

Wenn deine idealen KundInnen dein Angebot nicht verstehen – Der Fluch des Experten im Online-Business

Hallo und ganz herzlich willkommen zu einer neuen Folge im Scale with Ease Podcast. Ich bin Simone Weissenbach und ich begleite Expertinnen und Experten dabei, ihr Business so aufzustellen, dass es für sie läuft und nicht umgekehrt. Dabei nutze ich am allerliebsten ganz individuelle Evergreen-Systeme, die dann einen Großteil vom Verkaufen für dich übernehmen, damit du mehr Zeit für deine eigentliche Expertise hast und du gleichzeitig deine Angebote leichter und planbarer verkaufen kannst, denn mit den richtigen Systemen fühlt sich das Wachstum dann nicht nur leichter an, es wird sogar planbar.

(00:50) Und das finde ich was, was sehr sehr erstrebenswert ist, denn häufig ist es so, dass man absolute Expertise in einem Bereich hat, richtig geniale Angebote entwickelt hat, aber irgendwie versteht es keiner. Ich weiß nicht, ob du den Effekt auch schon mal hattest, aber mir ging das definitiv schon so, dass ich ein Angebot entwickelt habe, wo ich absolut wusste, wer ist der Mensch, für den das Angebot genial ist. Ich wusste, was dieses Angebot bewirken soll.

Und ich hatte dann ein Gespräch mit einer potenziellen Kundin, wo ich schon gespürt habe, die ist genau richtig für das Angebot und dann hat sie zu mir gesagt: "Also es tut mir total leid, aber ich verstehe es einfach nicht."

In dem Moment habe ich gedacht, wie kann das sein? Da ist mir bewusst geworden, wie groß manchmal diese Diskrepanz ist zwischen dem: wir denken oder wir denken nicht, wir wissen, dass wir ein richtig, richtig geniales Angebot entwickelt haben, aber die Leute, für die es genau das Richtige ist, verstehen irgendwie nicht, was wir wollen. Und das ist tatsächlich das, was frustriert ist, weil es dazu führt, dass du deine Angebote ständig neu erklären musst.

Also wenn du zum Beispiel Sales Calls nutzt, dann bist du eher ständig am Angebot erklären. Und eigentlich sollte es ja zum Beispiel eine Sales Page geben, die einfach schon den allergrößten Teil des Verkaufens für dich mit übernimmt

als ein Teil deines Systems. Aber wenn das Angebot nicht so klar ist, dass die richtigen Leute das direkt verstehen und direkt das Gefühl haben: Krass, das ist ja wie für mich gemacht, dann wird es schwierig, das Angebot leicht zu verkaufen.

Wenn du auch ein Angebot hast, wo du denkst, ja, wer das verstanden hat, der merkt, wie genial das ist und dass das ein absoluter No-Brainer ist, dann solltest du in dieser Folge mal ganz genau hinhören, was da vielleicht eine Lösung sein kann, beziehungsweise erst mal drauf zu gucken, warum das passiert und was da häufig das Problem ist.

Das hängt nämlich mit einem psychologischen Effekt zusammen, den man als **Fluch des Experten** bezeichnet. Vielleicht hast du schon mal gehört, vielleicht auch nicht, mit Fluch des Experten ist gemeint, dass man einfach so tief in einem Thema drin ist, dass es für einen selber einfach völlig banal und einfach wirkt.

Du kennst das vielleicht auch manchmal, dass du wem was erzählst, was du so machst und die dann richtig geflasht sind davon: "Boah, wie krass, dass du das alles kannst" und du denkst dir nur, naja, das ist ja jetzt nicht wirklich schwer, weil es das für dich nicht ist.

Und das führt aber zu diesem Flucht des Experten dadurch, dass es für dich so einfach, so selbstverständlich ist, dass du häufig bestimmte Sachen voraussetzt, bestimmte Basics vielleicht nicht mehr erklärst, einfach weil du auf einer ganz anderen Ebene bist bei dem Thema.

Das Schwierige ist dann, wenn die idealen Kunden für dein Angebot nicht oder noch nicht auf dieser Ebene sind und was sie eigentlich gar nicht sein können zu dem jetzigen Zeitpunkt, dass sie dann einfach nicht verstehen, was du gerade meinst.

Es ist nicht nur so, dass sie es nicht verstehen, sie sehen die Relevanz für sich nicht. Sie können nicht erkennen, dass dieses Angebot gerade ihre größte Herausforderung lösen würde. Und das ist verdammt schade, weil dann kann dein Angebot einfach nicht das bewirken, was eigentlich bewirken könnte.

