LESEPROBE

ARTUR NEUMANN

ENDLICH EXPERTE

DAS GEHEIMNIS DER SPITZENVERDIENER

BUCHKODEX

Gratis-Tipps und -Kurse für Autoren unter:
www.buchkodex.de

© Artur Neumann, Oststraße 45, 40211 Düsseldorf. Alle Rechte vorbehalten. Das Werk darf – auch teilweise – nur mit Genehmigung des Autors Artur Neumann wiedergegeben werden.

Herausgeber: BUCHKODEX, www.buchkodex.de

ISBN 978-3-00-053841-4

Dies ist eine Leseprobe.

Das ganze Buch gibt es unter:

www.buchkodex.de/amazon

INHALT

01 Vorwort: Die Kraft des Buches 09

02 Nutzen Sie schon die „Autoren-Aura"? 13

TEIL 01: Experten-Geheimnisse und typische Denkfehler von Autoren

03 Ohne Schreibtalent zum eigenen Buch? 19

04 Erfolgreiche Autoren brauchen keine Bestseller 23

05 Die unfairste Marketing-Strategie der Welt 29

06 Was haben Autoren und Priester gemeinsam? 33

07 Das Geheimnis der Spitzenverdiener 41

08 Wieso JEDER Unternehmer ein Buch veröffentlichen sollte 43

09 Wieso Sie Ihr Wissen kostenlos teilen sollten 47

10 Wie Sie in das Schlafzimmer Ihrer besten Kunden gelangen 51

11 Wie Sie die Person werden, die Sie schon immer sein wollten 55

12 Wie Sie komplexe Entscheider-Strukturen überzeugen 59

TEIL 02: Wie Sie von den Vorteilen der „Autoren-Aura" profitieren

13 Wie Sie Vertrauen, Autorität und einen Expertenstatus aufbauen 65

14 Wie Sie zum Meinungsführer werden 67

15 Wie Sie Idealkunden anziehen 71

16 Wie Sie zum VIP werden und Ihr Netzwerk vergrößern 75

17 Wie Sie sich als Speaker positionieren 77

18 Wie Sie Ihren Wert erhöhen und dadurch höhere Honorare erhalten 81

19 Wie Sie die besten Mitarbeiter für Ihr Unternehmen bekommen 85

20 Wie Sie kostenlose Presse und Medienauftritte erhalten 89

21 Wie Sie Ihr Buch im Verkaufsgespräch einsetzen 93

22 Wie Sie automatisch konstant neue Empfehlungen erhalten 99

23 Wie Sie Leser in echte Fans verwandeln 107

24 Wie Sie Ihre Veranstaltung unvergesslich machen und die besten Speaker gratis bekommen 111

25 Wie Sie Ihr Buch für Content Marketing nutzen 115

26 Weshalb Sie sogar dann ein Buch schreiben sollten, wenn es keiner lesen würde 119

27 Wie Sie mit Ihrem Buch Synergien schaffen 125

28 Wie Sie mit Ihrem Buch schnell neue Produkte entwickeln (und dadurch viel verdienen) 133

TEIL 03: Ein erfolgreiches Buch konzipieren und schreiben – auch ohne Schreibtalent

29 Das BUCHKODEX-System: In fünf Schritten zum fertigen Buchtext 143

30 Und was kommt nach dem Manuskript? 163

31 Traditioneller Verlag, moderner Verlag oder Selbstverlag: Welcher Weg ist für mich richtig? 165

32 Wie Sie mit Buchkritikern umgehen sollten 183

33 Warum Sie gerade jetzt ein Buch veröffentlichen sollten 187

34 Wie Sie mit einem Buch eine Legende hinterlassen 191

35 Sind Sie schon Experte? 195

Über den Autor

01

Vorwort: Die Kraft des Buches

Ein Expertenstatus verändert alles: Sie erhalten automatisch neue Aufträge und Kunden, entwickeln eine magnetische Anziehung und Charisma, werden als Speaker gebucht, sind regelmäßig in der Presse vertreten, können leicht Kontakt zu VIPs aufbauen und genießen einen hohen Status in Ihrem sozialen Umfeld.

Sie wollen genau das erreichen?
Dann sind Sie hier richtig.

Seit dem Jahr 2008 beschäftige ich mich mit dem Thema „Erfolg" und erforsche intensiv, wieso es einigen Menschen gelingt, in kürzester Zeit von einem Niemand zu einem anerkannten und erfolgreichen Unternehmer oder Experten zu werden. Ich habe die unterschiedlichsten Strategien, Methoden und Taktiken dieser

„Erfolgsmenschen" analysiert und eine wichtige Gemeinsamkeit erkannt: **Erfolgreiche Menschen haben eine glasklare Botschaft.**

Mit ihr schießen sie wie ein Pfeil durch die Masse, positionieren sich als Experte, verdrängen ihre Wettbewerber, ziehen Idealkunden an und werden in Rekordzeit erfolgreich.

