



**“Für jene Menschen,  
die **überzeugend** und **einflussreich**  
schreiben, sprechen und kommunizieren wollen,  
doch nicht wissen, wie sie **beginnen** sollen...”**



## **Vertiefungsskript zu**

### **Video 3 – Die meisten Marketer lernen NICHT, wenn es darum geht, ihre Kunden perfekt anzusprechen...**

**....und wie du es besser machen kannst**

**Francis Herdes [00:00:02]** Die meisten Marketer lernen nicht, wenn es darum geht, ihre Kunden perfekt anzusprechen.

**Aditya Nowotny [00:00:11]** Hast du dich jemals gewundert, warum die meisten Marketer auf YouTube (und am Internet) dich wenig oder überhaupt nicht ansprechen?

**Francis Herdes [00:00:21]** Das liegt daran, dass die meisten Marketer auf YouTube genau dem Template folgen, was ihnen von ihrer Marketing Agentur vorgegeben wird. Deshalb klingen sie mehr oder weniger alle ziemlich gleich.

**Aditya Nowotny [00:00:36]** Andere Marketer wiederum legen sich ihre Texte selbst zurecht, ohne ..... der .....  
..... und ..... Und sie sprechen so, wie sie  
....., dass es bei den Leuten ankommt, nicht aber so, wie es bei den Leuten ..... ankommt. Und sie wundern sich dann, warum ihre Videos und Ads nicht besser verkaufen.

**Francis Herdes [00:01:02]** In diesem Video wirst du entdecken, wie du es besser machen kannst.



**Aditya Nowotny** [00:01:22] Herzlich willkommen zu diesem Marketing- und Copywriting-Video. Warum verkaufen die meisten Marketer nicht so gut, wie sie es könnten? Warum lernen sie auch nicht, wie es besser geht? Hier ist Aditya Nowotny.

**Francis Herdes** [00:01:43] Hier ist Francis Herdes.

**Aditya Nowotny** [00:01:45] Zu allererst, es geht jetzt nicht darum, wie viele Leute auf dein Ad oder dein Video kommen, denn das ist eine Frage des Traffic, das ist eine Frage für ein anderes Video. Es geht hier darum, wie dein Video, wie dein Text ..... und konvertiert, sobald dein ..... es sieht.

**Francis Herdes** [00:02:09] Das ist zuerst einmal die Frage des ..... Wollen Sie überhaupt Kunden? Wollen Sie die ..... für den Kunden überhaupt? Wollen Sie die ..... für den Kunden überhaupt? ..... Sie dafür? Wollen Sie wirklich ..... oder sind Sie nur an sich selbst interessiert?

**Aditya Nowotny** [00:02:33] Dann ist es eine Frage der Intentionalität, wenn Sie den Kunden wirklich ....., wenn Sie dem Kunden wirklich ..... wollen, wenn Sie sein Leben tatsächlich ..... wollen, auf die nächste Stufe heben wollen, dann strahlen exzellente Marketer das ..... aus. Es ist wie eine Carrier-Wave. Es ist wie ein Schneepflug, der für den Kunden, für den potenziellen Kunden den Weg von allen ..... freischaufelt.

**Francis Herdes** [00:03:08] Sind sie überhaupt an den Menschen, die ihr Zielpublikum sind, interessiert? Oder nur daran, dass sie ..... mit ihrem ..... machen? Das kommt dann natürlich rüber.

**Aditya Nowotny** [00:03:20] Sind Sie ..... sehr am Produkt interessiert, welches Sie vermitteln? Das ist die nächste Kategorie, an die viele nicht denken. Und wir haben sehr viele ..... Marketer und

Verkäufer. Und dann reden Sie nur über das Produkt, über die Eigenschaften, über die technischen Merkmale und sind ganz verliebt darin. Sie ..... dabei aber ganz Ihre Zuseher - im Video, im Ad, Ihre Zuhörer - im Podcast, Ihre Leser - im Blog, im Artikel, im Ad und was dieser eigentlich ..... Sie denken nämlich, die ganze Welt müsste genauso verrückt nach ihrem Produkt sein, wie Sie selbst es sind. Dabei vergessen Sie ganz die .....

