



von 0 auf 5000€

SO MACHST DU
5K IN DEN
NÄCHSTEN 8
WOCHEN

-2026-

*Hey,
ich bin
Flo!*

florian@smusiness.com



Als Businesscoach mit Fokus auf digitale Produkte & Personal Branding habe ich nicht nur jahrelange Erfahrung in der internationalen Businessentwicklung gesammelt, sondern auch selbst erlebt, wie herausfordernd der Aufbau eines eigenen Unternehmens sein kann.

In diesem Workbook teile ich meine besten Learnings mit dir – ehrlich, praxisnah und ohne “reich über Nacht”. Mein Ziel? Dir zu zeigen, wie du dein eigenes Business aufbaust, das nicht nur profitabel ist, sondern sich auch wirklich richtig anfühlt - ohne deine Seele verkaufen zu müssen.

01

DIE PERFEKTE PRODUKTIDEE

Profitable Angebote, die sich verkaufen

02

DEIN MINI-PRODUKT

Produktformat festlegen

03

PREISPSYCHOLOGIE

So setzt du den perfekten Preis für dein Produkt

04

STRATEGISCHER MINI-LAUNCH

Planung, Warm-up & erfolgreicher Verkauf

OI

DIE PERFEKTE PRODUKTIDEE

Finde dein profitables Thema:
Dein Wissen als Grundlage für dein digitales Produkt

Der Schlüssel zu einem erfolgreichen digitalen Produkt ist ein starkes Thema. Doch wie findest du das richtige? Ich zeige dir, wie du deine Expertise klar definierst.

Es gibt zwei Arten von Expertise:

- **Fachliche Expertise** – Dein Wissen aus Ausbildung, Studium oder Weiterbildungen.
- **Persönliche Expertise** – Deine eigenen Erfahrungen und Transformationen.

Wofür wirst du immer wieder um Rat gefragt? Gibt es ein Thema, bei dem Freunde, Familie oder Kollegen dich automatisch als Experten sehen?

Wenn du deine grundlegende Expertise gefunden hast, Glückwunsch! Jetzt geht es darum, das Thema noch weiter einzugrenzen.

Deine Positionierung sollte weder zu breit noch zu spitz sein. Wenn sie zu breit ist, sprichst du eine zu große Zielgruppe an und wirst dadurch austauschbar. Ist sie hingegen zu spitz, ist dein Thema so speziell, dass kaum jemand danach sucht. Die richtige Balance liegt darin, ein klar definiertes, aber dennoch ausreichend nachgefragtes Thema zu wählen, das genau die richtige Zielgruppe anspricht.

Beispiele:

- **Zu breit:** „Ich helfe Menschen, gesünder zu leben.“
- **Zu spitz:** „Ich helfe Vielreisenden, die nur vegane Rohkost essen, ihre Ernährung an Hotelbuffets anzupassen.“
- **Perfekt:** „Ich helfe berufstätigen Eltern, gesunde Ernährung alltagstauglich umzusetzen.“

Mit dieser klaren Positionierung erreichst du genau die richtigen Menschen – und dein digitales Produkt wird gefragt sein.

Merke dir:

Du musst kein absoluter Experte oder Guru sein. Du solltest lediglich mehr Wissen haben, als dein Wunschkunde

NOTIZEN

Welche fachliche Expertise hast du?

Welche persönliche Expertise hast du?

Die perfekte Positionierung:

Nachdem du deine Expertise definiert hast, kommt der nächste entscheidende Schritt: **Gibt es überhaupt eine Nachfrage für dein Produkt?** Ohne eine klare Zielgruppe und ausreichend Menschen mit dem Problem, das du lösen willst, wird es schwer, dein Produkt zu verkaufen.

Die Nachfrage ist da, wenn zwei Kriterien erfüllt sind:

1. Dein Produkt löst ein konkretes Problem.
2. Es gibt genug Menschen, die dieses Problem haben und nach einer Lösung suchen.