Überzeugende Experten überliefern ihre Botschaft mittels der unterschiedlichsten Formate: Produkte, Dienstleistungen, Videos, Podcasts, Seminare, Coachings, Blogs oder Artikel. Aber der effektivste Kommunikationskanal ist ein eigenes Buch.

Ein Buch ist in unserer Gesellschaft der klarste Indikator für einen Experten und das beste Werkzeug, wenn Sie schnell und effektiv einen Expertenstatus erreichen möchten.

Lassen Sie mich diese These kurz erklären. Bücher verändern, motivieren, unterhalten, erschüttern, klären auf und können sämtliche Emotionen in einem Menschen wecken. Sie verleihen dem Autor Status, Charisma und Autorität. Sie besitzen eine Macht, über die kein anderes Kommunikationsmedium verfügt. Bücher sind Werkzeuge der Veränderung.

Die Macht des Buches habe ich zum ersten Mal während eines Sommerurlaubes gespürt. Ich war gerade mit meinen Eltern und meiner Schwester in Norditalien und entspannte mich auf dem Balkon unserer Wohnung. Die Sonnenstrahlen prallten auf meinen Kopf, die Hitze staute sich in meinen dunklen Haaren und im Hintergrund hörte ich weit in der Ferne lachende Kinder und monotones Meeresrauschen.

Im Grunde war es ein typischer Urlaubstag. Aber er war doch besonders: Ich feierte meinen vierzehnten Geburtstag. Damals hätte ich nicht ahnen können, dass dieser Geburtstag und vor allem das Geschenk, das ich an diesem Tag erhielt, mich für immer verändern würden.

Meine Eltern schenkten mir zu meinem 14. Geburtstag den Millionen-Bestseller „Denke nach und werde reich“ von Napoleon Hill.

Eigentlich interessieren sich 14-jährige Jungs noch nicht für Erfolgs- oder Businessbücher, doch aus irgendeinem Grund packten mich die Geschichten dieses Buches von Anfang an. Noch nie hatte ich so schnell ein Buch verschlungen und noch nie hatte ein Buch so starke Emotionen in mir ausgelöst.

Ich fühlte mich nach der Lektüre motiviert, inspiriert und euphorisch. Beim Lesen dieses Buches erlebte ich zum ersten Mal, welche Kraft ein Buch haben kann.

Als ich irgendwann die letzte Seite des Buches aufschlug, fasste ich einen Entschluss: „Auch ich werde Bücher schreiben und das Leben anderer Menschen positiv beeinflussen.“

So verändert ein eigenes Buch Ihr Leben

Meinen ersten Bestseller „Die etwas andere Denkweise: 62 Denkanstöße über Persönlichkeit, Einfluss und Erfolg“ habe ich im Alter von 22 Jahren veröffentlicht und tausendfach verkauft.

Meine Artikel über die „Denkweisen erfolgreicher Unternehmer“ werden jeden Monat von über 100.000 Menschen gelesen – und damit von mehr, als in einem Fußballstadion Platz finden. Damit zählt meine Website www.30tausend.de zu den größten deutschen Blogs im Bereich Erfolgsdenken.

Ergänzend zu meiner Tätigkeit als Autor und Blogger habe ich eine intensive Karriere als digitaler Projektleiter und Berater in einer der weltweit bekanntesten Werbeagenturen hinter mir. Ich durfte in dieser Zeit an spannenden internationalen Projekten für Konzerne arbeiten und war verantwortlich für die Koordination internationaler Teams. Meine Arbeiten wurden auf zahlreichen Unternehmer-Events, Websites und Veranstaltungen präsentiert.

Heute kommen Kunden, Investoren, Unternehmer und Experten auf mich zu, um mich um Rat zu fragen. All diese Möglichkeiten und Chancen hätte ich niemals ohne die Veröffentlichung meiner eigenen Bücher erhalten.

Als Buchautor werden Sie als aktiver, kreativer, eloquenter und disziplinierter Geist wahrgenommen, der seine Gedanken ordentlich, strukturiert und interessant wiedergeben kann.

Die Tatsache, dass jemand ein Buch mit seinem Wissen füllt und dass sich Menschen dieses Wissen tausendfach aneignen möchten, verleiht dem Autor eine besondere „Autoren-Aura".

Ich spüre bei jedem Kontakt mit Kunden und Partnern, wie wichtig jedes einzelne Buch ist, das ich bisher veröffentlicht habe. Obwohl meine Bücher nicht perfekt sind und ich heute vielleicht einige Dinge anders schreiben würde: Sie heben mich von der Masse ab und ich bin dankbar für diese Erfahrungen.