**Francis Herdes [00:04:12]** Warum kaufen Menschen? Weil sie sich danach fühlen, weil sie Lust dazu haben. Zu 95 Prozent kaufen Menschen aus dem ..... heraus. Die restlichen 5 Prozent kommen aus dem ..... und dienen dazu, den Kauf vor sich selbst und vor anderen zu .....

**Aditya Nowotny [00:04:33]** Menschen kaufen, weil sie ..... vermeiden wollen oder ....., ..... erleben wollen. Sie kaufen auch, weil sie vor anderen ..... wollen.

**Francis Herdes [00:04:48]** Sie kaufen nicht, weil das Produkt irgendwelche tollen oder abgefahreneren technischen Eigenschaften oder Merkmale hat.

**Aditya Nowotny [00:04:57]** Sie kaufen nicht, weil sie am Marketer oder Verkäufer interessiert sind und ihn oder sie so toll finden. Deshalb würden sie alles von ihm, von ihr kaufen, denken sich so manche ....., ..... Verkäufer oder Marketer. Und das ist natürlich nicht so.

**Francis Herdes [00:05:19]** Sie kaufen nicht, weil sie wirklich ..... Heute bekommst du alles auch anderswo auf dem nächsten Kanal, auf der nächsten Webseite, wenn auch vielleicht nicht in derselben .....

**Aditya Nowotny [00:05:33]** Doch die Qualität des Marketing, die ..... hier und jetzt. Heute ist das Marketing das Wichtigste,

denn sonst kommt dein Interessent gar nicht an dein Produkt, deine Dienstleistung, deine Lösung. Zweitens ist dann natürlich die Produktqualität, die Dienstleistungsqualität, die Qualität deines Trainings, eines Online -Kurses, eines Wissensprodukts ist entscheidend. damit der dann auch zu einem ..... wird, zu einem ..... wird.

Aber hier und jetzt, und das geschieht sehr oft - es gibt Marketer, die haben ein besseres Marketing als Produktqualität. Und andere haben eine bessere Produktqualität als .....qualität. Warte mal, wo dann gekauft wird. Klar, bei dem, der das bessere Marketing hat. Und das bedeutet in weiterer Folge, dass die Leute eigentlich ein schlechteres bekommen. Deshalb, dass mit der Produktverliebtheit ist ein Riesenthema. Werde .....-verliebt! Werde .....-verliebt? Sonst kann dein Produkt noch so gut sein, es werden nicht so viele Leute kaufen.

**Francis Herdes** [00:06:52] Menschen kaufen also, weil sie sich danach ..... und sie kaufen nicht, weil das Produkt tatsächlich ..... ist oder der Marketer so toll ist und sie kaufen auch nicht, weil sie wirklich .....

**Aditya Nowotny** [00:07:07] All das lernen aber die meisten Marketer nicht. Sie wollen es gar nicht lernen. Sie wissen gar nicht, dass sie das lernen ..... und lernen .....

**Francis Herdes** [00:07:19] Sie wissen nicht, dass die ..... oder ..... die großen Copywriter wie Claude Hopkins, Robert Collier, John Caples, Gary Halbert oder Dan Kennedy mit ihren Worten verdienten, genau auf der ..... der ..... gründeten und nicht auf der hundertfach ausgelutschten Formel, die ihnen irgendein Typ aus einer Marketing-Agentur vorgibt.



**Aditya Nowotny** [00:07:47] Wie zum Beispiel das Brillante Copywriting Webinar und Bootcamp, welches wir geben, wo wir eben genau darauf eingehen, was diese ..... des Copywriting uns vermittelt haben, damit du nicht nur ein großartiges ..... oder ..... hast, sondern damit du eben auch ausgezeichnetes ..... und ..... hast.