Mit den folgenden 3 Methoden kannst du die Nachfrage zuverlässig analysieren

1. Marktvolumen prüfen

Recherchiere, wie groß der Markt für dein Thema ist. Nutze dafür Statista (Statistische Bundesamt), um Zahlen zu deiner Nische zu finden:

- Wie viele Menschen sind betroffen?
- Wie viel Geld geben sie im Durchschnitt für eine Lösung aus?

Google Trends ist eine weitere wertvolle Quelle. Suche hier nach relevanten Schlagwörtern und prüfe, ob das Interesse an deinem Thema wächst oder sinkt.

NOTIZEN

Notizen zu deiner Marktrecherche:

2. Social Research – Was wird online gesucht?

Viele Menschen informieren sich über Social Media. Schau dir auf YouTube, Facebook und Instagram an, wie oft über dein Thema gesprochen wird. Wenn es größere Accounts gibt (z. B. mit über 5.000 Followern), die sich mit deinem Thema beschäftigen, ist das ein gutes Zeichen. Notiere dir diese Accounts und analysiere, welche Inhalte dort besonders gefragt sind.

3. Rede mit deiner Zielgruppe

Ja, wirklich – sprich mit Menschen, die dein Produkt später kaufen könnten! Die besten Produkte entstehen, wenn du direkt mit deiner Zielgruppe sprichst. Such dir 3–5 Personen (oder mehr) und kläre Folgendes:

- Welche Probleme haben sie aktuell?
- Wie haben sie bisher versucht, diese zu lösen?
- Teile deine Idee für dein Produkt und eventuell erste Gedanken zum Preis.

So bekommst du wertvolles Feedback und kannst dein Produkt von Anfang an optimal ausrichten.

CHECKBOX: HAT DEIN THEMA POTENZIAL?

Hast du passende Accounts gefunden? Wenn ja, welche?

Hast du genügend Personen aus deiner Zielgruppe gefunden und mit Ihnen gesprochen?

02

DEIN MINI-PRODUKT

Produktformat & Produktname festlegen

Ein Mini-Produkt ist eine kompakte, kostengünstige Version deines späteren Hauptprodukts. Stell es dir wie eine Torte vor: Dein großes Produkt ist die ganze Torte, während dein Mini-Produkt nur ein Stück davon ist – ein kleiner Vorgeschmack auf das, was noch kommt.

Ein Mini-Produkt sollte:

- Einen echten Mehrwert bieten, aber nicht dein gesamtes Wissen preisgeben.
- Leicht konsumierbar sein – dein Kunde sollte schnell Ergebnisse erzielen.
- Kostengünstig sein, um den Einstieg in dein Angebot zu erleichtern.

Welche Formate eignen sich für ein Mini-Produkt?

Bevor du dein Mini-Produkt erstellst, solltest du wissen, welche digitalen Formate sich für dein Business eignen. Hier ein Überblick über die fünf umsatzstärksten digitalen Produktformate – und welche davon sich ideal für dein Mini-Produkt eignen.

1. E-Books

- Eines der beliebtesten digitalen Produkte, einfach zu erstellen und sofort nutzbar.
- Perfekt für Schritt-für-Schritt-Anleitungen, Leitfäden oder Checklisten.
- Ideal als Mini-Produkt, da es schnell produziert werden kann und eine niedrige Einstiegshürde hat.

2. Live-Workshops

- Interaktive, kostenpflichtige Live-Workshops (z. B. über Zoom).
- Super geeignet, um neue Ideen oder Methoden in kleinem Rahmen zu testen.
- Mini-Produkt-Tipp: Ein einstündiger Workshop zu einem spezifischen Thema kann bereits hohen Mehrwert bieten.

3. Digitale Vorlagenpakete

- Vorgefertigte Templates, die Kunden direkt nutzen können (z. B. Canva-Designs, Social-Media-Posts, Checklisten).
- Ideal als Mini-Produkt, da es dem Kunden schnelle Ergebnisse ermöglicht und oft mit wenig Aufwand erstellbar ist.

4. Mini-Videokurs

- Kompakte Videoeinheiten (z. B. 30–60 Minuten), die ein spezifisches Problem lösen.
- Ideal für visuelle Lerntypen, die praxisnahe Anleitungen schätzen.
- Perfekt als Mini-Produkt, da es ohne großen Produktionsaufwand erstellt und mehrfach verkauft werden kann.