Als Buchautor sind Sie in der verantwortungsvollen und glücklichen Lage, andere Menschen mit Ihren Gedanken und Worten beeinflussen zu dürfen. Bücher verändern täglich das Leben anderer Menschen, helfen ihnen bei schwierigen Entscheidungen und lehren neue Fähigkeiten.

Bücher haben mein Leben verändert, und ich bin überzeugt, dass ein eigenes Buch auch Ihr Leben und Unternehmen verändern wird.

Wie Sie das erreichen können, lesen Sie in den folgenden Kapiteln.

02

Nutzen Sie schon die „Autoren-Aura“?

Obwohl mehr als 81 Prozent aller Menschen irgendwann in ihrem Leben ein Buch schreiben möchten, schaffen es nur die wenigsten. Die meisten Unternehmer werden zu sehr vom Tagesgeschäft vereinnahmt. Sie drehen sich im Hamsterrad und nehmen sich nie die Zeit, um dieses wertvolle Business-Tool zu erstellen und für sich arbeiten zu lassen.

Ihr eigenes Buch ist nicht nur nützlich, um bei der nächsten Dinnerparty mit Freunden und Bekannten neidische Blicke zu ernten oder Ihr Ego zu streicheln – auch wenn das durchaus legitime Gründe sind, um ein Buch zu schreiben. Es bietet Ihnen vor allem einen unfairen Vorteil gegenüber der Konkurrenz, weil sich nur sehr wenige Menschen zum Schreiben eines Buches überwinden können.

Unternehmer und andere Experten, die selbst ein Buch verfasst haben, agieren bei jedem Kontakt mit Kunden und Partnern aus einer Position der Stärke heraus und genießen diverse Vorteile: Größere Autorität, höherer Umsatz, effektivere Werbung, mehr Presse, mehr Neukunden, Einladungen als Speaker und zahlreichere Kontakte sind nur einige davon.

Ihr Buch als Marketing-Tool

Ich bin davon überzeugt, dass ein eigenes Buch Ihr Leben verändern wird, und habe deshalb dieses Buch geschrieben.

Anhand vieler Beispiele werde ich Ihnen zeigen, wie Sie Ihr eigenes Buch einsetzen, um Vertrauen aufzubauen, Ihre Rolle als Experte auszubauen, die richtigen Kunden anzuziehen, Ihren Umsatz zu steigern, Ihre Botschaft zu verbreiten und viele weitere Vorteile durch Ihre neue „Autoren-Aura" zu genießen.

Doch Buch ist nicht gleich Buch.

Erst wenn Sie ein Buch erschaffen, das in Ihre Unternehmensziele und Vision investiert, können Sie die ganze Kraft dieses grandiosen Business- und Marketing-Tools entfesseln.

Ich stelle Ihnen daher mein bewährtes System vor, mit dem Sie ein strategisch cleveres Buch konzipieren können, das Ihnen und Ihrem Unternehmen den größtmöglichen Vorteil verschafft. Mein System setzt kein Schreibtalent voraus.

Für Ihren idealen Einstieg in „die Welt der Businessbücher" habe ich dieses Buch in drei Teile gegliedert.

1. **Im ersten Teil** werden Denkfehler rund um das Thema Buch und die psychologischen Vorteile, die Buchautoren genießen, thematisiert.

2. **Im zweiten Teil** erfahren Sie, wie andere Unternehmer ein Buch nutzen, um persönliche und berufliche Vorteile zu erlangen, und wie auch Sie Ihr Buch einsetzen können, um erfolgreicher und glücklicher zu werden und/oder mehr zu verdienen.

3. **Im dritten Teil** des Buches werden die konkreten Schritte zur Umsetzung Ihres eigenen Businessbuches vorgestellt. Sie können diese Schritte auch ohne Vorkenntnisse oder Schreibtalent gehen.

Wenn Sie möglichst viel über das Buch als zeitloses Business- und Marketing-Tool erfahren möchten, empfehle ich Ihnen, dieses Buch von Anfang bis Ende zu lesen.

So verstehen Sie die psychologischen Zusammenhänge am besten und lernen alle Möglichkeiten kennen, wie Sie Ihr eigenes Buch einsetzen können.

Legen wir los!

Ihr Artur Neumann aus Düsseldorf
www.buchkodex.de

TEIL 1

Experten-Geheimnisse und typische Denkfehler von Autoren

Im ersten Teil räume ich mit typischen Denkfehlern auf, die rund um das eigene Buch kursieren. Sie erfahren, welche zahlreichen Wettbewerbsvorteile Sie als Buchautor genießen und wie Sie diese nutzen können.

03

Ohne Schreibtalent zum eigenen Buch?

