

Workshop

3 Schritte zu einem “Minimum Viable Funnel”

Agenda

1

Voraussetzungen

Das brauchst du, um einen Minimum Viable Funnel zu bauen

2

Übersicht

Der Minimum Viable Funnel im Marketing Framework & die Ziele deines MVF

3

Die 3-Schritte im Detail

#1 Lege dein Fundament, #2 Baue deinen MVF, #3 Teste den MVF und passe ihn an

Agenda

4

Fallbeispiel

MVF aus der Gesundheitsbranche

5

Was kommt danach?

Das sind die nächsten Schritte nachdem dein MVF Break-Even erreicht hat

6

Fragen & Antworten

Ich beantworte deine Fragen

A large yellow geometric shape, resembling a stylized arrow or a corner, occupies the left side of the slide. It has a diagonal edge separating it from the white background.

1. Voraussetzungen

Das brauchst du, um einen
Minimum Viable Funnel zu bauen

Ohne diese Voraussetzungen wird das nix...

Um deinen MVF bauen zu können solltest du...

1. **Ein funktionierendes Angebot haben** (*Product-Market-Fit validiert - Du hast dein Angebot genau so schon einmal verkauft*)
2. **Die Zielgruppe in und auswendig kennen** und schon einmal mit ihnen gearbeitet haben
3. **Ein grundsätzliches technisches Verständnis haben**
ODER jemanden kennen, der dir dabei helfen kann

WICHTIG: -> Starte nicht mit einem Funnel, wenn du gerade erst anfängst und du keinen der obigen Punkte erfüllen kannst!

Was wenn ich gerade erst anfangen??

Kurzversion...

1. **Lerne deine Zielgruppe besser kennen**, indem du dich mit ihnen unterhältst
2. Nutze diese 4 Möglichkeiten, um mehr Informationen über deine Zielgruppe zu bekommen
(<http://bit.ly/5wegezielgruppe>)
3. **Starte mit 1:1 Arbeit** (*selbst ohne Bezahlung*) -> Das führt zu Testimonials & mehr Wissen
4. **Validiere dein Angebot** mit einem "Idiotensicheren Angebot"
5. **Bereite dich darauf vor zu pivoten...** auch häufiger

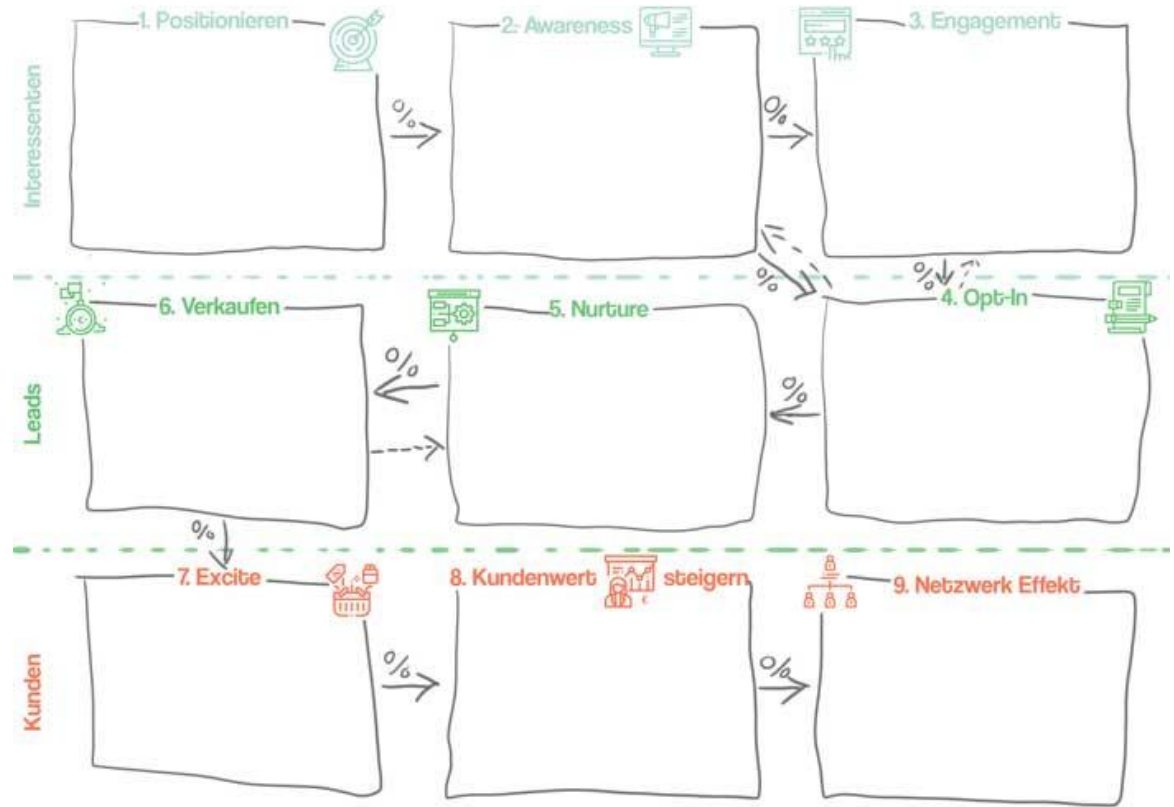
Ausführlicher Workshop dazu: -> daniel-wulf.com/von0anfangen

