



Arbeitsblatt: Inhalte, um eine echte Fangemeinde aufzubauen

Elfenbeinturm vs. Algorithmus-Marionette

Als Online-Unternehmer musst Du bei der Erstellung von Inhalten einen gefinkelten Balanceakt hinbekommen. Es ist leicht, sich in der Jagd nach „Eitelkeitsmetriken“ zu verlieren, vor allem, weil jede soziale Plattform im Internet genau darauf ausgerichtet ist. Sie wollen Dich süchtig machen nach Aufrufen, Likes, Kommentaren und dem Streben nach Followern.

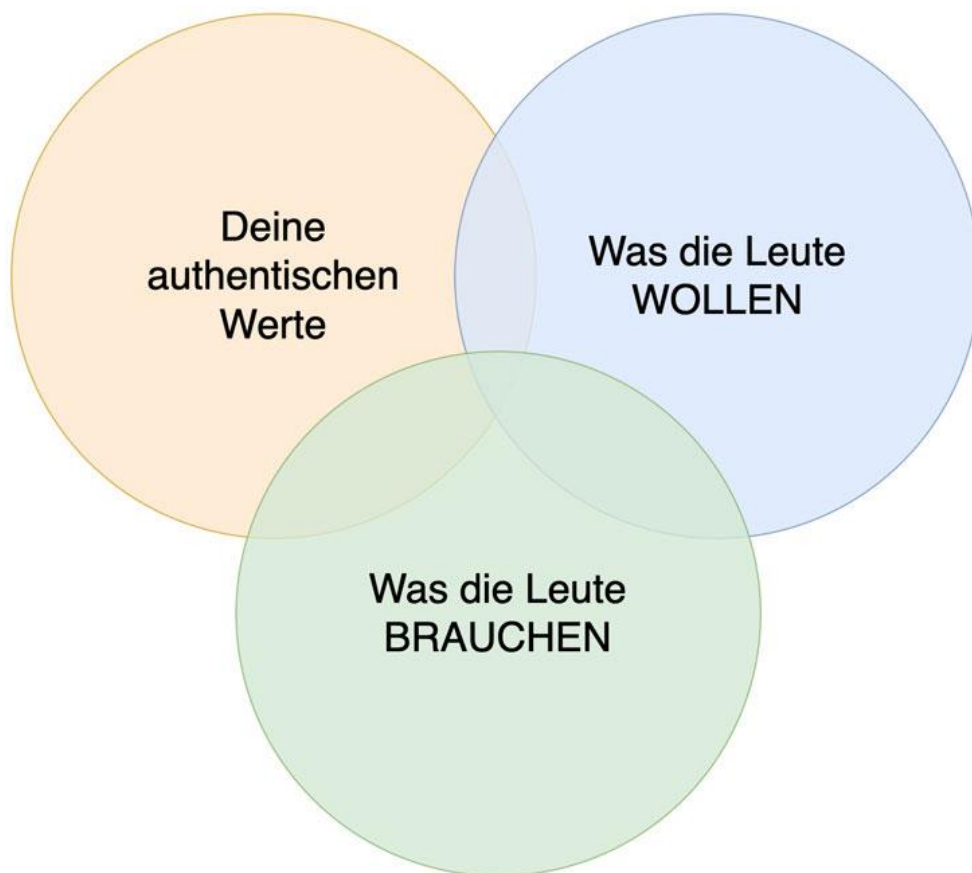
Doch das ist eine Falle. Wenn Du Dich in der Jagd nach diesen Zahlen verlierst (wie es die meisten Leute tun), dann wirst Du zu einer **Marionette des Algorithmus**. Deine Botschaft, Deine Mission - all das wird zweitrangig oder gerät völlig in Vergessenheit.

Das andere Extrem ist das Problem des **Elfenbeinturms**. Das ist der Fall, wenn jemand nur sein eigenes Ding macht, ohne Rücksicht darauf zu nehmen, was andere wirklich wollen. Er schafft blindlings ein Angebot von etwas, für das es online keine Nachfrage gibt - eine Strategie, die zum Scheitern verurteilt ist.

Finde Deinen „Sweet Spot“

Wie kannst Du Content erstellen, der zu Ergebnissen führt, ohne eine Marionette des Algorithmus zu werden? Erfolgreich wirst Du, wenn Du die beiden oben beschriebenen Extreme vermeidest und eine Schnittmenge findest. Das ist der Fall, wenn Du einen Weg findest, Deine einzigartige Botschaft und Deinen Wert zu vermitteln, ihn aber an die Nachfrage des Marktes anzupassen.

Hier ist eine Übung für Dich, um herauszufinden, welche Art von Inhalten, Produkten und Dienstleistungen Du hierfür anbieten kannst.



