

THE ZERO TO BRAND PLAYBOOK

ZERO TO BRAND

Playbook.

Der klare Fahrplan, um aus einer Idee eine digitale Brand aufzubauen - mit oder ohne Gesicht.

BUILD 01**MARKET** 02**MONETIZE** 03**BUILD. MARKET. MONETIZE.**

01 / START HERE

DU BRAUCHST NICHT ALLES.

*Du brauchst
einen Startpunkt.*

Viele starten ein digitales Business in der falschen Reihenfolge. Sie erstellen ein Logo, eröffnen einen Instagram-Account, posten Content und suchen nach mehr Reichweite.

Und irgendwann stellen sie fest: Es fehlt die Strategie dahinter.

START WITH THREE QUESTIONS

01

Was baue ich?

02

Für wen baue ich es?

03

Wie wird daraus ein Business?

Du brauchst dafür weder tausende Follower noch jahrelange Erfahrung. Und du musst auch noch kein eigenes Produkt haben. Was du brauchst, ist ein System.

02 / THE FRAMEWORK

BUILD. MARKET. *Monetize.*

Fast jedes digitale Business lässt sich auf diese drei Phasen herunterbrechen.

01 / BUILD

Baue eine Brand, die Menschen verstehen und wiedererkennen.

Positionierung → Zielgruppe → Identität → Angebot

02 / MARKET

Lerne, Aufmerksamkeit in Interesse und Vertrauen zu verwandeln.

Content → Messaging → Vertrauen → Nachfrage

03 / MONETIZE

Gib dieser Nachfrage eine Möglichkeit zu kaufen.

Produkt → Angebot → Funnel → Verkauf

OWN THEORY RULE / 001

DON'T JUST BUILD AN AUDIENCE. BUILD A REASON TO BUY.

03 / BUILD - POSITIONING

WOFÜR SOLL DEINE BRAND BEKANNT SEIN?

Eine Brand kann über hundert Dinge sprechen.
Sie sollte aber für eine klare Sache im Kopf
bleiben.

POSITIONING STATEMENT

ICH HELFE _____ **DABEI,** _____,
INDEM ICH _____.

Deine Positionierung ist keine Entscheidung für die Ewigkeit. Sie ist deine erste klare Richtung.

01 WHO

Wem möchtest du helfen?

02 PROBLEM

Welches Problem löst du?

03 OUTCOME

Was soll sich für diese Person verändern?

04 / BUILD - AUDIENCE

DON'T BUILD *for everyone.*

Je genauer du verstehst, wen du erreichen möchtest, desto leichter wird dein Content. Vergiss für einen Moment Alter, Geschlecht und Wohnort.

01 **Was versucht diese Person gerade aufzubauen?**

02 **Was hält sie davon ab?**

03 **Was hat sie bereits ausprobiert?**

04 **Was glaubt sie aktuell über ihr Problem?**

05 **Was müsste sie verstehen, bevor sie dein Angebot kaufen würde?**

NICHT: Was soll ich heute posten?

SONDERN: **Was muss meine Zielgruppe heute verstehen?**

05 / BUILD - IDENTITY

FACE OR *Faceless*?

Du musst nicht vor der Kamera stehen, um eine starke Brand aufzubauen. Aber faceless darf nicht identity-less bedeuten.

01 EINE ERKENNBARE VISUELLE SPRACHE

02 EINE KLARE TONALITÄT

03 WIEDERKEHRENDE FORMATE

04 WIEDERKEHRENDE ÜBERZEUGUNGEN

05 KONSISTENTE THEMEN

QUICK DECISION

- ☐ Ich möchte selbst Teil der Brand sein.
- ☐ Ich möchte überwiegend faceless arbeiten.
- ☐ Ich möchte beides kombinieren.

Alle drei Modelle können funktionieren. Entscheidend ist, dass man deine Brand wiedererkennt.

06 / MARKET - CONTENT

CONTENT

has a job.

Nicht jeder Post muss verkaufen. Aber jeder Post sollte eine Aufgabe haben.

01

DISCOVER

Content, der neue Menschen erreicht. Hooks, Meinungen, Probleme, Beobachtungen, shareable Content.

02

TRUST

Content, der zeigt, dass du dein Thema verstehst. Tutorials, Frameworks, Analysen, Erfahrungen, Case Studies.

