

DAS FREEBIE-FUNNEL-FREEBIE

Wie Du mit einem Freebie- Funnel Deine E- Mail-Liste zum Platzen bringst!

UND DAMIT NEUE
TRAUMKUNDEN GEWINNST!

SAŠA BILECIĆ
Der Wartelistenfüller



Verkaufe Dein Produkt, nicht Deine Seele.

Mit Texten und Prozessen, die Deine Listen füllen mit
Menschen, die bei Dir kaufen wollen!

Saša Bilečić

1. Auflage

Januar 2025

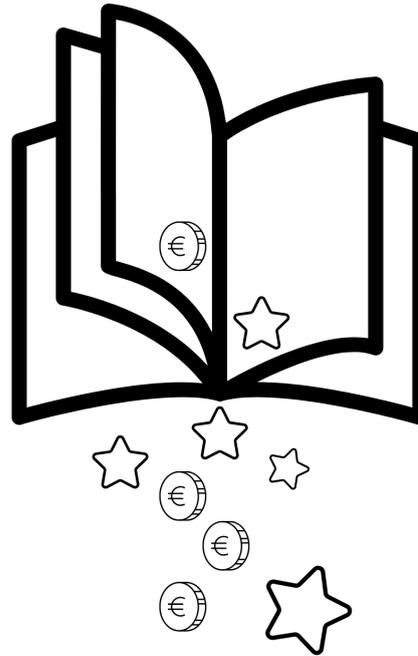
© Saša Bilečić - mitherzundhatschek - Der Wartelistenfüller

Inhalt

Inhalt	2
So holst Du aus diesem Freebie das Beste für Dich heraus	3
Glossar	4
Einleitung	7
Wer schreibt hier?	8
Verschenke, um zu erhalten	9
Dein Money-Maker	9
Die Freikarte in Dein Universum	12
Freebie-Was?	13
Traffic	14
Landingpage	15
Opt-In (OI) / Double Opt-In (DOI) Prozess	15
Danke(s)seite / Fast-Fertig-Seite	16
Optional: Erklär-Video + Pitch	17
DOI-Mail	17
Bestätigungsmail mit Downloadlink (Auslieferung)	18
Downloadseite	19
Willkommensmail	20
Optional: Feedbackmail	20
Das ist jetzt Dein nächster Schritt	21

So holst Du aus diesem Freebie das Beste für Dich heraus

1. Starte im nächsten Kapitel mit dem Glossar, falls Dir noch nicht alle Begriffe geläufig sind.
2. Arbeite dieses Workbook einmal durch und verschaffe Dir einen Überblick.
3. Im Workbook erhältst Du erste erklärende Hinweise zu den Bestandteilen eines erfolgreichen Freebie-Funnels.
4. Drucke Dir dieses Workbook aus oder öffne es auf einem zweiten Bildschirm.
5. Öffne danach parallel das dazugehörige [>>>Videotraining<<](https://mitherzundhatschek.de/videotraining-fff/) mit ergänzenden Erläuterungen zum Aufbau eines Freebie-Funnels
<https://mitherzundhatschek.de/videotraining-fff/>
6. Baue Dir Deinen eigenen Freebie-Funnel und hole Dir Unterstützung, wo Du sie brauchst. Du weißt, wie Du mich findest 😊



Glossar

Freebie/Lead Magnet

Ein kostenloses Angebot, wie z. B. ein E-Book, eine Checkliste oder ein Minikurs, das Du Deinen Besuchern im Austausch für ihre E-Mail-Adresse anbietest. Ziel ist es, Interessenten (Leads) zu gewinnen.

Lead

Ein Interessent, der seine Kontaktdaten (z. B. E-Mail-Adresse) hinterlassen hat, damit Du ihn später kontaktieren kannst. Ein Lead ist ein potenzieller Kunde.

Funnel

Ein Prozess, der Interessenten Schritt für Schritt zu zahlenden Kunden macht. Meist startet er mit einem Freebie, führt über E-Mails und endet beim Verkauf eines Produkts oder einer Dienstleistung.

