. Und dann hatten wir z. B. noch eine Herausforderung, dass wir zum ersten Mal von einigen aus Drittländern, also z. B. aus der Schweiz oder wir haben auch jetzt jemanden aus Costa Rica dabei, die haben nach Ratenzahlungen gefragt und auch da, mein Team kümmert sich eigentlich um diese vor allem technischen Dinge.

Ich war da jetzt gar nicht so im Detail involviert und da ist mir auch erst aufgefallen, so hoppla, das haben wir gar nicht. Wir haben nur für den deutschsprachigen Raum eine Ratenzahlung, weil das über die Partner, mit denen wir arbeiten, das ist Klarna und Paypal oder auch Kreditkartenzahlung, nee, Kreditkartenzahlung ist nur Einmalzahlung, aber dass wir das halt nur über die Partner anbieten und dass es nur aus Deutschland geht. Und dann waren wir natürlich bemüht, auch schnell eine Lösung zu finden. Und das hat viel länger gedauert, als wir dachten und haben auch da uns nicht dabei gestresst, sondern haben halt mit den Kunden transparent kommuniziert und halt einfach gesagt so hey, sorry, das dauert jetzt alles ein bisschen, aber wir kriegen das hin, wir melden uns. Und die Teilnehmenden waren dann auch, also vielleicht nicht immer begeistert. Das ist natürlich immer schöner, wenn der Onboarding Prozess geschmeidiger läuft. Und das ging ja bei den allermeisten.

*Also ich glaube jetzt für die Drittländer waren es vier Leute, die halt dann ein bisschen warten mussten. Aber ich glaube, diese transparente Kommunikation und gar nicht diesen Anspruch zu haben, wir müssen das jetzt perfekt machen, sondern wir machen es einfach so gut, wie wir es können, weil wir es nicht antizipiert hatten, sondern weil wir jetzt spontan reagieren müssen und reagieren wollen, werden auch nein sagen können und sagen können, nee, geht nicht, zahlt mit Kreditkarte, basta. Aber es war uns ein Anliegen, das halt möglich zu machen. Deshalb: **Lektion Nr. 1** von acht leg deinen Perfektionismus ab.*

***Lektion Nr. 2** ist und da das ist jetzt wirklich was, wo ich so nach und nach reingewachsen bin, ist sprich viele, viele, viele Einladungen aus.*

Und wir haben diesmal viel mehr Einladungen zur Masterclass geschickt und diese Masterclass aus verschiedenen Winkeln betrachtet und attraktiv gemacht. Und das hat sich auf jeden Fall gelohnt. Wir hatten über 700 Anmeldungen und das war weitaus besser, z. B. auch als die Facebook Anzeigen, die wir auch geschaltet haben. Da haben wir eh gerade keine wirklich gute Strategie. Also wenn du Facebook Ads Experte oder Expertin bist, melde dich bitte bei mir und beim Team. Wir suchen da auf jeden Fall Unterstützung.

Das ist nicht unsere Haupteinnahmequelle sozusagen. Also wir brauchen die Ads nicht, wir können das alles organisch wuppen, aber es ist natürlich was, was wir auch noch lernen wollen. Aber diese Bereitschaft, also wir haben insgesamt 15 E-Mails dazu verschickt und einige von euch werden jetzt die Hände über dem Kopf zusammenschlagen und sagen was

seid ihr wahnsinnig? Im Vergleich dazu haben wir sonst so zwei oder drei E-Mails verschickt. Aber das hat sich total gelohnt. Also hatten wir nicht viele Abmeldungen. Wir haben uns halt wirklich bemüht, dass diese Einladungen nicht nur Einladungen sind, sondern auch wirklich einen Mehrwert haben. Und das hat sich absolut gelohnt.

Lektion Nr. 3: *Glaube an dein unmögliches Ziel. Also unser Ziel waren ja, also unser machbares Ziel waren 44 Teilnehmende, was wir im letzten Jahr auch erreicht hatten. Und wir waren circa 28 Stunden vor Ende des Launches waren wir bei 39. Und das weiß ich so genau, weil ich da eine Coaching Session hatte als Coachee und mein Coach und ich halt überlegt haben, was können wir jetzt noch tun, um aus diesem 28 Stunden noch weitere 11 Teilnehmende zu überzeugen und zu motivieren, dass sie bei dem Programm dabei sein wollen. Und wir haben eigentlich gar nicht viel verändert. Das einzige, was ich noch gemacht habe, ist, dass ich einen Bonus noch kreiert habe, einen Bonus Workshop zum Thema Produktivität, weil ich diese Inhalte eh einbauen wollte.*