A large yellow geometric shape, resembling a stylized arrow or a corner, occupies the left side of the slide.

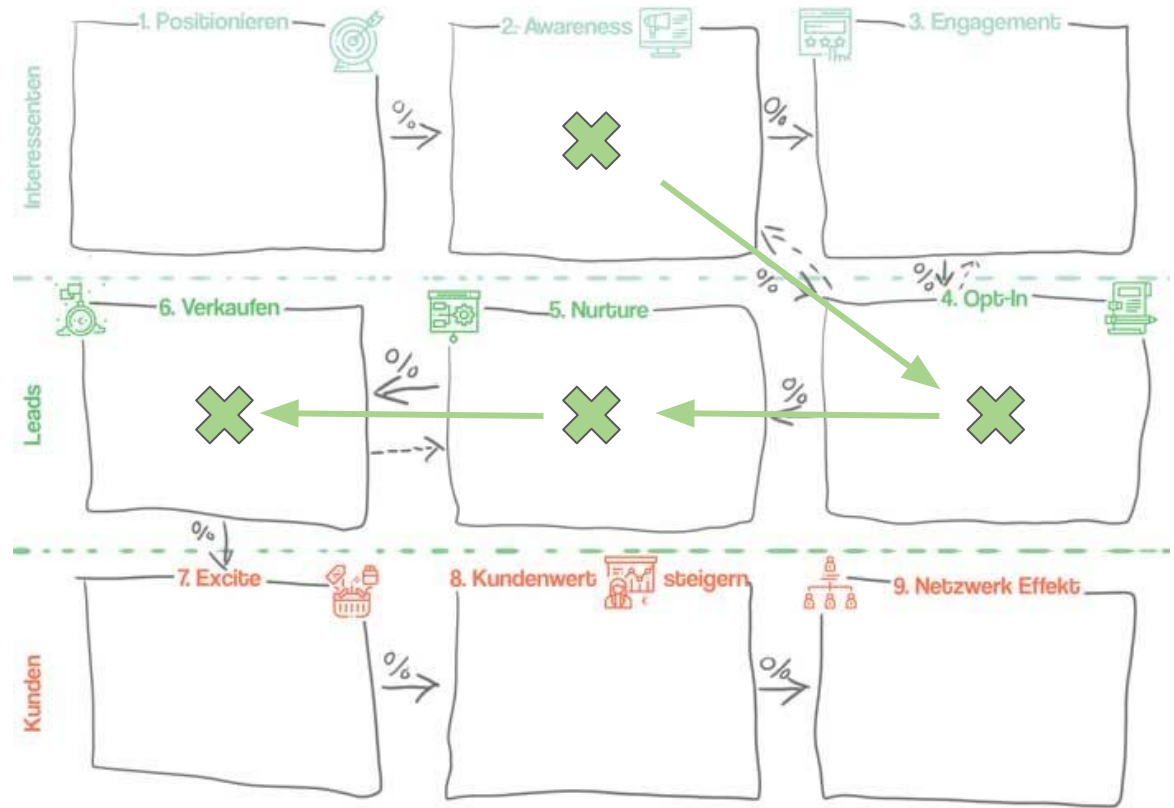
2. Übersicht

Der Minimum Viable Funnel im
Marketing Framework & die Ziele deines
MVF

Der MVF im Marketing Framework...