Meta Ads

Das sind Werbeanzeigen, die über die Plattformen von Meta (ehemals Facebook) geschaltet werden, wie z. B. Facebook und Instagram. Sie helfen, Deine Zielgruppe zu erreichen, indem Du Anzeigen gezielt nach Interessen, Alter oder Standort ausrichtest.

Social Media Post

Ein Beitrag, den Du auf Plattformen wie Instagram, Facebook oder LinkedIn veröffentlichst. Das können Texte, Bilder, Videos oder Grafiken sein, um Deine Botschaft zu teilen und mit Deiner Community zu interagieren.

Landingpage

Eine spezielle Webseite, auf der Besucher landen, wenn sie auf einen Link oder eine Anzeige klicken. Sie ist oft dafür gemacht, eine bestimmte Aktion auszulösen, z. B. die Anmeldung zu Deinem Freebie.

Opt-In (OI)

Der Moment, wenn sich jemand freiwillig dazu entscheidet, seine E-Mail-Adresse bei Dir zu hinterlassen, z. B. um Dein Freebie zu erhalten.

Double-Opt-In (DOI)

Ein Sicherheitsverfahren im E-Mail-Marketing. Nachdem jemand seine E-Mail-Adresse eingetragen hat, muss er sie in einer Bestätigungs-E-Mail noch einmal aktiv bestätigen. So wird sichergestellt, dass die Adresse echt ist und der Nutzer wirklich zustimmen möchte.

Conversion

Der Moment, wenn ein Besucher die gewünschte Aktion ausführt, z. B. wenn er sich für Dein Freebie anmeldet oder ein Produkt kauft.

Traffic

Der Besucherstrom auf Deiner Webseite oder Landingpage. Mehr Traffic bedeutet mehr Menschen, die Dein Angebot sehen. Du kannst ihn z. B. durch Werbung oder Social-Media-Beiträge erhöhen.

Pitch

Eine kurze, überzeugende Präsentation, um eine Idee, ein Produkt oder eine Dienstleistung vorzustellen und Interesse zu wecken.

Einleitung

Hey, wie schön, dass Du da bist!

Es freut mich, dass Du Dich für mein Freebie entschieden hast.

Es ist aber auch kein reiner Zufall, denn dass Du jetzt hier bist belegt, dass ich weiß, wovon ich spreche 😊

Und mit diesem kleinen Geschenk möchte ich Dir zeigen, wie ich es angestellt habe, dass Du mir Deine Kontaktdaten anvertraut hast.

Und keine Angst, ich werde sehr sorgsam damit umgehen, versprochen!

Vielen Dank für Dein Vertrauen und viel Freude mit dem Inhalt - jetzt wird skaliert, Baby!

Wer schreibt hier?

Hi, ich bin Saša, Der Wartelistenfüller,

in meinem ersten Leben war ich ein Jahrzehnt lang der Ingenieur, der besser schreiben konnte, als die anderen.

Heute bin ich Copywriter mit einem ausgeprägten Prozessverständnis.

Damals der Wortakrobat und Sprachästhet unter Ingenieuren und anderen klugen Köpfen.

Heute der strukturierte Kreative unter Menschen mit Visionen. Love it!

In den letzten beiden Jahren habe ich unter anderem die Funnel eines großen Coaches begleitet, über 3 Millionen Mails versendet, viele tausend Leads aufgewärmt und wiederholt fünfstelligen Umsätze vorbereitet.

Online-Marketing ist anspruchsvoll, aber machbar!

Launchen ist komplex, aber keine Rocket Science.

Am Ende verkaufen doch Menschen an Menschen.

Lass uns das nicht zu kompliziert machen!

Melde Dich bei mir, wenn Du Unterstützung bei der Umsetzung brauchst. Ich bin gerne für Dich da.

Schreib mit Herz und Hatschek!



Verschenke, um zu erhalten

Das sagenumwobene Gesetz der Gegenseitigkeit

Was zig Studien über die Jahrzehnte bestätigt haben und Du aus eigener Erfahrung kennst: Das Gesetz der Gegenseitigkeit.

Wenn Du etwas gibst/schenkst, schaffst Du ein Gefühl der Verpflichtung. Es ist ein menschliches Bedürfnis, etwas zurückgeben zu wollen.