Und ich dachte, das kann man doch jetzt machen. Und dann wirklich zwei, drei Sätze dazu geschrieben, das in die letzten E-Mails noch mit reingepackt und das war's. Also viel mehr haben wir gar nicht gemacht, aber wir haben vor allem daran geglaubt, also gerade im Kundenservice, das war eine total schöne Energie. Wir hatten richtig Bock, auch all die Fragen zu beantworten, die noch reinkamen. Und wir waren alle so in dieser Überzeugung. Ja klar, das machen wir jetzt noch und auch gar nicht so, oh Gott, wir müssen jetzt unser Ziel erreichen und wenn nicht, ist alles ganz schlimm und wenn ja, ist alles mega, sondern einfach so

klar, das kriegen wir jetzt noch hin. Also es war so eine ganz ruhige, schöne Überzeugung, die da war. Und das war auch auf Basis dessen, dass wir halt vorher auch schon sehr nah dran waren, aber es gab auch schon Launches, wo einfach diese Energie im Team nicht da war.

Und meiner Meinung nach war das vor allem diese entspannte Haltung generell, die wir hatten, die dazu geführt hat und alle dachten so ja cool, das machen wir jetzt einfach.

Lektion Nr. 4, ganz wichtiger Punkt, nimm dir richtig viel Zeit für die Fragen deiner Kund:innen. Das haben wir generell schon viel gemacht und diesmal haben wir es noch mehr gemacht. Jetzt für alle die, die noch gar nicht launchen. Also wenn ihr jetzt gerade eure Selbstständigkeit startet oder gerade zum ersten Mal rausgeht oder meine Pi mal Daumen Regel ist halt, wenn du in so einem klassischen Coaching Beratungs Business unter 100.000 Euro im Jahr bist, würde ich dir nicht empfehlen zu launchen. Es gibt andere im Markt, die das durchaus machen.

Ich finde deine Zeit ist zu wertvoll, um sie mit launchen und all dem, was damit zusammenhängt, zu nutzen. Ich finde es ganz wichtig, dass du erst mal deine Stimme findest, deinen Marketingweg findest und ganz schnell 1:1 Kunden gewinnen kannst, einfach mit jedem Gespräch, was du führst. So, das ist ein kleiner Exkurs, aber du kannst ja auch viel Zeit für die Fragen deiner Kund:innen im Kennenlerngespräch nehmen. Und das finde ich ganz, ganz wichtig. Das ist auch generell was, was glaube ich, einerseits der Markt auch noch mehr, viel mehr einfordert momentan,

auch im Vergleich zu Pandemiezeiten z. B. und wo du auch einfach gut vorbereitet sein kannst.

Also dass du dir schon vorher überlegst, was für Fragen könnten denn kommen und dann nicht total erschrocken bist und wie ein Reh im Scheinwerferlicht einfach einfriert. Ich weiß, dass viele Business Starter Angst vor Einwänden haben, Angst vor Fragen haben, aber auch die die schlimmsten in Anführungsstrichen Einwände sind einfach nur Fragen, die deine Kund:innen haben. Und da kannst du, kannst du dich gut drauf vorbereiten und einfach neugierig zu sein und zu schauen, okay, was kommt denn gar nicht so rüber? Was glaubst du, was du eh schon mehrfach gesagt hast, aber welche Botschaft ist noch nicht angekommen? Und rein praktisch habe ich das so gemacht, das werden wir auch beim nächsten mal noch transparenter kommunizieren, dass ich 1 Stunde halt die Masterclass gegeben habe und dann danach mir noch mal 1 Stunde bei dem ersten Call und dann bei den anderen, weil wir das terminlich nicht anders konnten, jeweils noch eine halbe Stunde Zeit genommen habe. Und ich habe dann noch einen extra Call gemacht, wo Menschen noch mal reinkommen konnten, die Fragen hatten, ob das Programm jetzt richtig für sie ist, ob es die richtige Zeit ist, was da jetzt genau noch drin steckt. Also alles, was den Teilnehmenden oder potenziellen Teilnehmenden noch nicht klar war.