Vielleicht zweifeln Sie, genau wie viele andere Unternehmer, an Ihrem Schreibtalent. Und vielleicht ist das ein Grund, warum Sie bisher noch kein Buch geschrieben haben.

Schreiben ist eine Fähigkeit, die trainiert werden will. Die Frage ist nur, ob Sie genug Zeit und Lust haben, um sich jedem einzelnen Satz, jedem Wort und jedem Komma in Ihrem Buchtext zu widmen – oder ob Sie diese nervenaufreibende Detailarbeit lieber einem Expertenteam überlassen möchten.

Vielbeschäftigte Unternehmer möchten nur selten den frustrierenden Prozess durchlaufen, der nötig ist, um ein hochwertiges Buch zu veröffentlichen: erster Entwurf, zweiter Entwurf und dann feilen, feilen, feilen, bis der Buchtext fertig ist.

Viele möchten lieber einfach ihre Gedanken und Ideen „entladen" und jemand anderem die Details überlassen.

Können Sie sich vorstellen, wie viel an extrem wertvollem Wissen in den Köpfen der unterschiedlichsten Experten verschollen bleibt, weil der Prozess „Buch schreiben" den meisten Menschen zu anstrengend ist? Wie würde sich wohl unsere Gesellschaft verändern, wenn all dieses unentdeckte Wissen und Potenzial öffentlich und leicht verständlich zugänglich wäre?

Unsere Gesellschaft wäre komplett anders.

Wir würden enorme Fortschritte in den Bereichen Innovation, Medizin, Kommunikation, Beziehungen, Erfolg, Lebensglück und vielen anderen machen. Es gäbe weniger benachteiligte Menschen, die aufgrund ihrer ökonomischen Situation für immer ein Leben in Krankheit, Kriminalität und Armut führen müssten.

Ich möchte die Gesellschaft verändern und habe aus diesem Grund BUCHKODEX gegründet. Wir entfesseln das Wissen der Welt und machen es öffentlich zugänglich, damit unsere Gesellschaft von den Gedanken, Ideen und Tipps der besten Denker profitieren kann.

Das schaffen wir, indem wir schlauen Menschen die anstrengende und zeitraubende Arbeit abnehmen, die dazugehört, wenn man sein Wissen öffentlich teilen möchte. Wir erstellen die Bücher so, dass der Autor einen möglichst geringen Aufwand hat.

Wie genau? Mit unserem BUCHKODEX-System führen wir Unternehmer und Experten – wie Sie – in rund zwölf Stunden ihrer Zeit zum fertigen, veröffentlichten Buch – dabei muss der Autor nicht selbst schreiben. Wir entwickeln gemeinsam mit Ihnen die Buchidee, kristallisieren die genauen Buchziele, Ihre Erwartungen und Ihre Zielgruppe heraus und formen eine inhaltliche Struktur Ihres Buches.

Im Anschluss führen wir mit Ihnen eine Reihe von Interviews (diese werden aufgezeichnet); wir fragen alle relevanten Buchinhalte ab und Sie „sprechen" ganz bequem Ihr Buch.

Während dieser Gespräche können Sie sich ganz auf die Inhalte und Ideen des Buches konzentrieren, detaillierte Formulierungen sollen hierbei Ihren Gedankenfluss nicht stören.

Im Anschluss nutzen wir die Audiodateien aus den Interviews und erstellen – basierend auf Ihren Worten und Ihrer Persönlichkeit – ein poliertes, fertiges Buch. Wir kümmern uns um Text, Design, Veröffentlichung, ISBN-Nummer, Distribution und Marketing.

BUCHKODEX erhält einen einmaligen Betrag für den Service. Alle Rechte und Honorare der Verkäufe gehören Ihnen. Sie müssen nichts weiter tun, als mit uns zu sprechen und etwa zwölf Stunden Ihrer Zeit zu investieren.

Nach diesen Schritten werden Sie Autor eines Buches, das Ihre Persönlichkeit, Ihre Sprache und Ihr Wissen widerspiegelt. Mit Ihrem Buch können Sie sich als Experte positionieren, neue Kunden anziehen und zählen gleichzeitig zum elitären Club der Buchautoren.

Wenn Sie auch zu den vielbeschäftigten Unternehmern gehören, die gerne ein Buch veröffentlichen möchten, aber einfach keine Zeit dazu finden, sollten wir uns kennenlernen.

Teilen Sie mir auf **www.buchkodex.de** Ihre Kontaktdaten mit und ich melde mich innerhalb von 24 Stunden bei Ihnen.

Ich freue mich darauf, Sie kennenzulernen, und erzähle Ihnen gerne mehr über unsere erfolgreichen Kunden: darunter Internet-Marketer, Investoren, Konzernchefs, Unternehmer, Führungskräfte, Immobilien-Experten, Coaches und Speaker.