Insbesondere dann, wenn das Geschenk einen Mehrwert liefert, etwas Besonderes ist, eine große Hilfe war oder ein Problem löst.

Beispiel:

- Deine Nachbarin bringt ein kleines Weihnachtsgeschenk für Deine Kinder vorbei. Spätestens im nächsten Jahr, wenn nicht sogar noch in den nächsten Tagen, wirst Du ihr oder ihren Kindern auch eine Kleinigkeit schenken.
- Du bekommst im Supermarkt eine Kostprobe von einem neuen Produkt angeboten. Viel eher wirst Du dann etwas kaufen, das Du ursprünglich nicht eingeplant hattest.

In der Marketingforschung und der Verkaufspsychologie ist es ein bekanntes und bewährtes Prinzip. Robert B. Cialdani hat die Reziprozität (Gesetz der Gegenseitigkeit) in seinem Standardwerk *Influence* in die Liste der 9 Prinzipien der Beeinflussung aufgenommen.

Aber welche "Gegenleistung" wünschst Du Dir eigentlich im Gegenzug für Dein Freebie?

Es ist die E-Mail-Adresse Deines potentiellen Kunden.

Und warum?

Dein Money-Maker

E-Mail-Liste und Newsletter

Dein Lead erhält ein Geschenk und landet in Deinem Newsletterverteiler - Deiner Konvertierungsmaschine.

Mache das unbedingt deutlich, bevor Dein Lead zustimmt.

Ab jetzt spielst Du das volle Potential des E-Mail-Marketings aus. Mit jedem zusätzlichen Newsletter schaffst Du einen neuen Berührungspunkt mit Deinem zukünftigen Kunden.

Nutze Deine Expertise gepaart mit gutem Copywriting, um eure Verbindung auszubauen und Deinem Lead die Entscheidungsgrundlage zugunsten Deines Angebots zu liefern.

Hinweis: Du darfst nicht (unkommentiert) behaupten, dass Dein Freebie kostenlos ist, denn streng genommen bezahlt Dein Lead mit seinen Daten. "0 €" ist erlaubt und korrekt!

Darum ist Deine E-Mail-Liste Deine wertvollste Online-Ressource

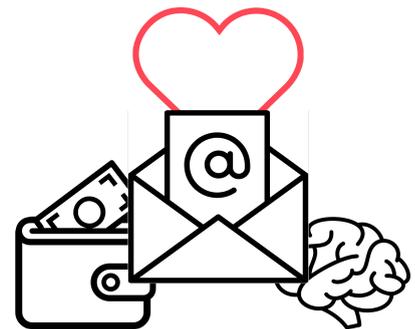
Mit gezielten E-Mail-Kampagnen landest Du direkt im persönlichen Postfach Deiner Zielgruppe und damit etwas näher an deren Herz und Geldbeutel.

Durch maßgeschneiderte Nachrichten kannst Du eine persönliche Beziehung aufbauen, die das Vertrauen stärkt und die Kundenbindung fördert.

Du kannst

- Deine Produkte und Dienstleistungen anbieten und bewerben
- Deine bestehenden Kundenbeziehungen pflegen und ausbauen
- Interessenten von Deinem Angebot überzeugen und zu Kunden machen
- Deine Zielgruppe informieren, aufklären und mit ihr in den Austausch gehen
- Deine Liste segmentieren und Menschen gezielt ansprechen

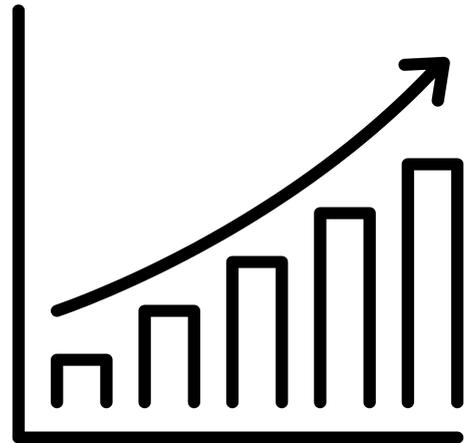
Außerdem: Deine E-Mail-Liste gehört Dir! Sie macht Dich unabhängig von den Algorithmen der Social-Media-Plattformen.