Beispiele für Mini- und große Produkte

- **Großes Produkt:** Online-Programm: Online Business mit digitalen Produkten aufbauen.
- **Mini-Produkt:** Mini-Videokurs: 1.400 € mit einem digitalen Produkt in 2 Tagen

- **Großes Produkt:** 6-Monats-Programm: Schneidern & Nähen wie ein Profi.
- **Mini-Produkt:** Vorlagenpaket: 50 Schnittmuster für Baby-Kleidung.

Mit einem Mini-Produkt kannst du erste Kunden gewinnen, Vertrauen aufbauen und ihnen zeigen, dass deine Inhalte wertvoll sind. Gleichzeitig ebnet es den Weg für dein Hauptprodukt, da deine Käufer bereits wissen, was sie bei dir erwartet.

TO DO

Lege ein Format für dein Mini-Produkt fest:

Du hast dein Thema und das passende Mini-Produkt-Format gewählt – jetzt fehlt nur noch der richtige Name. Werde kreativ oder nutze Unterstützung, zum Beispiel durch ChatGPT. Falls du Inspiration brauchst, hilft dir dieser Prompt:

(Kopiere den gesamten Text und füge ihn in einen neuen Chat ein)

“Du übernimmst die Rolle eines Produktentwicklers. Ich brauche von dir dafür Witz, Genialität und Cleverness. Du hilfst mir, einen Produktnamen zu kreieren. Die Namen sollen clever, leicht merkbar und deutschsprachig sein. Denke ohne Bias und sei open minded. Der Name soll die Einzigartigkeit und Wert des Produkts erfassen, emotional ansprechend und einprägsam sein und sich von bestehenden Angeboten abheben. TONALITY Sei freundlich, aber bestimmt. Nutze 'Du' als Ansprache. Verwende einfache, verständliche Sprache und motivierende Emojis. TASKS Begrüße mich freundlich. Frage nach Produkt und Zielgruppe: Was ist das Produkt? Wer ist die Zielgruppe? Was ist das emotionale und rationale Ziel? - {USER INPUT}. Erstelle 20 Namensideen mit Untertitel in folgenden Kategorien, je 5, seriöse, humorvolle, clevere und Transformation hervorhebende Namensideen.

NOTIZEN

Produktname

03

PREISPSYCHOLOGIE

So setzt du den perfekten Preis für dein Produkt

Der Preis deines Mini-Produkts sollte so attraktiv sein, dass potenzielle Käufer nicht lange überlegen müssen. Das nennt man einen „**No-Brainer**“-Preis – einen Betrag, der sich so lohnenswert anfühlt, dass der Kauf nahezu automatisch passiert.

Aber Achtung: Ein niedriger Preis bedeutet nicht, dass du dein Produkt unter Wert verkaufen sollst! Es geht darum, den perfekten Mittelweg zwischen einem verlockenden Preis und einem angemessenen Wert zu finden.

Preisbereiche für Mini-Produkte

(Je nach Format gibt es bewährte Preisrahmen, die sich als sinnvoll erwiesen haben)

- E-Book: 9 € – 39 €
- Mini-Videokurse: 9 € – 99 €
- Live-Workshops: 49 € – 199 €
- Digitales Vorlagenpakete: 9 € – 99 €

Diese Zahlen dienen als Orientierung. Dein tatsächlicher Preis hängt von deiner Nische, deinem Produktumfang und deiner Positionierung ab. Schau dir ruhig andere Anbieter an, um eine realistische Einschätzung für dein Marktsegment zu bekommen.

Verkaufsplan: Wie du 1.000 € Umsatz erzielst

Hier einige Beispiele, wie sich mit verschiedenen Mini-Produkten 1.000 € Umsatz erzielen lassen:

- E-Book für 9 € → 111 Verkäufe
- Mini-Videokurs für 39 € → 25 Verkäufe
- Live-Workshop für 99 € → 10 Verkäufe
- Digitales Vorlagenpaket für 49 € → 20 Verkäufe

Das zeigt: Je günstiger dein Produkt, desto mehr Verkäufe brauchst du – aber desto niedriger ist die Kaufhürde.