Wenn Ihnen unsere Mission gefällt und Sie auch glauben, dass viel zu viel wertvolles Wissen in den Köpfen der besten Denker verschollen bleibt, freue ich mich auf Ihre Unterstützung.

Machen Sie andere auf uns aufmerksam und helfen Sie uns dabei, die Gesellschaft zu verändern, indem wir das Wissen der Welt entfesseln.

Sie möchten Ihr Buch lieber selbst, aber mit möglichst wenig Aufwand schreiben? Im dritten Teil dieses Buches erhalten Sie hierzu alle nötigen Informationen.

04

Erfolgreiche Autoren brauchen keine Bestseller

Verstehen Sie mich nicht falsch: Ich habe nichts dagegen, einen „New York Times"-Bestseller zu schreiben, der jahrelang auf der Liste steht und millionenfach verkauft wird. Wenn das aber Ihr Anspruch ist, werden Sie die Aufgabe „eigenes Buch schreiben" wahrscheinlich immer wieder aufschieben, weil Sie Angst vor einer Niederlage haben und sich enorm unter Druck setzen.

Ein Bestseller sollte – zumindest für die meisten Unternehmer – nicht das Ziel Ihres Buches sein.

Wenn Sie es dennoch erreichen: super! In der Regel steckt hinter einem Bestseller aber nicht nur ein gutes Buch, sondern auch eine

ganze Marketing-Maschine oder ein wohlhabender Autor, der tausende Exemplare seines Buches selbst kauft.

Die Realität ist, dass selbst ein solides Businessbuch nur einige tausend Mal in Deutschland verkauft wird. High Performer kommen vielleicht auf Verkaufszahlen von 8.000 bis 30.000. Nur sehr wenige Bücher erreichen weltweit die Millionenmarke.

Ist Ihr Buch ein Flop, wenn Sie nicht dazugehören?
Natürlich nicht!

Der schlechteste Weg, um mit einem Buch viel Geld zu verdienen, ist, sich nur auf die Verkaufszahlen des Buches zu verlassen.

Dazu gibt es folgende Statistiken des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels:

- Es werden jedes Jahr mehr als 100.000 Bücher in Deutschland veröffentlicht (die echten Werte sind sogar noch höher) und die Zahl wächst durch Technologien wie etwa Self-Publishing und digitale Medien, darunter ca. 14.500 Ratgeber und rund 9.000 Sachbücher. Wenn Sie Ihr Buch VERKAUFEN wollen, ist das eine große Konkurrenz.

- Während die Anzahl der Bücher wächst, sinken die Verkaufszahlen seit 2007 stetig (Studie Nielsen BookScan).

- Die Umsätze und Verkäufe durch den klassischen Buchhandel sinken rapide (2014 sanken die Zahlen um 26 Prozent!). E-Books gewinnen langsam an Akzeptanz.

- Die durchschnittliche Verkaufszahl eines Businessbuchs liegt laut Nielsen BookScan bei weniger als 250 verkauften Exemplaren pro Jahr.

- Von 1.000 veröffentlichten Sachbüchern übersteigen nur 62 die 5.000-Verkäufe-Marke (US-Markt).

- Die Chancen, dass Ihr Buch im Buchhandel gut platziert wird, sind absurd gering und liegen bei unter einem Prozent. Eine Buchhandlung hat nur wenig Platz für Sach- und Businessbücher (meist ist es nur ein kleines Regal) und Sie konkurrieren mit tausenden anderen Titeln.

- Der Buchhandel mietet die Bücher beim Verlag und kann sie zurückgeben, wenn sich Ihr Buch nicht verkauft. Durch die Provisionen, die Sie durch den Buchverkauf erhalten (traditionell mit Verlag ca. 1 Euro pro Verkauf, mit BUCHKODEX ca. 5–25 Euro pro Verkauf), kommen ein paar tausend Euro zusammen. Die Einnahmen sind nett, aber reichen für die meisten Menschen nicht aus, um ihr Leben dadurch zu finanzieren.

- Im Schnitt verdient ein Business-Autor in der gesamten Laufzeit seines Buches ein paar tausend Euro.

Wenn Sie sich nur auf die Verkaufszahlen Ihres Buches verlassen, sollten Sie schnell umdenken. Ein Buch zu verkaufen, ist der schlechteste Weg, um Geld zu verdienen. Sind die genannten Statistiken jetzt ein Grund, warum Sie kein Buch schreiben sollten? Im Gegenteil.

Wie ich schon gesagt habe, können sich nur wenige Menschen dazu motivieren, ein Buch zu schreiben und es zu veröffentlichen. Viele glauben, dass es sich nicht lohne, weil sich die meisten Bücher nicht oft genug verkaufen. Diese Menschen richten den Blick auf die falsche Kennzahl.