Um diese ideale Art von Inhalt zu finden, müssen wir 3 Faktoren berücksichtigen:

1. Was Du anbieten kannst und möchtest.
2. Was die Menschen in Deinem Zielmarkt wollen.
3. Was die Menschen in Deinem Zielmarkt brauchen (aber noch nicht wissen).

Um diese Unterscheidung zu verdeutlichen, hier zwei Beispiele.

Beispiel 1: Fitness

Ein Fitness-Coach verfügt über Fachwissen im Bereich Gesundheit und Fitness und der authentische Wert, den er bieten möchte, besteht darin, Menschen dabei zu helfen, in Form zu kommen, aktiver zu sein und einen gesünderen Lebensstil zu führen.

Die Menschen in seinem Zielmarkt wünschen sich in der Regel einen einfachen Weg, um bestimmte Ergebnisse zu erzielen, wie z. B.: ein Sixpack zu bekommen, einen „Strandkörper“ zu haben, schnell abzunehmen, usw.

Was diese Menschen brauchen, aber noch nicht wissen, sind Dinge wie:

- Eine Reihe von Gewohnheiten zu etablieren, die zu den gewünschten Ergebnissen führen.
- Die Art und Weise zu ändern, wie sie essen.
- Konsequenz und diszipliniert zu trainieren, sich jeden Tag ausreichend zu bewegen.
- An ihrem Lebensstil zu arbeiten.

Der Fitness-Coach kann Inhalte erstellen, die sich mit all diesen Bereichen überschneiden, indem er Anleitungen zu den Themen "Wie bekomme ich schnell ein Sixpack" und ähnlichen Themen anbietet, die Menschen aber zu den erforderlichen Änderungen des Lebensstils und der Gewohnheiten anregt, anstatt eine schnelle (aber unmögliche) Lösung zu versprechen.

Beispiel 2: Musikproduktion

Ein Musikproduzent erstellt Tutorials, in denen er Leuten beibringt, wie man mit Tools wie Ableton Musik macht. Das ist der authentische Wert und die Expertise, die er mitbringt.

Die Menschen in seinem Zielmarkt wollen bestimmte Ergebnisse erzielen, z. B. einen cool klingenden Hip-Hop-Beat produzieren können.

Was die Leute brauchen, ist Wissen über verschiedene technische Funktionen und Werkzeuge in der Ableton-Software, z. B. das Importieren mehrerer Samples. Der Schlüssel dazu ist die Erkenntnis, dass die meisten Menschen nicht danach suchen.

Denk daran: Die Leute wissen in der Regel nicht, was sie brauchen. Der Musikproduzent erstellt also ein Tutorial zum Thema "Wie man in weniger als 15 Minuten einen coolen Hip-Hop-Beat macht", damit die Leute darauf reagieren und die technischen Dinge erfahren, die sie wissen müssen.

Hol die Menschen dort ab, wo sie sind

Erkennst Du die Gemeinsamkeiten zwischen diesen beiden Beispielen? Und erkennst Du, dass dies im Grunde für jede Nische und jeden Markt gilt?

Im Allgemeinen suchen die Anfänger in einem Markt immer nach einem schnellen Weg, um ein bestimmtes Ergebnis zu erzielen. Das ist es, was sie wollen. Aber sie haben keine Ahnung, was sie eigentlich brauchen, also können sie nicht danach suchen.

Je fortgeschrittener und sachkundiger jemand ist, desto mehr wird er wissen, wie er nach den spezifischen Dingen suchen kann, die er braucht. Aber es gilt immer das gleiche Prinzip: **Die Menschen reagieren auf eine bestimmte Art von Dingen und haben bestimmte Bedürfnisse, derer sie sich noch nicht bewusst sind.**

Brainstorming-Übung

Hier ist eine Übung, um auf Themen und Ideen für Inhalte zu kommen, die Dir helfen, ein eigenes Publikum mit echten Fans aufzubauen. Beantworte die folgenden Fragen:

Was sind einige „Clickbait-Titel“ und Headlines, die in Deiner Nische gut funktionieren würden?

Dies ist ein Hinweis darauf, was die Menschen wollen, worauf sie reagieren und wonach sie suchen.

Welche Ergebnisse wünschen sich die Menschen in Deiner Nische besonders?

Was sind die „Endziele“, die sie gerne schon erreicht hätten?

Welche grundlegenden Bedürfnisse zeigen sich in den Dingen, die die Menschen wollen?

Beantworte diese Frage für jede der Clickbait-Titel und jedes der Ergebnisse, die Du aufgelistet hast.

Was müssen die Menschen in Deiner Nische ändern, um das zu erreichen, was sie wollen?

Hier kannst Du einen Mehrwert schaffen, der über das hinausgeht, was die Menschen erwarten und Du kannst sie auf eine längere Lernreise einladen.