Und das hat mir einerseits total viel Spaß gemacht und ich habe auch gemerkt, wie dankbar das aufgenommen wird. Also das ist auch einfach nicht selbstverständlich ist, dass sich jemand so viel Zeit nimmt. Und auch im Kundenservice, die das Team, was ich da habe, wir hatten im

Vorfeld alles nochmal genau durchgesprochen, die ganzen Updates, die wie in die Money Flow Academy gepackt haben, kann ich gleich auch nochmal drauf eingehen, was das war. Das halt alle wirklich einen aktuellen Stand haben. Und im Kundenservice finde ich es halt auch ganz wichtig. Wir haben halt die Philosophie auch ein Nein von unserer Seite ist oft die richtige Antwort, dass wir wirklich ganz transparent sagen, passt das Programm für dich nicht oder passt es nicht? Und das auch gut begründen. Und auch da haben wir uns wirklich, wirklich viel Fragen für die Kund:innen genommen und auch die Mitarbeiterinnen, die mich da unterstützen, hatten halt auch richtig Bock da drauf und haben sich viel Zeit genommen. Und das hat sich total gelohnt, weil ich glaube, wir da auch sehr individuelle Antworten gefunden haben und auch gute Empfehlungen gegeben haben, ob jetzt jemand in das Programm passt oder nicht. Das passt jetzt gut dazu.

Die Lektion Nr. 5: *Also auch in deinem Content, das was du auf Social Media postest oder deinen Newsletter, auch da geh wirklich schon proaktiv auf Ängste, Sorgen und Zweifel deiner Zielgruppe, deiner potenziellen Kundinnen ein. Also antizipiere das, was in ihren Köpfen vorgeht, antizipiere, welche Fragen sie haben könnten und warte nicht unbedingt darauf, dass diese Fragen gestellt werden. Da habe ich jetzt auch, also in der Masterclass habe ich auch die DEAL-Formel vorgestellt, die jetzt auch Teil der Money Flow Academy ist, wo das A in der Deal Formel steht halt für die Ängste, also oder für die Angst, die Kunden haben in Bezug auf die Zusammenarbeit mit dir, dass es sich total lohnt, auch wenn du z. B. ein Call to Action schreibst, also wenn du ganz*

genau einlädst zu deinem Kennenlerngespräch, dass du da auch noch mal darauf eingehst, welche Ängste sie haben. Also z. B. bei uns ist es z. B. dass wir die Frage bekommen, ist das nur was für Coaches oder funktioniert es auch für mich?

Und da stellen wir dann in bestimmten Referenzen, stellen wir die unterschiedlichsten Branchen dar und wir schauen halt, dass es schon eigentlich, wenn du unserem Content folgst, klar ist, so ja, das ist nicht nur für Coaches und ja, das funktioniert auch für dich. Und trotzdem ist es eine Frage, die wir noch oft gestellt bekommen haben. Und das ist auch was, wo wir weiter drüber nachdenken und sagen, okay, wie können wir das noch klarer darstellen? Wie können wir noch die unterschiedlichsten Branchen mehr in den Vordergrund stellen, damit sofort klar ist, ah, hier macht jemand Beauty, hier bin ich richtig oder hier macht jemand Siebdruck-Produkte, hier bin ich richtig. Oder okay, hier ist jetzt ein Coach und da ist auch noch ein Coach, aber hier ist noch jemand anders, die macht Websites oder die andere macht Social Media. Da ist noch eine virtuelle Assistenz. Das ist halt die Vielseitigkeit der Teilnehmenden, auch die Künstlerinnen, die Texter, die Copywriter, die Fotografinnen, die wir im Programm haben, dass es sich auch noch leichter, dass sich das noch leichter transportiert.

Das können wir auf jeden Fall auch noch besser machen. Und wir machen das mit jedem Launch besser, dass wir wirklich proaktiver ansprechen, was für Ängste da sind. Also im Prinzip dieses okay, klappt das denn auch für mich? Also kannst du, kannst du mir wirklich garantieren, dass das für mich funktioniert? Das ist auch was, was

meiner Meinung nach oder meiner Erfahrung nach auch viel stärker ist nach diesem ganzen Pandemie Boom sozusagen, die viele Coaches oder viele Online-Kursanbieter erlebt haben und halt auch einige dabei sind, die schlechte Erfahrungen gemacht haben und halt nicht das bekommen haben, was sie versprochen bekommen haben. Und da wollen wir halt ein Gegenbeispiel geben.