03

CONVERT

Content, der Menschen zum nächsten Schritt führt. Angebote, Einwände, Ergebnisse, FAQs, CTAs.

40%

DISCOVER

40%

TRUST

20%

CONVERT

07 / MARKET - DEMAND

ATTENTION IS *not the goal.*

Views fühlen sich gut an. Follower auch. Aber beides allein baut noch kein Business.

ATTENTION



INTEREST



TRUST



DESIRE



ACTION

Bevor du deinen nächsten Post veröffentlichst, frage: Was soll jemand nach diesem Content denken, fühlen oder tun?

OWN THEORY RULE / 002

DON'T JUST CREATE ATTENTION. GIVE ATTENTION SOMEWHERE TO GO.

08 / MONETIZE - YOUR OFFER

FOLLOWERS DON'T CREATE REVENUE. *Offers do.*

Irgendwann braucht deine Brand etwas, das Menschen kaufen können: einen Online-Kurs, ein digitales Produkt, Templates, eine Dienstleistung, Affiliate-Produkte oder ein bestehendes digitales Produkt mit passenden Weiterverkaufsrechten.

WHAT

Was bekomme ich?

WHO

Für wen ist es?

WHY

Welches Problem löst es?

WHY NOW

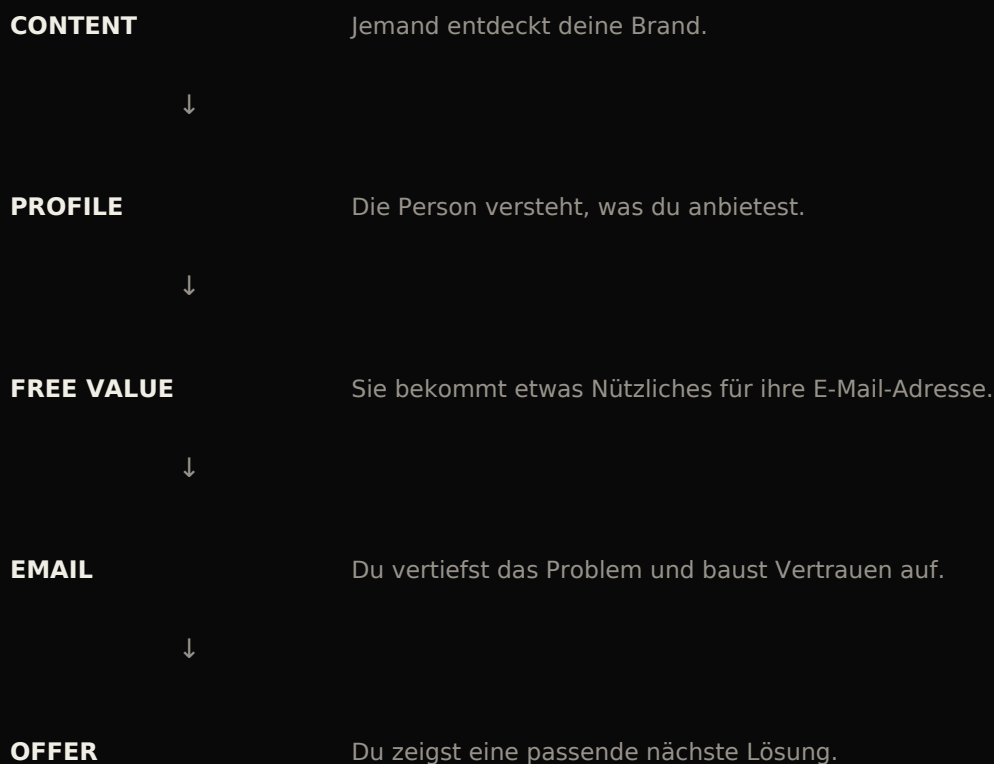
Warum sollte ich den nächsten Schritt machen?

EIN KLARES ANGEBOT REICHT FÜR DEN ANFANG.

09 / YOUR FIRST FUNNEL

DON'T SEND EVERYONE STRAIGHT TO A CHECKOUT.

Dein Instagram-Profil ist nicht dein gesamtes Business. Baue einen einfachen Weg:



CONTENT → PLAYBOOK → E-MAIL → NÄCHSTER SCHRITT

SIMPLE BEATS COMPLICATED.