So wirkt sich der Preis auf den Verkauf aus - Persönliches Praxis-Beispiel:

Als wir den Kurs „How to Online-Business“ für **100 €** angeboten haben, war die Nachfrage eher verhalten. In einem Monat wurden nur **19 Verkäufe** erzielt, was einem Umsatz von **1.900 €** entsprach.

Nachdem wir den Preis auf **29 €** gesenkt haben, explodierten die Verkäufe: **354 Verkäufe** in nur einem Monat – und damit ein Umsatz von **10.266 €**.

Fazit: Ein klug gewählter Preis kann den Umsatz drastisch steigern, weil mehr Menschen zugreifen.

Kundenbeispiel: Lina – Ernährungsberaterin für Kinder

- **Nische:** Zuckerfreie Ernährung für Kleinkinder & Babys
- **Follower auf Instagram:** 461
- **Mini-Produkt:** Online-Videokurs für 99 €
- **Umsatzziel:** 1.000 € (10 Verkäufe)

Lina musste ihr Mini-Produkt also **nur an 2 % ihrer Follower** verkaufen, um ihr Umsatzziel zu erreichen – während sie gleichzeitig täglich neue Follower gewann. Ein absolut realistisches Szenario.

Die richtige Preisstrategie entscheidet darüber, wie leicht dein Mini-Produkt verkauft wird. Ein gut gewählter Preis senkt die Kaufhürde, steigert den Umsatz und bringt dir erste zahlende Kunden – ohne dass du dein Produkt unter Wert verkaufst.

TO DO

Mini-Produkt-Preis festlegen:

04

STRATEGISCHER MINI-LAUNCH

Planung, Warm-up & erfolgreicher Verkauf

Jetzt ist es Zeit, dein Mini-Produkt erfolgreich zu verkaufen! Der große Vorteil: Du brauchst keinen aufwendigen Live-Launch, sondern kannst dein Produkt über Instagram und Social Media langfristig bewerben. Das bedeutet: **kürzere Warm-up-Phase, dafür eine längere Verkaufsphase** – perfekt für kontinuierliche Verkäufe ohne großen Launch-Stress.

1. Warm-up & Planung (mind. 2 Wochen)

Bevor du dein Produkt offiziell anbietest, musst du deine Community darauf vorbereiten. Poste täglich Reels und Stories, die auf dein Mini-Produkt hinführen. Dein Content sollte sich gezielt auf die Themen deines Produkts beziehen und bereits erste Lösungen oder Einblicke bieten.

- **Nutze Storytelling:** Erzähle von deiner eigenen Erfahrung oder warum dieses Produkt wichtig ist.
- **Schaffe Neugierde:** Gib erste Tipps, ohne alles zu verraten.
- **Binde deine Community ein:** Frage nach Herausforderungen, die dein Produkt löst.

2. Verkaufsphase (6–8 Wochen)

In dieser Zeit bewirbst du dein Produkt aktiv über Stories und Beiträge. Wichtig: Nicht nur verkaufen – sondern auch weiterhin wertvollen kostenlosen Content liefern.

- **Alle 2–3 Tage Verkaufs-Content:** Erkläre, warum dein Produkt die Lösung ist.
- **Dazwischen kostenloser Mehrwert:** So bleibt dein Publikum interessiert.
- **Nutze Kundenstimmen (falls vorhanden):** Oder zeige, wie dein Produkt funktioniert.

3. Zusätzliche Verkaufsstrategien

Falls du dein Produkt schneller skalieren willst, kannst du Meta-Werbeanzeigen schalten – beachte jedoch die zusätzlichen Kosten. Wenn du organisch verkaufst, reicht es oft, Bestellungen über DMs oder einfache Linksabzuwickeln – eine extra Verkaufsseite ist nicht zwingend nötig.