Selbst wenn Mark Zuckerberg also mal einen schlechten Tag hat und Deine Reichweite beschneidet oder ein ausgedehntes Sabbatical einlegt und Meta in Betriebsruhe schickt - Deine Adressen nimmt Dir keiner!

“Aber E-Mail ist doch altbacken!” hört man den ein oder anderen Nörgler immer mal wieder meckern. Aber mitnichten, mein schief gewickelter Freund - und Zahlen lügen nicht!

- Laut Statista soll es im Jahr 2025 weltweit 4,6 Mrd. E-Mail-Nutzer geben - das ist mehr als die Hälfte der Weltbevölkerung und eine Steigerung um 7% gegenüber 2022
- 2025 sollen zudem mit 376,4 Mrd. täglich 13% mehr E-Mails versendet werden als noch 2022 (Statista)
- Wenngleich die Steigerungen vornehmlich in den Entwicklungsländern stattfindet, hat eine Studie in Großbritannien gezeigt, dass für jeden in E-Mail-Marketing investierten Dollar über 40 \$ zurückfließen (ROI) (Omnisend, 2022)
- $\frac{2}{3}$ aller Marktteilnehmer nutzen E-Mails zur Verbreitung ihres Contents (3. Platz nach Website und Blog) (Content Marketing Institute, 2022)



Es gäbe noch einiges an Statistik zu zitieren, um die Wichtigkeit Deiner E-Mail-Liste zu unterstreichen. Aber zuletzt vielleicht noch: schau doch mal einfach in Dein eigenes Postfach. Wie viele Newsletter und Werbemails tummeln sich dort?

Aber nun zur wichtigsten Frage in diesem Zusammenhang:

Wie kommst Du an die E-Mail-Adressen Deiner Zielgruppe?

Die Freikarte in Dein Universum

Dein Freebie

“Freebie” und “Lead Magnet” beschreiben im Grunde dieselben Dinge. In beiden Begriffen steckt zudem bereits ein Teil der Definition.

Ein Freebie ist ein kostenloses - aber wertvolles - Angebot, das Interessenten und potentielle Kunden dazu motivieren soll, ihre Kontaktdaten - in der Regel ihre E-Mail-Adresse - preiszugeben.

Kommt Dir das bekannt vor?

Genau. In diesem Moment liest Du mein Freebie, das Du gegen Preisgabe Deiner E-Mail-Adresse erhalten hast.

Und da diese freiwillige Herausgabe der Kontaktdaten so wertvoll ist,

1.000 - 9.999 €

SIGNATURPRODUKT

100 - 999 €

STANDARDPRODUKT

1 - 99 €

TRIP WIRE

0 €

LEAD MAGNET

1. ist ein Freebie auch nicht wirklich "kostenlos", sondern wird lediglich in einer anderen Währung bezahlt - mit Daten!
2. sollte Dein Freebie oder Lead Magnet einen entsprechenden, relevanten Mehrwert für Deinen potentiellen Kunden darstellen
3. ist es wichtig, dass Du mit den Daten Deiner Leads verantwortungsvoll umgehst.

Ein Freebie ist also eine elegante und faire Möglichkeit, Deine E-Mail-Liste mit den Adressen Deiner Zielgruppe zu füllen, um sie dann per E-Mail-Marketing gezielt anzusprechen.

Es ist außerdem die erste Stufe Deiner Produkttreppe und damit der Einstieg in Dein Produktuniversum.

Freebie-Was?

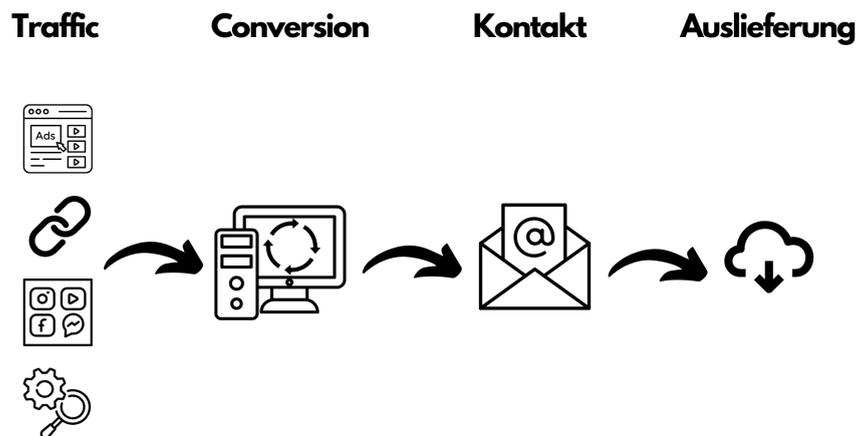
Freebie-Funnel

Was ist das eigentlich genau?