10 / THE GAP

TO BUILD A BUSINESS, YOU NEED TWO THINGS.

Du kennst jetzt das Grundsystem. Um daraus ein digitales Business zu machen, brauchst du jedoch zwei Bausteine.

01 / THE SKILLS

SKILLS

Du musst verstehen, wie Positionierung, Branding, Content und digitales Marketing zusammenspielen.

02 / THE OFFER

OFFER

Du brauchst etwas, das Menschen kaufen können. Wenn du noch kein eigenes Produkt hast, entsteht genau hier oft die nächste große Hürde.

WHAT IF ONE SYSTEM
gave you both?

11 / UBC - LEARN + START

LEARN THE BUSINESS. START WITH THE PRODUCT.

UBC verbindet Lernen und Anwenden: Du lernst Fähigkeiten rund um den Aufbau und die Vermarktung einer digitalen Brand und setzt sie direkt für dein eigenes Business ein. Wenn du noch kein eigenes Produkt hast, kann das Affiliate-Programm von UBC zusätzlich eine mögliche erste Monetarisierungsoption sein.

01 **LEARN** Lerne Strategien hinter Branding, Content, Social Media Marketing und digitalem Verkauf.

02 **APPLY** Setze das Gelernte beim Aufbau deiner eigenen Brand praktisch um.

03 **SELL** Nutze das Gelernte, um dein eigenes Angebot zu vermarkten - oder empfehle UBC im Rahmen des aktuellen Affiliate-Programms, wenn es zu deiner Brand und Zielgruppe passt.

LEARN IT. APPLY IT. MONETIZE IT.

12 / TWO STARTING POINTS

TWO STARTING POINTS.

One system.

PATH / 01

I ALREADY HAVE A PRODUCT.

Dann brauchst du nicht zwingend ein weiteres Produkt. Nutze das Wissen aus UBC, um deine Brand aufzubauen und dein bestehendes Angebot strategischer zu vermarkten.

→ LEARN THE MARKETING.

PATH / 02

I DON'T HAVE A PRODUCT YET.

Dann kannst du dieselben Fähigkeiten lernen und musst nicht zuerst dein eigenes digitales Produkt entwickeln. Das Affiliate-Programm von UBC kann eine mögliche erste Monetarisierungsoption sein, wenn es zu deiner Brand und Zielgruppe passt.

→ LEARN THE MARKETING.
EXPLORE THE AFFILIATE OPTION.

BUILD THE BRAND. LEARN THE MARKETING. START THE BUSINESS.

13 / THE 7-DAY BUILD

FROM ZERO *to started.*

DAY 01 / POSITION

Definiere Zielgruppe, Problem und gewünschtes Ergebnis.

DAY 02 / BUILD

Entscheide Name, Positionierung und Brand-Richtung.

DAY 03 / IDENTIFY

Lege Farben, Typografie, Tonalität und Face/Faceless-Modell fest.

DAY 04 / OFFER

Entscheide, womit deine Brand perspektivisch Geld verdienen soll.

DAY 05 / CONTENT

Schreibe deine ersten zehn Content-Ideen.

DAY 06 / CREATE

Produziere deine ersten drei Beiträge.

DAY 07 / PUBLISH

Veröffentliche. Nicht perfekt. Live.

DU KANNST EINE BRAND NICHT NUR PLANEN.
DU MUSST SIE BAUEN.

14 / YOUR NEXT MOVE

INFORMATION DOESN'T BUILD THE BUSINESS. *Execution does.*

BUILD.

Eine Brand mit klarer Positionierung.

MARKET.

Content, der Aufmerksamkeit in Vertrauen verwandelt.

MONETIZE.

Ein Angebot, das dieser Aufmerksamkeit einen Wert gibt.

READY FOR THE NEXT STEP?

Entdecke UBC: Kursinhalte, das Affiliate-Modell, aktuelle Konditionen und geltende Bedingungen.

DISCOVER UBC →

UBC ist kein Einkommensversprechen oder Erfolgsgarantie. Ergebnisse hängen u. a. von Fähigkeiten, Einsatz, Strategie, Marktbedingungen und Nachfrage ab.

BUILD SOMETHING OF YOUR OWN.

DON'T JUST FOLLOW.

Build something of your own.

01

BUILD

02

MARKET

03

MONETIZE