



DIE UMSETZERIN
endlich umsetzen mit Jenny



Funnel Quick-Check

bist du bereit für einen Funnel?

In nur 5 Minuten findest Du heraus, ob Du bereit bist, mit einem Funnel zu starten und was Dir vielleicht noch fehlt, um erfolgreich automatisiert zu verkaufen.

Willkommen beim Funnel Quick-Check

Wenn Du hier gelandet bist, hast Du wahrscheinlich schon vom magischen Online-Marketing-Wort „Funnel“ gehört – und willst wissen, ob Du dafür bereit bist.

Vielleicht hast Du auch schon den Wunsch, **endlich automatisiert zu verkaufen** – weißt aber nicht so recht, wo Du anfangen sollst.

Was ist überhaupt ein Funnel?

Ein Funnel (deutsch: Trichter) beschreibt den Weg, den potenzielle Kund:innen durchlaufen – von der ersten Begegnung mit Dir bis zum Kauf.

Ein gut geplanter Funnel...

- ✓ macht aus Reichweite echte Leads
- ✓ baut Vertrauen auf
- ✓ verkauft Dein Angebot automatisiert – Tag für Tag

Klingt gut?

Dann lass uns gemeinsam herausfinden, wie funnel-ready Du und Dein Business wirklich sind.

Was Dich hier erwartet:

In nur wenigen Minuten findest Du heraus:

- 🔍 Ob Dein Business die Grundlagen für einen Funnel erfüllt
- 🔍 Welche Elemente Dir noch fehlen
- 🔍 Worauf Du jetzt Deinen Fokus legen solltest





1. Top of Funnel

>> Reichweite

Warum ist diese Phase wichtig?

Hier startet die Kund:innenreise. In dieser Phase müssen die richtigen Menschen überhaupt erstmal mitbekommen, dass es Dich gibt – und was Du anbietest. Ohne Sichtbarkeit kein Funnel.

Ziel: Aufmerksamkeit gewinnen & Wunschkund:innen auf Dich aufmerksam machen

Must-haves für diese Phase:

- Marketing-Kanal (z. B. Instagram, Podcast, Ads)
- Content, der Deine Zielgruppe abholt
- Erste Call-to-Actions

✓ Quick-Check:

Weiß ich, wer meine Wunschkund:innen sind – und wo sie unterwegs sind?

Habe ich einen oder mehrere Kanäle, über die ich regelmäßig Content teile?

Spreche ich in meinem Content konkret Probleme/Wünsche an?

Gibt es in meinen Inhalten klare Call-to-Actions?

Bin ich mit meiner Sichtbarkeit konstant präsent (nicht perfekt, aber verlässlich)?



2. Conversion-Element

>> Lead generieren

Warum ist diese Phase wichtig?

Jetzt wird's konkret: Du bietest einen klar definierten Leadmagnet oder Einstiegsangebot, das neugierig macht und gleichzeitig einen schnellen Mehrwert liefert.

Ziel: Deine Zielgruppe gibt Dir ihre E-Mail-Adresse und steigt in Deinen Funnel ein.

Must-haves für diese Phase:

- Conversion-Element das schnelles Ergebnis liefert (z.B. Leadmagnet)
- DSGVO-konformes Formular
- Automatisierte Auslieferung

✅ Quick-Check:

Habe ich einen konkreten Leadmagneten oder Mini-Produkt, das ein akutes Problem löst?

Ist mein Angebot klar positioniert und für meine Zielgruppe sofort verständlich?

Habe ich eine fokussierte Landingpage inkl. Formular?

Wird das Produkt automatisiert ausgeliefert (z. B. via E-Mail)?

Gibt es einen nächsten logischen Schritt nach dem Produkt?



3. Nurturing

>> Vertrauen aufbauen

Warum ist diese Phase wichtig?

Nur wer Vertrauen in Dich hat, wird bei Dir kaufen. Deshalb braucht es echte Verbindung, statt plumper Verkaufsversuche.

Ziel: Baue Vertrauen auf und mach Deine Expertise spürbar. Gleichzeitig positionierst Du Dich als die beste Wahl für genau ihr Problem.