Diese Frage kannst Du Dir im Prinzip bereits selbst beantworten.
Aber keine Sorge, ich lasse Dich nicht allein.

Wir werden noch näher auf die einzelnen Elemente eines Funnel's eingehen.

Ein "Funnel" - aus dem Englischen für "Trichter" - ist dabei der Prozess, den ein Lead durchläuft, bis er die gewünschte Handlung vollzieht.



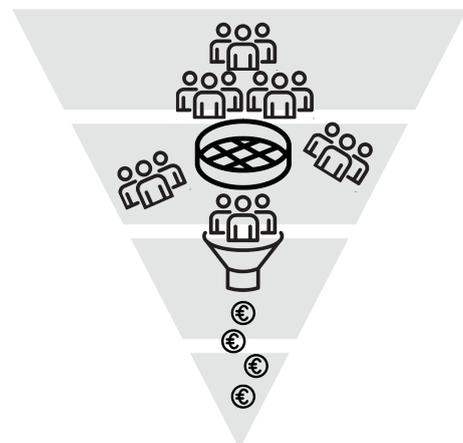
Na, klingelt es schon bei Dir?

Genau! Du hast meinen Freebie-Funnel bereits hinter Dir und hast, im Gegenzug zu Deiner E-Mail-Adresse, eine Kostprobe meiner Expertise erhalten, die Du gerade durcharbeitest.

Ein Freebie-Funnel ist allerdings nur ein Teil Deines oder Deiner Produkt-Funnel.

Neben der Trichterfunktion hat ein Funnel außerdem eine Sieb-Funktion. Denn entlang des Prozesses sollen anhand verschiedener Kriterien jene Personen aus Deiner Zielgruppe selektiert werden,

- für die Dein Angebot relevant ist,
- die zu Dir passen und mit Dir zusammenarbeiten möchten,
- die bereit sind, in sich selbst und in Dein Angebot zu investieren.



Daher filtert ein funktionierender Funnel gezielt potentielle Kunden aus dem gesamten Markt für Dich heraus und bereitet sie auf einen Kauf bei Dir vor.

Lass uns die einzelnen Teile eines Freebie-Funnels mal genauer anschauen.

Traffic

Hier zählt nicht nur Quantität

Da nur ein Teil des Marktes und auch nur ein Teil Deiner Zielgruppe als Kunden für Dich infrage kommen, solltest Du möglichst viele Leads durch Deinen Funnel lotsen.

Dort erfahren sie etwas mehr über Dich und Dein Angebot.

Daher solltest Du verschiedene Möglichkeiten nutzen, um Menschen auf Deinen Funnel aufmerksam zu machen. Wähle, was Dir am besten liegt und lasse Dich unterstützen, wo Du jemanden an Deiner Seite haben möchtest.

- Social Media Posts
- Suchmaschinenergebnisse
- Externe Verlinkung
- Werbeanzeigen (Ads)

Bereits hier beginnt mit gutem Copywriting und einer durchdachten Strategie der Auswahlprozess.

Das Tor in Deine Welt ist Deine Landingpage.