Denn gleichzeitig gibt es sehr viele Unternehmer, die ihr Unternehmen und ihr Leben mit einem Buch transformiert haben. Viele Autoren werde ich in diesem Buch vorstellen und sicher würden

Ihnen alle empfehlen, dass Sie sich so schnell wie möglich einen frisch gebrühten Kaffee holen und mit dem Schreiben Ihres Buches beginnen.

Aber wie verdient man mit einem Buch viel Geld?

Die Buchverkäufe sind für die meisten Autoren der falsche Weg, um mit dem eigenen Buch Geld zu verdienen. Tatsächlich sollten Sie sich diese Fragen stellen:

- Warum wollen Sie ein Buch schreiben?
- Was ist das Endziel?
- Was wäre ein gewünschtes Ergebnis?
- Geht es Ihnen um Ansehen?
- Wollen Sie sich abheben?
- Wollen Sie zum Club der Autoren-Elite gehören?
- Möchten Sie eine Botschaft verbreiten?
- Möchten Sie mehr Kunden?
- Oder wollen Sie all das zusammen?

Mit einem eigenen Buch ist all das und mehr möglich.

Erfolgreiche Autoren betrachten ihr Buch nicht als Buch. Sie sehen es als fundamentales Business- und Marketing-Tool, ein wertvolles Vermögen, das für immer erhalten bleibt und einen wichtigen Pfeiler der Außendarstellung bildet.

Erfolgreiche Autoren ziehen immer wieder neue Ideen aus ihrem Buch und setzen die Inhalte in den unterschiedlichsten Variationen ein. Mit einem Buch verwandeln Sie normale Kunden in echte Fans und werden von den bekanntesten Unternehmern Ihrer Branche als „Mitglied des Clubs" angesehen.

Erfolgreiche Autoren schauen nicht nur auf die Verkaufszahlen ihres Buches, sondern auf die exklusiven Autorenvorteile:

- Neue Kunden und Leads
- Buchungen als Speaker
- Publicity und Medienauftritte gratis
- Die Möglichkeit, sich zu vermarkten, ohne verkaufen zu müssen
- Hochwertige und pflegeleichte Kunden, die wirklich zu Ihnen passen
- Weitere Produkte, die Sie aus Ihrem Buch ableiten können
- Bekanntheit und Status in Ihrer Branche
- Bessere Ergebnisse für weniger Arbeit
- Neue Kontakte und ein größeres Netzwerk
- Mehr Empfehlungen
- Motiviertere Mitarbeiter
- Höhere Honorare

In diesem Buch werden Sie anhand vieler Beispiele sehen, wie das und mehr möglich ist. Als Unternehmer und Buchautor sollte es Ihr Ziel sein, möglichst viele dieser Vorteile zu nutzen. So können Sie das meiste aus Ihrem Buch herausholen und davon profitieren.

Ich freue mich darauf, Ihnen diese außergewöhnlichen Strategien vorzustellen.

05

Die unfairste Marketing-Strategie der Welt

Ihre Kunden werden täglich mit Botschaften bombardiert. Es gibt Studien, die besagen, dass wir im Durchschnitt mehr als 3.000 Botschaften pro Tag ausgesetzt sind. Das ist eine ganze Menge. Facebook, Snapchat, Instagram, TV-Werbung, Zeitungen, Supermarkt-Flyer, Tweets, E-Mails und lokale Nachrichten. Das sogenannte retikuläre Aktivierungssystem im Gehirn Ihrer Kunden filtert diese Botschaften und lässt nur einen kleinen Teil in das Bewusstsein.

Als Unternehmer ist es Ihre Aufgabe, diesem retikulären Aktivierungssystem (kurz RAS) die richtigen Signale und Botschaften zu geben. Nur dann haben Sie eine Chance, dass der Kunde Ihre

Botschaft bewusst wahrnimmt und darauf reagiert. Doch wie öffnet man diese Tür zum Bewusstsein und wie gehen Ihre Informationen nicht neben den tausend anderen täglichen Botschaften unter?

Sie können verschiedene Methoden ausprobieren, um die Aufmerksamkeit eines beschäftigten Geschäftsführers zu erhalten. Aber einer der besten Wege ist ein eigenes Buch.

Mit einem Buch stechen Sie plötzlich aus den anderen Botschaften heraus. Sie bieten Ihrem Kunden wertvolle Informationen und helfen ihm dabei, eine bewusste und aufgeklärte Entscheidung zu treffen. **Sie sind der Wissende, der Experte.**

Kunden werden Sie um Ihre Meinung und Ihr Feedback bitten, weil Sie die Autorität auf Ihrem Gebiet sind und ein Buch zu diesem Thema geschrieben haben.