Lektion Nr. 6: *Stelle dein geistiges Eigentum und deinen USP heraus. Also da habe ich in der Masterclass z. B. die DEAL-Formel erklärt. Also das ist eine Vorgehensweise, wie du Content schreiben kannst, also wie du sogenannten Converting Content, das ist halt auch ein Begriff, den ich geprägt habe, dass du halt aus deinen Lesern und Leserinnen deiner Posts oder deiner Newsletter halt wirklich Anfragen kreierst. Und wie ich das mache, das habe ich dann in der in der Masterclass vorgestellt und wir machen das jetzt auch ausführlicher. Und auch das Anwenden der Deal Formel haben wir in einem Workshop umgesetzt in der Money Flow Academy.*

Und die Teilnehmenden sind halt dabei, sich damit jetzt auszuprobieren. Und es war so cool, weil schon während der Masterclass, also ich glaube, wenn ich mich richtig erinnere, habe ich das an Tag zwei vorgestellt und dann an Tag drei hat eine Teilnehmerin schon geschrieben, so, ich habe ein Kennenlerngespräch, ich habe gestern einen Post mit der DEAL- Formel geschrieben, jetzt habe ich ein Kennenlerngespräch bekommen. Und das fand ich richtig, richtig, richtig cool. Was wir halt auch noch herausgestellt haben, ist, dass wir mehr Feedback geben, dass wir Feedback auf Texte geben, dass wir Feedback

auf das Angebot geben, auf die Positionierung und dass wir halt einfach noch enger an den Kunden dran sind. Das ist was, was wir auf jeden Fall als Wunsch gehört haben und wo wir auch die Kapazität haben und das Know how haben, um das zu machen. Das Team erweitern wir auf jeden Fall auch und ja, sind dann sehr gespannt, wie sich die Ergebnisse noch unterscheiden. Aber das war auf jeden Fall was, was mir wichtig war, das nach vorne zu stellen. Und natürlich bei uns, also klar geht es auch viel um Strategie, Verkaufen und Marketing, aber es geht noch viel mehr ums Thema Mindset und auch das immer wieder zu unterstreichen und zu sagen okay, du willst gerne eine Strategie, du willst verkaufen lernen, du willst Marketing lernen, das ist auch wichtig.

Und es ist aber kein Strategieverkauf Marketing Programm, sondern vor allem ein Mindset und Strategie, Verkauf und Marketingprogramm.

*Und dementsprechend haben wir dann auch die **Lektion Nr. 7** eingefügt, also dass wir vielseitige Ergebnisse der Kund:innen zeigen. Was für uns natürlich immer super toll sind, sind so messbare Ergebnisse, dass wir halt zeigen, also wenn Kund:innen uns zeigen, dass sie eine gewisse Anzahl an Kunden gewonnen haben oder natürlich auch bestimmte Umsätze erreicht haben, vor allem Umsatz Rekorde. Das sind natürlich ganz tolle Referenzen und Testimonials und das ist total greifbar. Das ist mir immer wichtig, dass es wirklich ganz konkret und spezifisch ist und nicht so laber Rhabarber Referenz, irgendwie Julia ist so toll oder so, da kann ja niemand was mit anfangen. Das ist dann immer schön für mein Ego, aber das sind halt keine Referenzen, die wirklich aussagekräftig sind für interessierte Teilnehmende.*

Da können die nichts mit machen. Und dann ist es natürlich auch was, also viele wünschen sich ja auch diese Anzahl an Kunden, diese Umsatzrekorde und wir wollen halt zeigen, das ist möglich mit diesem Programm. Und gleichzeitig ist es uns auch wichtig, halt nicht nur diese top Ergebnisse zu zeigen, sondern halt auch im Podcast Teilnehmende einzuladen, die auch ihre klaren und messbaren Ziele noch nicht erreichen, erreicht haben und dafür aber trotzdem andere sehr, sehr wertvolle Ergebnisse erzielt haben.

Oft ist das z. B. so als eine Klarheit über das Angebot oder sie sind halt viel mutiger, sie haben viel mehr Selbstbewusstsein, sie denken größer, sie trauen sich mehr zu, sie erlauben sich in ihrem Tempo voranzugehen und so weiter. Das ist natürlich nicht so kraftvoll, das ist jetzt für unsere unsere Firma sozusagen nicht so toll, aber ich finde das total wichtig, weil es ist halt ein realistisches Bild und es sind ja auch erstrebenswerte und wertvolle Ergebnisse. Und auch wenn die nicht so messbar und greifbar sind, ist es halt auch dieses all das, was auf dem Weg passiert, von ich fange an bis zu ich habe meine supertollen Meilensteine erreicht. Und das halt tatsächlich auch zu zeigen und transparent zu machen. Und ich glaube auch letztlich diese Transparenz ist das, was dann auch sehr geschätzt wird von den Menschen, die dann tatsächlich bei uns landen.