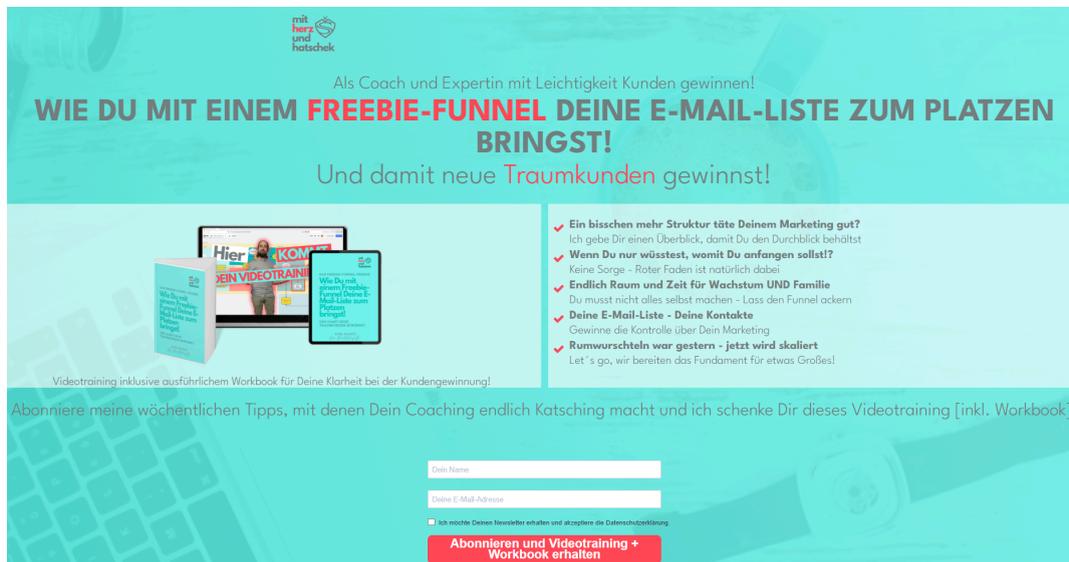
Landingpage

Das Tor zu Deinem Reich

Die Landingpage ist der erste Berührungspunkt Deines Leads mit Dir und Deinem Angebot auf Deinem eigenen Territorium, also außerhalb von Social Media und anderen Plattformen.

Es ist eine Website, die Dein Freebie anpreist und auf der beschrieben steht, um was es dabei geht.

Ganz wichtig: es muss deutlich werden, welchen Vorteil es Deinem Lead bietet und welchen Mehrwert Dein potentieller Kunde bekommt.



Konkret und sexy fängt beim Titel an und hört nicht beim Download-Button auf - die Reise geht noch weiter!

Warum hast Du bei mir geklickt?

Opt-In (OI) / Double Opt-In (DOI) Prozess

Damit wird es förmlich

Dein Besucher muss auf Deiner Landingpage die Möglichkeit bekommen, sich für Deinen Newsletter einzutragen.

Im Gegenzug erhält er dafür - wie versprochen - Dein (fast) kostenloses Freebie.

Es braucht also ein sogenanntes Opt-In-Formular.

Frage nicht zu viele Daten ab, das ist unverhältnismäßig. Im Grunde brauchst Du nur die E-Mail-Adresse.

Vorname und evtl. Nachname helfen Dir bei der Ansprache und beim Auseinanderhalten von Dutzenden Daniels und Annas.

Denke daran: gerade in der EU ist das Double-Opt-In-Verfahren quasi verpflichtend.

Danke(s)seite / Fast-Fertig-Seite

Der unterschätzte Conversion-Booster

Das ist die Seite, die angezeigt wird, sobald Dein Lead seine Daten eingetragen und das Formular abgeschickt hat.

Jetzt ist eine Mail mit einem Bestätigungslink (DOI) auf dem Weg in sein Postfach.

Diese Mail wird automatisch von Deinem Newsletterprogramm versendet und darf gerne knackig und schlicht sein.

Hier kannst Du den Prozess kurz erklären und beschreiben, was konkret zu tun ist.

Achtung: diese Seite ist sehr unterschätzt und bietet jede Menge Potential für weiteres Engagement (Kundenbindung).

Optional: Erklär-Video + Pitch

Nutze die Aufmerksamkeit



Auf der Danke(s)seite ist zum Beispiel Platz für ein kurzes Video, in dem Du Dein Freebie erklärst und noch einmal audiovisuell Kontakt zu Deinem potentiellen Kunden aufnimmst.

Damit baust Du weiter Bindung auf, zeigst Dich als Mensch und Experte und schaffst eine Verbindung zwischen Dir, Deinem Lead und Deinem Angebot.