Diese radikale Veränderung Ihres Auftritts in so kurzer Zeit bewirkt kein Blog, kein Video und kein Vortrag, sondern nur Ihr eigenes Buch.

Die Gesellschaft nimmt Informationen aus Büchern ernst.

Ich kann mich zum Beispiel noch gut daran erinnern, dass die Professoren in der Universität gesagt haben: „Nur Zitate aus Büchern – dem Internet kann man nicht trauen!"

Schauen Sie sich um und suchen Sie nach einem bekannten Experten, egal, auf welchem Gebiet: Alle haben mindestens ein Buch – die meisten sogar mehrere Bücher – veröffentlicht. Ein Buch macht Sie zum Experten. Mehrere Bücher machen Sie zum Meinungsführer.

Denken wir zurück an den beschäftigten Geschäftsführer: Natürlich können Sie ihn „kalt" anrufen und versuchen, ihn von Ihrem Unternehmen zu überzeugen. Doch wie wäre es, wenn Sie ihm

stattdessen Ihr Buch mit einem Brief schicken? Vielleicht wird er Ihr Buch nicht sofort vollständig lesen, aber trotzdem auf das Cover, den Buchrücken sowie das Inhaltsverzeichnis schauen und durch einige Kapitel blättern.

Der Geschäftsführer wird Ihren Brief sehr viel ernster nehmen, weil Sie ihm als Meinungsführer, nicht als typischer Verkäufer schreiben. Sie begegnen ihm auf Augenhöhe.

Im Gegensatz zu einem klassischen Direktmailing (zum Beispiel Flyer) wird der Geschäftsführer Ihr Buch aufbewahren. Denn in unserer Kultur ist es eine Schande, Bücher in den Müll zu schmeißen.

Auch wenn die Person Ihr Buch nicht komplett liest, freut sie sich über die Aufmerksamkeit und das informative Geschenk. Wenn Sie Ihren Kunden im Anschluss kontaktieren, stehen die Chancen deutlich besser, dass er sich Zeit für ein Gespräch nimmt.

06

Was haben Autoren und Priester gemeinsam?

Kennen Sie diese Situation? Sie sprechen mit einem potenziellen Kunden, die Rahmenbedingungen passen, alle Zweifel konnten Sie erfolgreich ausräumen, der Preis ist auch völlig im Rahmen und dann sagt der Kunde so etwas wie: „Dankeschön für die Informationen. Ich muss das noch intern besprechen und melde mich dann wieder bei Ihnen."

Wie Sie sich schon denken können, meldet sich der Kunde nicht mehr bei Ihnen. Also fragen Sie nach. Sie rufen im Sekretariat an, bleiben hartnäckig, schreiben E-Mails – doch vom Kunden kommt nichts zurück. Als wäre er vom Erdboden verschwunden.

Sie haben die ganze Zeit investiert, ohne ein Ergebnis zu erzielen, und wissen nicht einmal, weshalb der Kunde so reagiert hat. Die

Situation ist ärgerlich, doch trotzdem erleben Unternehmer und Verkäufer das immer wieder.

Wie wäre es, wenn Kunden Sie stattdessen wie einen Priester wahrnehmen?

Nur weil jemand Erfahrung besitzt, sollte man die Person nicht auf ein Podest stellen oder als eine Art Heiligen ansehen.

Ich bin gegen Gurus. Trotzdem stehen Sie durch die Veröffentlichung eines Buches gewissermaßen auf einem Podest und können kaum etwas daran ändern.

Wenn Ihnen Kunden häufig in letzter Sekunde abspringen, fehlt Ihnen Autorität.

Autorität setzt sich aus einer Reihe von Faktoren zusammen:

- Welche Referenzen haben Sie?
- Wie dringend ist das Kundenproblem?
- Wie weit ist der Kunde mental?
- Welche Einstellung hat er?
- Welches Wissen und welche Erfahrungen können Sie beweisen?
- In welcher Umgebung befindet sich der Kunde?

Priester sind ganz normale Menschen mit Fehlern und Problemen. Doch sobald sie ihr Gewand anziehen und sich vor die Gemeinde stellen, steigt ihre Autorität. Sie stehen am Altar der Kirche und predigen ihre Einsichten, die selten von den Zuhörern hinterfragt

werden. Priester haben die Macht, Menschen nach der Beichte von ihren Sünden loszusprechen. Ihre Ratschläge treffen auf viele offene Ohren. Dabei sind Priester im Grunde nur Menschen wie Sie und ich.

Das Anlegen der Priesterrobe ist mit der Veröffentlichung eines Buches vergleichbar: Sie erhalten einen Autoritätsschub. Dieser Autoritätsschub reduziert die Absprungrate neuer Kunden und erhöht gleichzeitig die Abschlussrate.