Der MVF im Marketing Framework...



**“Stop Starting,
Start Finishing”**

—Sterling Mortensen

Die Ziele des Minimum-Viable Funnel...

- **Testen** ob das Angebot automatisch verkauft werden kann
- Jegliche **Ablenkungen und Spielereien außen vor lassen**
- Bauen eines Funnel **OHNE dich zu überfordern**
- Schneller Go-Live, direkte Anpassung und dadurch möglichst **rasante Resultate**
- **Feedback vom Markt** anstatt Handeln aus dem Elfenbeinturm
- **Return-On-Invest** (*Wie viel Umsatz machst du durch das eingesetzte Werbebudget*) => 1

A large yellow geometric shape, resembling a stylized arrow or a corner, occupies the left side of the slide. It has a diagonal edge separating it from the white background.

3. Die 3-Schritte im Detail

- #1 Lege dein Fundament,
- #2 Baue deinen MVF
- #3 Teste und passe ihn an

Der MVF Ansatz



#1 Lege dein Fundament

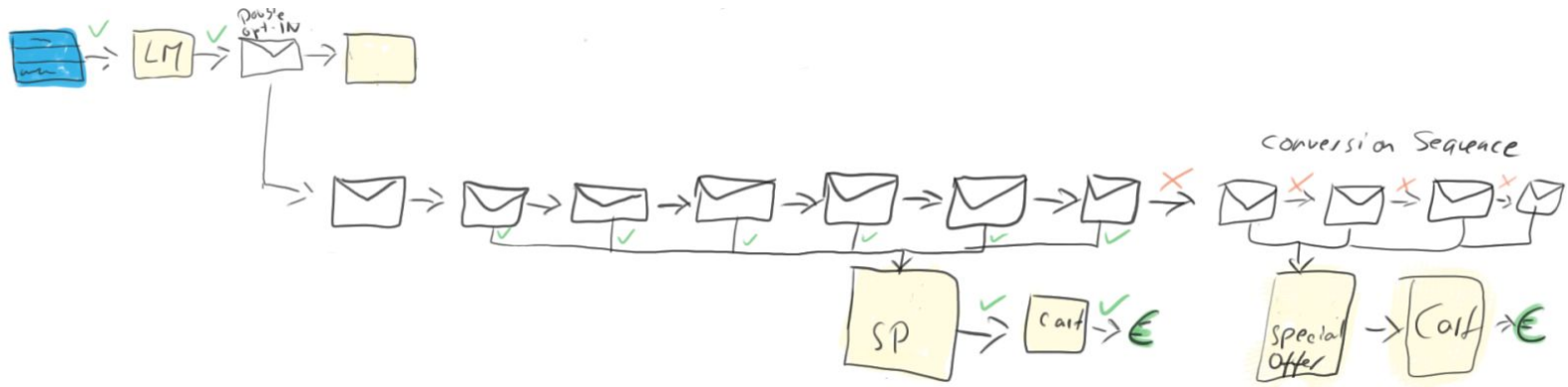
Für dein Fundament benötigst du mehrere Dinge, die wichtigsten sind...

1. **Eine detaillierte Übersicht über deine Zielkunden**
(Avatar sheet + Empathy Map)
2. **Eine detaillierte Übersicht über dein Angebot**
(Angebotsheet)
3. **Deine “unsichtbare Struktur”**, die Fremde zu Kunden verwandelt (unsichtbare Struktur Sheet)

WICHTIG: -> Dieser Schritt darf nicht übersprungen werden. Der MVF wird nicht konvertieren wenn das Fundament nicht steht.