Hast Du bereits ein weiterführendes Angebot, vielleicht ein Miniprodukt oder eine anstehende (kostenfreie) Veranstaltung? Dann ist hier die Gelegenheit diese zu pitchen und anzukündigen.

Nur nicht schüchtern sein!

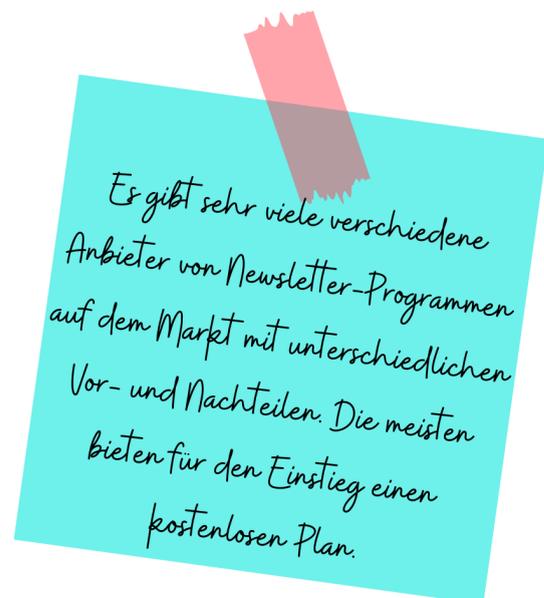
DOI-Mail

Auf der sicheren Seite

Das ist die erste Mail, die Dein neuer Kontakt von Dir erhält.

Sie wird automatisch nach der Anmeldung zu Deinem Newsletter versendet und enthält einen Bestätigungslink.

Das Opt-In-Formular, mit dem sich Dein Lead sowohl für Deinen Newsletter anmeldet, als sich auch Dein Freebie sichert, ist mit Deinem Newsletterprogramm verbunden.



Erst wenn Dein Lead mit diesem Link seine E-Mail-Adresse bestätigt, erhält er einen Eintrag in Deinem Newsletterverteiler.

Damit ist das DOI-Verfahren abgeschlossen und der Sicherheit genüge getan.

Diese Mail darf sehr schlicht gehalten und auf das Wesentliche reduziert sein. Sei trotzdem gerne freundlich.

Wahrscheinlich hast Du selbst diesen Vorgang schon einige Male durchlaufen, stimmt´s?

Bingo, jetzt seid ihr verbunden!

Bestätigungsmail mit Downloadlink (Auslieferung)

Jetzt musst Du liefern

Mit dieser Mail bekommt Dein potentieller Kunde das, was Du ihm versprochen hast: sein Freebie.

Außerdem bestätigst Du ihm somit, dass seine Anmeldung geklappt hat und er fortan Deinen Newsletter erhält.

Es gibt verschiedene Möglichkeiten ein Freebie auszuliefern. Der gängigste ist wohl, den Link auf eine Downloadseite mitzuschicken.

Wie Du diese Mail ausgestaltest, bleibt natürlich Dir überlassen.

Da ich in diesem Beispiel eine separate Willkommensmail vorgesehen habe, darf die Auslieferungsmail ebenfalls schlicht und knackig ausfallen.

Schlanke Prozesse und so!

Jetzt ist es nicht mehr weit bis zum Freebie.

Downloadseite

Euer erstes Date ist noch nicht vorbei!

Hier kannst Du jetzt beispielsweise den Download eines PDF-Dokumentes (E-Book) anbieten oder ein Video einbetten.



Hier ist es also - wie versprochen!

Dein Freebie-Funnel-Freebie

Wie Du mit einem Freebie-Funnel Deine E-Mail-Liste zum Platzen bringst!

Hier kommt Dein Workbook!
Deine neuen Kunden warten schon

Je nachdem, welches Format Du für Dein Freebie gewählt hast.

Genauso wie auf der Danke(s)seite, besteht auch hier die Option Deinem Lead noch einen Hinweis, eine Info oder einen Pitch mitzugeben.

Aber Achtung: Übertreibe es nicht. Dein Interessent wollte ein Freebie haben und Dich kennenlernen. Nicht gleich mehrere (Ver)Kaufangebote erhalten.