Dieses geben wir aktuell. damit deine Fähigkeit, deine Kunden perfekt anzusprechen, auf den nächsten Level geht. Viele aber werden das niemals wissen. Sie werden einfach aufgeben und sie werden einen Job suchen, falls sie einen bekommen.

**Francis Herdes** [00:08:37] Wie kannst du es nun anders machen? Sei ..... für deine Interessenten, Kunden und Klienten. Sei .....

**Aditya Nowotny** [00:08:48] Sei ..... an deinen Kunden und Klienten. Dadurch wirst du ....., aber nicht indem du dich wichtig machst. Du bist nämlich ....., indem du selbst ..... bist. An was .....? Nicht am Verkauf, nicht zu sehr am Produkt, sondern interessiert an der Transformation, interessiert an dem Fortschritt, interessiert an der Reise, die du selbst machst und die dein ..... machen wird. Das ist also das erste, das du dich immer fragst, wenn du ..... sein möchtest. Das geht nicht, indem du dich wichtig machst. Das geht nur, indem du selbst ..... bist, nämlich an dem, was dein ..... für deine Kunden .....

**Francis Herdes** [00:09:49] Du bist ..... am Interessenten, am Kunden, am Stammkunden und du suchst und findest immer neue Wege, dieses Interesse unter Beweis zu stellen.

Dadurch hast du ....., dadurch bist du interessant, dadurch bist du ..... Deshalb kaufen die Menschen bei dir.



**Aditya Nowotny** [00:10:14] Wenn du diese Grundprinzipien der menschlichen Natur kennen und anwenden möchtest, so wie es Collier, Hopkins, Caples, Ogilvy, Halbert und Kennedy taten, wenn du dieses ..... und das ..... mit jeder ....., mit jedem ..... ein- und ausatmest, dann klicke jetzt auf den Link oberhalb oder unterhalb dieses Videos, je nachdem auf welchem Kanal du dies gerade siehst. und sei beim brillantes Copywriting -Webinar oder auch Bootcamp mit dabei.

**Francis Herdes** [00:10:52] Es gibt keine bessere ..... als zu den ..... zu gehen und diese ..... kennen und ..... zu lernen.

**Aditya Nowotny** [00:11:03] Klicke daher jetzt entweder oberhalb oder unterhalb dieses Videos, um dir deinen Zugang zum Webinar zu sichern. Wir sehen uns in Kürze im Webinar und/oder im Bootcamp. Hang loose!

### **Weiter gehts in Video 3 mit dem Angebot....**

Der heilige Gral von Copywriting ist das Angebot. Sieh dir jetzt die **gesamte Angebotssequenz für das Brillante Copywriting Bootcamp an** und achte dabei nicht nur auf das, **WAS** gesagt wird, sondern vor allem darauf **WIE** und **WARUM** es gesagt wird. Wenn du willst, folge dem Angebot...

**Falls du das Webinar noch nicht gesehen hast, wähle deinen Termin und melde dich an über <https://adityanowotny.com/webinar-brilliantes-copywriting>** *(Dies ist die Aufzeichnung von einem der drei Live-Webinare)*

**Anmeldung zum 3 1/2 tägigen Live Bootcamp "Brilliantes Copywriting"**

<https://adityanowotny.com/brilliantes-copywriting-bootcamp/>

Die Aufgabe gut **funktionierenden Copywritings** und **Copyspeakings** - der Sprache des Erfolges - ist es, deine Leser, Zuseher oder Hörer **zu einer bestimmten Handlung zu veranlassen.**

Copywriting ist die Kunst, dein Zielpublikum mit Worten zu **ÜBERZEUGEN**, sie emotional zu **NEHMEN** und zur Handlung zu **BEWEGEN.**

Hast du diese Kunst erlernt, wirst du in der Lage sein, sie alles **KAUFEN** zu **LASSEN**, was DU ihnen anbietest! Wenn du Copy - professionelle Texte und Werbetexte - meisterst und beginnst, sie für dich selbst und/oder für andere zu verfassen, hast du buchstäblich die Fähigkeit, dir **deine Gehaltszettel selbst** auszustellen.