#2 Baue deinen MVF



#2 Baue deinen MVF

Für deinen MVF benötigst du...

- **1 x Lead Magnet** (*PDF oder Mail Kurs*)
- Opt-In Seite + Double Opt-In Seite + Dankesseite
- **5-7 E-Mails**, um Mehrwert zu liefern und Glaubenssätze zu verändern
- **1 x Conversion Mechanismus** (*Sales Page oder Call*)
- **4 E-Mails**, um dein Angebot zu speziellen Konditionen (*Boni/Rabatt*) zu verkaufen (*Conversion Sequenz*)
- **Traffic** (z.B. Facebook)



#2 Baue deinen MVF

Der **typische Zeitplan**...

Woche #1: Lege dein Fundament

Woche #2: Schreibe deine erste Sequenz

Woche #3: Baue die notwendigen Seiten & Starte mit der Conversion Sequenz

Woche #4: Setup FB Ads & Go-Live Iteration #1

Woche #5: Daten analysieren & Anpassungen vornehmen

Woche #6: Iteration #2 (Repeat bis $ROI \geq 1$)



#3 Teste den MVF und passe ihn an

Für den Test deines MVF ist folgendes wichtig...

- **Nutze nur eine Art von Traffic z.B.**
 - Zufälliges Segment deiner E-Mail Liste
 - Cold Traffic (*auch da nicht mischen*)
- **Ein Minimum von 200 Leads in deinem MVF**
- **Tracke deine Zahlen** (*siehe Dashboard*)

Anschließend kannst du die Änderungen anhand der Zahlen ablesen.
Ändere nichts aufgrund von "Gefühl" oder "Ideen" alleine.



#3 Teste den MVF und passe ihn an

Richtwerte der KPIs...

Wenn du den MVF mit Leads aus deiner Liste testest, sollte die **Sales Conversion Rate >2%** sein und du kannst mit Cold Traffic starten

Für Cold Traffic:

- Facebook Ad CTR: >1%
- Landing Page Conversion: >25%
- ROI: > 60%



A large yellow geometric shape, resembling a stylized triangle or a corner, occupies the left side of the slide.

4. Fallbeispiel

MVF aus der Gesundheitsbranche

MVF im Gesundheitsbereich

	Iteration #1	Iteration #2	Iteration #3	Iteration #4
Teilnehmer gesamt	310	611	456	955
Kosten	1.240€	901€	1.032€	2.352€
Kosten je Teilnehmer	4,00€	1,47€	2,26€	2,46€
Sales	6	9	18	39
Storno	1	1	2	3
Storno-Rate	17%	11%	11%	8%
Sales -Storno	5	8	16	36
Conversion Rate Overall	1,6%	1,3%	3,5%	3,8%
Downsell				
Sales				13
Conversion Rate				1,8%
Umsatz (Storno rausgerechnet)	985€	1.576€	3.152€	8.223€
ROI gesamt	0,8	1,7	3,1	3,5

5. Was kommt danach?

Das sind die nächsten Schritte nachdem dein MVF Break-Even erreicht hat

Die nächste Phase nach dem MVF

Es gibt nahezu unendlich viele Möglichkeiten deinen Funnel auszubauen, die wichtigsten sind aber zuerst...

- **Retargeting** (2 Layer zum Anfang: <http://bit.ly/fbretyt>)
- **Erstelle spezielle "Triggered Automationen"**
(Engagement Automation, Warenkorb Abbrecher, etc.)
- **Downsell Automation für Nicht Käufer**
- **Upsells / Bump Offers**



A large yellow geometric shape, resembling a stylized 'L' or a corner, occupies the left side of the slide. It has a diagonal cutout in the top-left corner.

6. Fragen & Antworten

Ich beantworte deine Fragen

Danke!

Du hast noch Fragen?

daniel@daniel-wulf.com

**Du brauchst eine noch detailliertere Schritt-Für-Schritt
Anleitung?**

daniel-wulf.com/funnelmvf