Mit professionellem Copywriting fällst Du nicht gleich mit der Tür ins Haus. Ihr habt euch schließlich gerade erst kennengelernt.

Willkommensmail

Jetzt noch mal ganz in Ruhe!

Mit einer Begrüßungsmail kannst Du nun Deinen neuen Newsletterempfänger gebührend in Deiner Liste willkommen heißen.

Ich bevorzuge dies unabhängig von der Auslieferung des Freebies, mit etwas zeitlichem Abstand, zu tun. So, als würde man eine Person im Trubel einer Veranstaltung in einem ruhigen Moment zur Seite nehmen und sich nur ihr zuwenden.

Dies kannst Du in Form einer Automatisierung mit Deinem Newsletterprogramm steuern und diese Mail später versenden lassen. Beispielsweise eine Stunde nachdem sich Dein Lead in Deine Liste eingetragen hat.

Diese Mail darf sicher etwas ausführlicher und länger sein. Vielleicht gibt es noch etwas zu erklären, ein paar nette Worte, ein bisschen Wertschätzung - das alles hat hier seinen wirkungsvollen Platz.

Hier muss euer Freebie-Date aber noch nicht enden!

Optional: Feedbackmail

Wie war ich?

Dein Freebie ist raus und Du hast die Kontaktdaten eines neuen Leads erhalten. Super!

Damit muss euer erstes Date aber nicht enden.

Warum holst Du Dir nicht einfach ein Feedback ein und fragst, wie das Freebie Deinem Lead gefallen hat, und ob es ihm einen Nutzen gebracht hat?

Diese Art von Rückmeldung ist Gold wert in der Entwicklung Deiner Produkte. So erfährst Du aus erster Hand, was sich Deine Zielgruppe wirklich wünscht.

Klar, nicht jeder wird Dir antworten. Das ist auch völlig ok so.

Diejenigen aber, die Dir antworten, bekommen dadurch eine weitere Gelegenheit, um mit Dir in den Austausch zu kommen. Und Du, sie weiter an Dich zu binden.

Das ist jetzt Dein nächster Schritt

Ich hoffe, Du hast mit diesem Freebie ein paar interessante Inspirationen und Antworten zum Füllen Deiner Liste erhalten.

Falls Du jetzt das Gefühl hast, mit der Konzeption Deines Funnels oder der Erstellung Deiner Texte überfordert zu sein.

Und Du Dir Unterstützung beim Vermarkten Deines Angebots wünschst.

Weil

- Du es Dir entweder nicht alleine zutraust,
- Du derzeit nicht die personellen Ressourcen dafür hast oder
- Du es einfach nicht mehr selbst machen möchtest,

dann bin ich derjenige, der diese Lücke in Deinem Online-Marketing - für Dich oder mit Dir - wirkungsvoll schließt.

Miteinander achten wir darauf, dass

- Deine Werte dabei gewahrt bleiben,
- Dein hoher Anspruch an Deine Außenwirkung erfüllt ist
- und Dein Angebot authentisch und aufrichtig vermittelt wird.

Mit allen passenden Mitteln ethischen Marketings - ohne toxische Manipulation - dafür in Verbindung und Resonanz.

Das ist es, was Du suchst?

Dann lass uns miteinander anschauen, wie Dein Marketing gerade aufgestellt ist, wie Du Deinen Funnel gestaltet hast, wo ich noch Potential sehe und was vielleicht auch ausgedient hat. Für einen entspannten und erfolgreichen Prozess!

→ [Buche Dir hier](#) ein kostenloses Erstgespräch und ich zeige Dir, wie Du Dein Produkt verkaufst - und nicht Deine Seele.

Schreib mit Herz und Hatschek!





Copywriting, das verbindet. Prozesse, die verkaufen.

+49 1590 6306680



copy@mitherzundhatschek.de

© 2025 Saša Bilečić - mitherzundhatschek. Alle Rechte vorbehalten. Ich habe dieses eBook selbst konzipiert, geschrieben und mit einem grausamen Fluch belegt. Wer es ohne meine schriftliche Genehmigung ganz oder teilweise kopiert, verbreitet oder modifiziert, wird mit ewigem Schluckauf belegt.