Und andere wollen halt lieber diese ganz marktschreierischen, so ey, hier, jeder schafft das übermorgen 1 Million zu verdienen. Okay, es ist halt nicht mein Ding, auch wenn das wahrscheinlich funktioniert, was Verkaufen angeht, aber ich halte das halt für nicht realistisch. Kann auch ein Denkfehler oder ein limitierender Glaubenssatz sein, aber ich bin ja

auch sehr transparent mit meinen Zahlen und ich habe in meinem ersten Jahr eben nicht 100.000 oder 1 Million Euro Umsatz gemacht, sondern irgendwie so, so pi mal Daumen. Wir haben das mal in einer Podcast Folge mein Businessweg in Zahlen, habe ich das ganz transparent dargestellt, wie meine Zahlen waren. Und jetzt zeige ich es ja auch.

Jetzt habe ich zum ersten Mal einen 100.000 Euro Launch. Für die meisten ist das wahrscheinlich so wow, cool. Und für mich ist es auch so und für andere ist es auch vielleicht so was irgendwie, das hat sie vorher noch nie erreicht. Es kommt halt immer auf den Blick an. Und genauso ist es ja mit den Testimonials und den Ergebnissen und Referenzen unserer Kunden. Und viele, muss ich auch noch sagen, da arbeiten wir auch dran. Wir haben ganz tolle E-Mails und ganz tolle Ergebnisse und fantastisches Feedback mit der Bitte, es nicht öffentlich zu teilen.

Und das ist für uns natürlich immer total so ein, ja, so ein lachendes und ein weinendes Auge, was wir dann haben, wenn wir solche Nachrichten bekommen, wo wir natürlich denken so oh man ey, das sind so coole, so tolle Erkenntnisse und so fantastische Ergebnisse und wir dürfen es nicht teilen. Und gleichzeitig respektieren wir das natürlich, wenn die Teilnehmenden das nicht wollen. Ich gehe weiter transparent voran und teile auch meine Zahlen, weil ich das ganz wichtig finde, gerade für Frauen, dass sie halt auch Vorbilder haben und da eine Einschätzung bekommen und motiviere und will natürlich meine Kund innen: auch inspirieren, das zu tun. Aber wenn sie das noch nicht möchten, dann ist es ja auch völlig okay. Also das akzeptieren wir.

*Und **Lektion Nr. 8** und ich glaube, das ist was, was wir diesmal wirklich viel, viel besser gemacht haben. Hab Spaß.*

Also ich hatte richtig Bock auf die Masterclass. Mir haben die Präsentationen schon total Spaß gemacht. Wir hatten richtig Lust, auch ein bisschen was Neues auszuprobieren. Wir hatten total Lust, wirklich auf die Bedürfnisse und Wünsche der Teilnehmenden noch stärker einzugehen und halt auch ein bisschen mutig zu sein. Also wir haben wirklich viel, viel mehr E-Mails geschrieben als sonst. Und ich weiß, dass viele meiner Kund:innen da sehr zurückhaltend sind. Und ich habe eine Strategie meiner Coaches verfolgt.

Sie haben das halt mir so präsentiert und meinten, so probier das mal, das funktioniert. Und ich hatte auch den Gedanken, na ja, wollen wir mal sehen, ob das im deutschen Markt funktioniert. Und siehe da, es funktioniert. Also tatsächlich mehr E-Mails heißt halt auch, dass du mehr Informationen teilen kannst, dass du dein Angebot aus unterschiedlichen Perspektiven darstellen kannst und dass du halt auch mehr auf Einwände eingehen kannst. Und ja, und dabei halt Spaß zu haben und nicht so zu verkrampfen und zu denken, so hoffentlich erreiche ich mein Ziel oder so. Also mir ging es wirklich, also ich habe das wirklich, wirklich, wirklich war ich richtig gut in der Service-Energie, weil ich also nach den ersten zwei Tagen hatten wir genug Anmeldungen, dass ich wusste, super, okay, wir müssen uns hier jetzt um Geld keine Sorgen machen, alles safe. Und dann hat es noch viel mehr Spaß gemacht.