Ein durchdachter Verkaufsplan macht den Unterschied zwischen zufälligen Verkäufen und einer konstanten Einnahmequelle. Wenn du deine Community gezielt aufwärmst und regelmäßig Verkaufsimpulse setzt, wirst du sehen, dass dein Mini-Produkt sich fast von selbst verkauft. Starte jetzt mit deinem Fahrplan und bring dein Produkt erfolgreich auf den Markt!

DEINE CHECKLISTE

(Bist du ready für dein erstes Mini-Produkt & deine ersten 5K?)

- Habe ich eine profitable Produktidee basierend auf meiner Expertise oder Erfahrung gefunden?
- Habe ich geprüft, ob es eine Nachfrage für mein Thema gibt (Marktrecherche, Social Media, Gespräche)?
- Habe ich das passende Format für mein Mini-Produkt gewählt?
- Habe ich meinem Mini-Produkt einen klaren und ansprechenden Namen gegeben?
- Habe ich einen „No-Brainer“-Preis gewählt, der attraktiv, aber nicht unter Wert ist?
- Passt mein Preis in die empfohlene Preisspanne für mein Produktformat?
- Habe ich meinen Umsatzplan durchgerechnet (Wie viele Verkäufe brauche ich für mein Umsatzziel)?
- Habe ich einen 8-10 Wochen-Fahrplan für mein Mini-Produkt erstellt?
- Ist meine Warm-up-Phase gut geplant (Reels, Stories, Content passend zum Produkt)?
- Habe ich eine klare Verkaufsstrategie für die nächsten 6–8 Wochen (Verkaufs-Content, Mehrwert, DM-Verkäufe)?

WIE ES JETZT WEITERGEHT

Du hast jetzt Klarheit über deine Kursinhalte

→ **Als nächstes machen wir daraus einen fertigen Onlinekurs.**

Genau hier setzt **“Onlinekurs erstellen in 60 Minuten”** an.

In nur 60 Minuten entwickelst du:

- eine glasklare Kursstruktur mit logischer Modul-Reihenfolge
- eine messbare Transformation von Ausgangspunkt bis Ergebnis
- eine sofort umsetzbare Outline - bereit für Aufnahme oder Ausarbeitung
- ein klares Konzept statt Gedankenkreiseln

Du gehst nicht einfach nur mit weiteren Ideen raus.

Du gehst mit einem konkret ausgearbeiteten Onlinekurs raus.

👉 **Hier geht's zu **“Onlinekurs erstellen in 60 Minuten”****



DU WILLST DIREKT RICHTIG DURCHSTARTEN?

Dann sichere dir hier dein **0€ Strategie-Gespräch** und komm in mein Signature-Programm für dein **Onlinekurs Business!**

CLICK HERE



Alles abgehakt? Dann bist du bereit, dein Mini-Produkt zu launchen und erfolgreich zu verkaufen!

DU HAST DEN PLAN – JETZT ERSTELLE DEIN DIGITALES PRODUKT IN REKORDZEIT!

Mit diesem Fahrplan hast du alle wichtigen Schritte, um dein erstes digitales Produkt erfolgreich auf den Markt zu bringen.

Doch vielleicht stellst du dir jetzt die Frage:

“Wie kann ich mein digitales Produkt schneller fertigstellen, ohne stundenlang an Inhalten und Technik zu verzweifeln?“

Wenn du dein digitales Produkt so zeitsparend und unkompliziert wie möglich erstellen willst, bekommst du in „Dein digitales Produkt mit KI erstellen“ die besten Tools und Strategien an die Hand und lernst, wie du KI gezielt für dich nutzt, um Inhalte, Design und Verkaufsprozesse zu automatisieren.

Das erwartet dich:

- Produkt-Idee in 10 Minuten mit KI finden
- Inhalte effizient und strukturiert mit KI generieren
- Design & Technik mühelos umsetzen – ohne stundenlanges Tüfteln
- Verkaufs- & Marketingstrategie mit KI optimieren

Warum lange warten? Nutze KI, um dein digitales Produkt jetzt schneller und stressfrei umzusetzen.

[>> Klicke hier, um mehr zu erfahren! <<](#)