Je komplexer und preisintensiver Ihre Lösungen sind, desto weniger helfen klassische Verkaufstechniken oder rhetorische Tricks.

Was Sie brauchen, ist ein gut geplanter und strukturierter Prozess, der Ihre Kunden Schritt für Schritt zum Abschluss führt. Genau wie ein Priester, der sich strikt an die Regeln seiner Zeremonie oder eines Sakramentes hält, unterstreichen Sie mit einem klaren Verkaufsprozess und einem Buch von Anfang an Ihre Rolle als Autorität.

Viele Unternehmer wundern sich, dass Kunden sie „schlecht behandeln" oder „keine Ahnung" haben.

Meine Fragen an diese Unternehmer lauten:

- Leiten Sie Ihren Kunden?
- Gibt es überhaupt feste Schritte, die Sie mit jedem Kunden durchlaufen, bevor es zu einer Zusammenarbeit kommt?
- Machen Sie immer wieder Ausnahmen?
- Nehmen Sie Ihren Prozess selbst ernst?
- Haben Sie zu Beginn der Zusammenarbeit die Parameter festgehalten und besprochen?

- Kennen alle Mitarbeiter diesen Prozess?
- Steht der Prozess dort, wo ihn jeder nachlesen kann?

Auf die meisten Fragen werden die Betroffenen wahrscheinlich mit „Nein“ antworten.

Ein Beispiel für einen Qualifizierungsprozess

Wenn Sie ein Buch mit BUCHKODEX veröffentlichen wollen und nicht durch eine Empfehlung auf uns zukommen, können Sie sich auf unserer Website **www.buchkodex.de** eintragen. Wir melden uns, um den Termin für ein Telefongespräch zu vereinbaren.

In diesem Telefongespräch stellen wir Ihnen spezielle Fragen, um herauszufinden, ob Sie für das BUCHKODEX-System geeignet sind. Wir können und wollen nicht mit allen Autoren zusammenarbeiten.

- Sie müssen einerseits eine gewisse Expertise besitzen, weil wir mit jedem Kunden auch unsere Reputation riskieren.
- Darüber hinaus können wir jeden Monat nur eine bestimmte Anzahl an Büchern veröffentlichen.
- Das Buchthema muss passen: Radikale, diskriminierende oder unmoralische Inhalte lehnen wir grundsätzlich ab.
- Zudem wollen wir das Gefühl haben, dass ein Buch Sie wirklich persönlich und beruflich weiterbringen kann.
- Wenn Sie jemanden suchen, der Ihnen irgendeinen Text zusammenschreibt, sind wir der falsche Partner für Sie.
- Unser Service ist hochwertig. Das spiegelt sich auch in unseren Preisen wider.

- Darüber hinaus lehnen wir akademische Arbeiten oder Romane grundsätzlich ab.

- Wir machen ausschließlich Bücher, deren Inhalte sich in Gesprächen erzählen lassen: Konzepte, Ideen, Visionen, Beispiele, Cases, Geschichten, Meinungen, Methoden, Werkzeuge und Innovationen.

- Auch der menschliche Aspekt ist für uns wichtig. Wir arbeiten nur mit Kunden zusammen, die wir am liebsten ein Leben lang auf ihrer Reise als Meinungsführer begleiten möchten.

Falls Sie zu uns passen, erklären wir Ihnen die nächsten Schritte und starten den Kreationsprozess. Wenn wir das Gefühl haben, dass ein Buch mit uns nicht der richtige Schritt für Sie ist, verweisen wir Sie entweder an andere Unternehmen oder geben Ihnen die nötigen Tools und Kurse, damit Sie Ihr Buch selbst schreiben und veröffentlichen können.

Auch wenn wir aufgrund dieser Regeln einige Anfragen ablehnen müssen, bleiben dennoch genau die Kunden übrig, die wirklich von unserem System und einem eigenen Buch profitieren können. Dadurch fühlt sich der Kunde gut aufgehoben und auch wir haben ein gutes Gefühl, weil beide von der Zusammenarbeit profitieren.

Diese Systematik zieht sich durch unser BUCHKODEX-System, von der Buchidee bis zur Veröffentlichung. Es gibt diverse Fragen, Checklisten und Schritte, die wir für jedes Buch durchlaufen. So optimieren wir konstant unser System.

Welchen Prozess haben Sie in Ihrem Unternehmen etabliert? Diesen Prozess können Sie transparent in Ihrem Buch darstellen; so haben Ihre Kunden bereits vor dem Erstkontakt klare Erwartungen.

Lust auf Expertenstatus, Idealkunden und Umsatz?

Bestellen Sie jetzt das ganze Buch bei Amazon.de.

JETZT DAS BUCH BESTELLEN:

www.buchkodex.de/amazon