Wenn du jetzt mal überlegst, Menschen die zu dir kommen, warum kommen die zu dir?

Was wollen die von dir? Und versuch mal jetzt wirklich die konkreten Probleme, die konkreten Herausforderungen zu beschreiben. Und versuch dann mal, dein Angebot dagegenzustellen, um zu gucken, ist das Angebot so, dass es absolut dieses Thema, diese Herausforderung löst?

Und ist es vor allen Dingen so formuliert, dass jemand, der eben noch nicht dein Know-how hat, deine Expertise hat, deine Erfahrung hat, das auch sehen und verstehen kann?

Wenn das nämlich nicht der Fall ist, dann wirst du ganz oft den Effekt haben, dass du ein geniales Angebot hast, aber kaum jemand es richtig versteht und deswegen auch kaum jemand kauft.

Und das Schwierige, finde ich, dass dann eigentlich total geniale Angebote verworfen werden, dass die überarbeitet werden, dass die gestrichen werden, dass die nicht mehr auf dem Markt sind, weil man denkt, das Angebot ist nicht gut, es hat sich nicht verkauft. Aber das Problem war dann in dem Fall gar nicht das Angebot oder in den wenigsten Fällen, sondern dass einfach diese Übersetzung gefehlt hat von deiner Expertise zu dem, was deine Kundinnen und Kunden gerade wirklich brauchen, wollen und wo sie auch bereit sind, Geld für zu bezahlen.

Wenn du auch merkst, dass du dein Angebot immer wieder versuchst neu zu erklären, wenn du immer wieder versuchst, zum Beispiel auf einer Salespage was noch klarer und anders zu beschreiben und selber aber auch irgendwo das Gefühl hast, irgendwas passt da nicht mehr ganz, dann ist das Problem meistens eben nicht die Komplexität, sondern eben diese fehlende Übersetzung.

Dieser Effekt kann übrigens auch entstehen, wenn wir schon länger im Business sind und wenn es dann um Angebote geht, die wir vielleicht vor ein paar Jahren mal entwickelt haben, dass wir uns weiterentwickelt haben, aber die Angebote häufig noch auf dem Stand stehen geblieben sind von vor zwei, drei Jahren vielleicht.

Das kann aber dann dazu führen, dass diese Angebote auch zu uns vielleicht nicht mehr optimal passen, weil wir da vielleicht irgendwann mal Angebots- oder Supportformate rein integriert haben, weil es halt zu der Zeit hieß, das muss man unbedingt machen und jeder braucht das, aber eigentlich passt es

überhaupt nicht zu dir, hat vielleicht auch nie zu dir gepasst, passt nicht zu deinem Leben.

Dann hast du sogar an zwei Fronten das Problem, weil zum einen du selber vielleicht nicht mehr 100 Prozent von dem Angebot überzeugt bist und ständig versuchst, irgendwo nachzujustieren und das wieder anzupassen. Und auf der anderen Seite es aber häufig auch nicht die Sprache deiner idealen Kunden trifft, vor allen Dingen nicht die Sprache der idealen Kunden, mit denen du heute arbeiten willst, was in vielen Fällen auch andere Menschen sind als die, mit denen du vielleicht vor zwei oder drei Jahren gearbeitet hast und es dadurch einfach auch wirklich schwierig wird.

Wenn du dann vielleicht denkst, naja, ich muss es halt noch besser erklären, ich muss die Sales-Page nochmal überarbeiten, ich muss den Header nochmal neu machen, ehrlich gesagt ist das bei mir immer so ein Ding, woran ich merke, dass irgendwo was nicht mehr ganz stimmig ist, wenn ich so das Gefühl habe, ich muss bei einer Sales-Page zum Beispiel den Header neu machen. Also der Header, das was du ganz oben siehst, was ja bei den richtigen Menschen dieses Gefühl auslösen soll von: "Oh das ist interessant, das ist cool. Hier lese ich mal weiter das könnte was für mich sein."

Das passiert bei mir ganz häufig dann, wenn ich einerseits merke, dass es für mich nicht mehr ganz stimmig ist, wenn ich merke, dass ich nicht mehr die Menschen erreiche, mit denen ich da jetzt eigentlich wirklich arbeiten will, und wenn ich merke, dass ich das Gefühl habe, dass die potenziellen Kundinnen und Kunden das einfach nicht richtig einordnen und verstehen können.

