

Social Media auf Autopilot mit Matze

Vier vollständige Lerneinheiten aus dem Praxisguide. Du kannst direkt mit den Beispielen arbeiten.

1.1 Lege fest, was dieser Monat leisten soll

Öffne dein Arbeitsbuch und schreibe oben den Namen eines Produkts auf. Wähle für diesen Durchlauf nur eines. Wenn du einen Kurs, ein Vorlagenpaket und ein E-Book anbietest, entscheide dich zunächst für das Angebot, dessen Inhalt du am klarsten zeigen kannst. Das muss nicht das teuerste sein. Hilfreich ist ein Produkt, das tatsächlich verfügbar ist und für dessen Nutzung du konkrete Beispiele besitzt.

Formuliere dein Arbeitsziel so, dass du es selbst beeinflussen kannst: „Ich erstelle und prüfe zwölf Beiträge, verknüpfe sie mit einer verständlichen Produktseite und werte die Rückmeldungen aus.“ Ein Umsatzziel kann zusätzlich bestehen. Es ersetzt dieses Arbeitsziel nicht, weil Verkäufe auch von Nachfrage, Preis, Vertrauen und dem gesamten Kaufweg abhängen.

Das fiktive Beispiel begleitet uns durch alle Module: Lea arbeitet angestellt und verkauft nebenberuflich das PDF-Paket „Wochenklar“. Es enthält eine Wochenübersicht, eine Prioritätenkarte, eine Feierabend-Checkliste, eine ausgefüllte Beispielwoche und eine kurze Anleitung. Der fiktive Endpreis beträgt 19 Euro. Das Paket soll Berufstätigen helfen, Aufgaben für die kommende Woche sichtbar zu sortieren. Es ist kein Kalenderabo und keine Coaching-Leistung.

Leas Monatsziel lautet: Interessierte sollen erkennen, wie die Vorlagen aussehen, wann sie hilfreich sind und was sie nach dem Kauf erhalten. Daraus entstehen andere Beiträge als aus dem unscharfen Ziel „Ich will auf Instagram wachsen“. Ein Post über schöne Schreibtische kann hübsch sein. Er erklärt jedoch nicht automatisch, warum jemand eine Planungsvorlage kaufen sollte.

1.2 Beschreibe eine Situation statt einer allgemeinen Zielgruppe

„Menschen zwischen 25 und 55“ hilft beim Schreiben wenig. Beschreibe lieber einen Moment: Eine berufstätige Person schaut am Sonntag auf mehrere lose Aufgabenlisten und weiß nicht, was in der nächsten Woche wirklich Vorrang hat. Diese Situation liefert Wörter, Bilder und Fragen. Du kannst zeigen, wie eine Liste sortiert wird, welche Aufgaben warten können und wie eine Wochenübersicht aussieht.

Beantworte vier Fragen in vollständigen Sätzen:

1. In welcher konkreten Situation befindet sich die Person?
2. Welche Aufgabe möchte sie erledigen?
3. Was erschwert diese Aufgabe momentan?
4. Welchen kleinen, sichtbaren Fortschritt ermöglicht dein Produkt?

Leas Antwort ist keine Diagnose über alle Berufstätigen. Sie ist eine Arbeitshypothese: „Meine Vorlage richtet sich an Menschen, die ihre Arbeitswoche auf Papier vorbereiten möchten und bisher mehrere unsortierte Listen nutzen.“ Lea überprüft diese Annahme später anhand echter Fragen. Sie behauptet nicht, dass jeder gestresste Mensch ihre Vorlage braucht.

Bei einem digitalen Nähmuster könnte die Situation lauten: Eine Anfängerin möchte ihr erstes kleines Geschenk nähen und scheitert an unklaren Zuschnittangaben. Bei einer Excel-Vorlage wäre es vielleicht ein Selbstständiger, der seine offenen Angebote nachvollziehen möchte. Der Kursablauf bleibt derselbe. Nur Produkt, Demonstration und Sprache ändern sich.

1.3 Erstelle eine belastbare Produktbeschreibung

Fülle das Angebotsblatt aus: Produktname, Dateiformate, enthaltene Bestandteile, Voraussetzungen, Preis, Lieferweg, Nutzungsmöglichkeiten und Grenzen. Nutze dafür dein tatsächliches Kundenpaket. Zähle keine geplanten Ergänzungen als bereits enthalten. Wenn eine Datei nur gedruckt genutzt werden kann, behaupte keine digitale Ausfüllfunktion. Wenn Käufer eine externe App benötigen, gehört das in die Voraussetzungen.

Lea schreibt: „Du erhältst fünf PDF-Dateien zum Herunterladen. Die Wochenübersicht wird ausgedruckt und handschriftlich ausgefüllt. Es gibt keine Synchronisierung mit deinem Kalender. Ein Drucker ist für die vorgesehene Nutzung nötig.“ Diese Klarheit macht aus einer vagen Idee ein prüfbares Angebot. Sie hilft passenden Käufern und verhindert unnötige Erwartungen.

Trenne Eigenschaft und Nutzen. „Fünf PDFs“ beschreibt den Umfang. „Du ordnest deine wichtigsten Aufgaben auf einer Wochenübersicht“ beschreibt die Anwendung. Beides gehört zusammen. Ein Nutzen ohne sichtbaren Inhalt bleibt unklar; eine Dateiliste ohne Anwendung bleibt abstrakt. Schreibe daher neben jeden Bestandteil einen Satz: „Damit kann die Person ...“.

1.4 Wähle den nächsten Schritt je Beitrag

Ein Beitrag benötigt eine Hauptaufgabe. Er kann eine Situation erkennbar machen, einen Handgriff zeigen, eine Frage beantworten oder zum Angebot führen. Die Handlungsaufforderung, oft CTA genannt, muss dazu passen. Nach einem kleinen Sortiertipp ist „Speichere dir die drei Fragen“ plausibel. Nach einer vollständigen Produktansicht passt „Prüfe Umfang und Voraussetzungen auf der Produktseite“.

Für den ersten Monat nutzt Lea eine stabile Produktseite als Ziel ihres Profil-Links. Dort sind Beispielansicht, Inhalt, Preis, Voraussetzungen und Kaufmöglichkeit zu finden. Der Kurs verlangt kein zusätzliches Freebie und keine neue E-Mail-Automation. Wenn du bereits einen funktionierenden Einstieg besitzt, darfst du ihn nutzen. Füge jedoch nicht noch einen weiteren Zwischenschritt ein, dessen Zweck du nicht erklären kannst.

Teste den Weg am Smartphone: Öffne dein Instagram-Profil, tippe den vorgesehenen Link an und lies die erste Bildschirmansicht. Erkennt eine neue Person denselben Produktnamen und dieselbe Anwendung wie im Beitrag? Kann sie den Umfang prüfen? Funktioniert der nächste Button? Notiere jeden Bruch, bevor du mehr Content produzierst. Ein falscher Link wird durch zusätzliche Posts nicht besser.