Dann ging es halt wirklich um Service, um Impact, also die, wie sagt man das denn? Also im Prinzip die den Einfluss oder die die Möglichkeiten, die wir dann haben, auch jetzt den Menschen, die sich dazu entschieden haben, beim Programm dabei zu haben, dazu verhelfen, ihre Ziele zu erreichen. Es ist gerade mega viel los in der Community, es läuft auch nicht alles reibungslos. Da machen wir halt auch den also wir lernen auch was dazu und schauen okay, hier, das funktioniert technisch nicht oder hier ist ein Stolperstein. Auch das räumen wir dann einfach raus, werden jetzt gerade unser Auswertung-Meeting von dem Launch, was halt auch mega spannend war und immer wieder sehr interessant ist, zu sehen, was funktioniert, was funktioniert nicht. Und jetzt schon Ideen, was wir beim nächsten Mal anders machen wollen. Und ja, aber erstmal freuen wir uns sehr für all die Teilnehmenden, die jetzt in der Money Flow Academy dabei sind.

Und ich hoffe sehr, dass du, auch wenn du selber noch nicht launchst, dass du jetzt aus diesen acht Lektionen etwas Wertvolles mitnimmst und ja, dass du ein bisschen Teil an unserer Freude hast. Vielleicht bist du ja auch bisherige Teilnehmende oder aktuelle Teilnehmende in dem Programm. Also wir ergänzen das Programm auch ständig um neuen Content und ich mache mir ständig Gedanken darüber, wie wir euch noch besser helfen können und haben z. B. den Money Flow Fahrplan erstellt, also jetzt einen 30-Tagesplan für die ersten dreißig Tage in dem Programm und haben jetzt z. B. auch Feedback bekommen, so uff, die ganzen die ersten Tage sind ganz schön sportlich, also gerade für die, die halt ganz ganz frisch starten, die schon ein bisschen weiter sind oder die

halt in ihrer Selbstständigkeit generell ein bisschen weiter sind, die kommen da ganz gut voran.

Und jetzt werden wir das ein bisschen entzerren . Das ist also wir hören auch wirklich zu und schauen, was unserer Meinung auch sinnvoll ist, was zu ändern und wo bleiben wir klar und sagen, nee, wir machen das trotzdem so, das passt schon. Und es ist ja auch wichtig, dass jeder und jede in seinem und ihrem Tempo vorangehen kann.

Die Gedanken, die du also bei einer solchen Verkaufsphase oder auch generell hast, wenn du deinen Content schreibst, wenn du mit deinem Kunden in Kontakt bist, wenn du Kennenlerngespräche hast, die möchte ich dir jetzt hier nochmal in Reihe und Glied aufführen. Also es muss nicht perfekt sein und ich lade Menschen einfach nur ein zu meinem Angebot.

Ich glaube an mein Ziel. Ich bin bereit, alle Fragen zu beantworten. Ängste, Sorgen und Zweifel sind einfach nur Fragen, die in den Köpfen meiner Kund:innen entstehen. Ich bin einzigartig oder mein Konzept funktioniert. Meine Kunden und Kundinnen haben herausragende, vielseitige Ergebnisse und auch ich kann all diese Ergebnisse in unterschiedlichen Facetten darstellen. Und das achte ich habe Spaß. Es macht mir Spaß, in Kontakt mit meinen Kunden zu sein.

Es macht Spaß zu verkaufen. Es macht Spaß, mein Angebot zu präsentieren. Es macht Spaß, meine Begeisterung zu teilen. Es ist, glaube ich, weil so viele haben ja so den Eindruck, verkaufen ist was unangenehmes. Aber es geht ja darum, wirklich deine Begeisterung zu teilen für dein Angebot, deine Begeisterung für die

Transformation-Ergebnisse zu teilen oder Transformationsmöglichkeiten, die Veränderungen, die deine Kunden und Kundinnen erreichen, wenn sie mit dir arbeiten. Und das in den Fokus zu stellen und auch dieses Mindset beizubehalten, lege ich dir sehr ans Herz.

Also, hab eine fabelhafte Woche und wir hören uns nächste Woche. Bis dahin.

Wenn dir dieser Podcast gefällt, willst du meine Mindset Impulse als Newsletter nicht verpassen. Wenn du dich unter <https://julia-lakaemper.com/newsletter> anmeldest, bekommst du Tipps dazu, wie dein Mindset deinen Kontostand beeinflusst, wie du deinem Gehirn ein Update verpasst, damit der Umgang mit Geld für dich entspannter wird –und was genau Brückengedanken sind und wie du sie für dich nutzen kannst. Du bekommst jede Woche frische Mindset Tipps, um aus deinen Gewohnheiten auszubrechen und dir bewusst und aktiv ein Leben mit weniger Stress und mehr Geld aufzubauen.