Und da wird es oft eben schwierig, gerade für erfahrene Experten, Expertinnen, die an diesem Fluch des Experten leiden, dass man dann eben denkt, man muss es halt einfach nur noch irgendwie besser erklären. Aber häufig ist das gar nicht der Punkt, sondern es geht eher um diese Übersetzungsarbeit zwischen deinem genialen Angebot, deiner Expertise und dem, was deine Kundinnen und Kunden wirklich brauchen und wollen.

In vielen Fällen heißt es eigentlich, es muss weniger erklärt werden, sondern besser eingeordnet werden. Die Menschen kaufen nicht, weil was theoretisch genial ist, wenn es für sie keine Relevanz hat. Die kaufen, wenn sie spüren, das

ist genau das Richtige für mich, das ist wie für mich gemacht. Und auch da habe ich zum Beispiel im **Evergreen Flow Programm** auch ein Training integriert.

Weil ich sage, das ist wirklich eine der Fähigkeiten, die unheimlich wertvoll ist für gerade erfahrene Expertinnen und Experten. Und auch gerade, wenn die schon sehr fortgeschritten sind, die Fähigkeit, dieses Wie-für-mich-gemacht-Gefühl zu wecken. Wenn du das, dein Angebot, diese Übersetzung hin zu dem, was die Menschen eigentlich tatsächlich gerade suchen, wenn du das schaffst, das Ganze in ein System zu integrieren, wo jedes Element von diesem System dafür sorgt, dass die richtigen Menschen wirklich erkennen, dass dein Angebot genau das Richtige für sie wird und es fängt bei der Angebotsstruktur an.

Das geht aber auch über deine Marketing, beispielsweise die Sales Page, den Content, den du dazu erstellst, bis hin zu dem eigentlichen Verkaufsmechanismus, egal ob das jetzt eine Salespage ist, über die verkauft werden soll, ob es ein Webinar ist, ob es ein Sales Call ist, was auch immer.

Aber wenn du hier ein System hast, das dafür sorgt, dass die richtigen Menschen wirklich erkennen, dass dein Angebot genau das Richtige für sie gerade ist, dann machst du dir das Verkaufen durch dein System so viel leichter, weil das Verkaufen dieses sogenannte heavy lifting schon mal übernimmt und der Großteil dadurch schon automatisch passiert, ohne dass du eben immer wieder dein Angebot erklären musst und ohne dass du einfach das Gefühl hast, ja, mein Angebot ist total cool, aber irgendwie versteht es halt keiner.

Auch hier ist das **Self Audit**, das ich entwickelt habe, eine richtig, richtig gute Möglichkeit, um rauszufinden, ob dein Angebot gerade vielleicht falsch eingebettet ist oder ob es vielleicht auch ein anderer Punkt ist, der da die Klarheit blockiert und der da dafür sorgt, dass dein Angebot sich gerade vielleicht nicht so leicht und gut verkauft, wie du es gerne hättest, obwohl dein Angebot richtig, richtig gut ist.

Du kannst das Self Audit gerne kostenfrei machen unter **<https://www.simoneweissenbach.com/audit>**, natürlich ist es auch in den Shownotes verlinkt.

Du wirst definitiv die Aha-Momente bekommen, ob es gerade eher das Thema der Angebot ist, ob es eher das Marketing ist oder der Verkauf an sich, ob das

bei dir schon ein System ist, bei dem alles ineinander spielt, damit du dein Angebot wirklich leicht und planbar verkaufen kannst oder ob es da momentan einfach irgendwo einen Engpass gibt, den du aber bisher so nicht wahrgenommen hast.

Es lohnt sich garantiert, weil wir einfach häufig dazu neigen, gerade wenn wir schon lange im Business sind und einfach so unglaublich viele Optionen haben, an welchen Stellschrauben wir drehen könnten, dass es da einfach ganz leicht passiert, dass man anfängt, an der falschen Stellschraube zu drehen. Und das ist ärgerlich, vor allem deshalb, weil es halt wieder Zeit und Energie kostet, die dann in die falsche Richtung geht, ohne dass es aber wirklich die Ergebnisse besser macht.

Deswegen nochmal die herzliche Einladung zum **Self Audit**, denn du wirst da, wie gesagt, im wahrsten Sinne des Wortes auf einen Blick sehen, ob das gerade Wirklich das Thema ist dein Angebot, ob es eher die Übersetzung ist, ob es eher das Marketing ist oder dein Weg des Verkaufens oder wie gesagt, vielleicht auch, dass alles schon richtig, richtig gut zusammenpasst.

Ich bin gespannt auf deine Aha-Momente und wir hören uns ganz bald wieder. Mach's erst mal gut und bis dann. Ciao, ciao.