Must-haves für diese Phase:

- Automatisierte Nurturing-E-Mails
- Präsenz auf anderen Kanälen (z.B. Social Media)
- Storytelling & Quick Wins

✓ Quick-Check:

Habe ich eine E-Mail-Strecke, die neue Kontakte sinnvoll begleitet?
Teile ich regelmäßig Storys, Einblicke oder Tipps, die meine Expertise zeigen?
Beantworte ich Einwände oder Zweifel, die meine Zielgruppe oft hat?
Liefert mein Content kleine Ergebnisse oder Aha-Momente?
Versteht man, warum gerade ich bei diesem Thema helfen kann?



4. Bottom of Funnel

>> Sales Conversion

Warum ist diese Phase wichtig?

Hier entscheidet sich, ob Dein Funnel konvertiert. Deshalb braucht es ein klares Angebot und einen einfachen Kaufprozess.

Ziel: Du führst Deine Kontakte zu Deinem konkreten Angebot und machst ihnen deutlich: Jetzt ist der richtige Moment, um einzusteigen und zu kaufen.

Must-haves für diese Phase:

- Verkaufsseite / Launch-Mail + CTA (Call to Action)
- Zeitlich begrenzte Angebote oder Boni
- Kaufbarrieren abbauen (z. B. mit FAQs oder Testimonials)

✓ Quick-Check:

Habe ich ein klar formuliertes Angebot (Leistung, Preis, Ziel)?
Gibt es eine Verkaufsseite oder Angebotsmail, die Vertrauen aufbaut?
Verwende ich klare CTAs und mache es leicht, zu kaufen?
Habe ich Dringlichkeit (z. B. limitierte Plätze, Bonus, Zeitrahmen)?
Nutze ich Verkaufselemente wie Testimonials, FAQs oder Garantien?



5. After Sales

>> Onboarding, Upsell & Analyse

Warum ist diese Phase wichtig?

Nach dem Kauf beginnt die Kund:innenbindung. Gleichzeitig kannst Du analysieren, wie gut Dein Funnel funktioniert hat.

Ziel: Die Kund:innen sollen ein starkes Erlebnis haben, Ergebnisse erzielen und im besten Fall weiter mit Dir arbeiten bzw. weitere Angebote von Dir kaufen.

Must-haves für diese Phase:

- Onboarding-Prozess
- Möglichkeit für Upsell / Folgeprodukt
- Analyse der Zahlen & Learnings

✓ Quick-Check:

Werden neue Kund:innen gut abgeholt (z. B. durch Begrüßungsmail, Zugang, Infos)?

Habe ich ein Angebot für den nächsten Schritt (Upsell, 1:1, etc.)?

Frage ich aktiv nach Feedback oder Testimonials?

Schaue ich mir regelmäßig Zahlen & Conversion-Raten an?

Weiß ich, was gut funktioniert hat und was ich beim nächsten Mal anpassen will?

Deine nächsten Schritte

Wenn Du alle Kästchen der Quick-Checks abhaken konntest: herzlichen Glückwunsch, dann ist diese Phase in Deinem Funnel stabil.

Wenn Du noch nicht alle Fragen mit Ja beantworten kannst, ist genau hier Dein nächster Schritt!

📌 Du willst direkt loslegen und Deinen Funnel strategisch aufbauen oder optimieren?

Dann buch Dir jetzt ein Kennenlernen mit mir und ich begleite Dich von der Strategie bis zur technischen Umsetzung.

Lass uns gemeinsam dafür sorgen, dass Deine Wunschkund:innen nicht nur auf Dich aufmerksam werden – sondern auch kaufen.




www.umsetzerin.de

Rechtlicher Hinweis:

Dieses Dokument sowie alle darin enthaltenen Inhalte, Grafiken und Texte sind urheberrechtlich geschützt. Sie dürfen ausschließlich für den persönlichen Gebrauch des Empfängers verwendet werden. Jegliche Vervielfältigung, Verbreitung oder Weitergabe an Dritte – sei es in digitaler oder gedruckter Form – ist ohne vorherige schriftliche Genehmigung der Autorin nicht gestattet.