

# Die “Recruiting Launch-Methode”: 241 Bewerbungen in 8 Tagen mit (fast) 0€ Werbebudget

Launches sind für uns Marketer wie Weihnachten: Stressig und aufregend zugleich.

Wir entwickeln die Strategie, schreiben Landing Pages, Anzeigen und E-Mails (und hoffen, dass die Technik im entscheidenden Moment mitmacht).

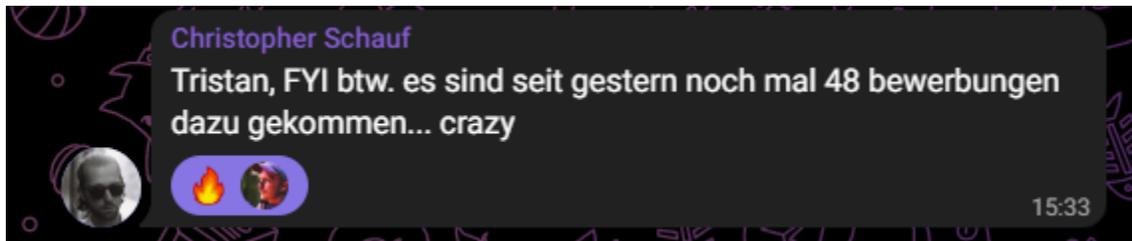
**Und: Wenn du alles richtig machst, kannst du dich auch über wundervolle Resultate wie diese hier freuen:**

Für Thorsten Kreuz Consulting haben wir zur Unterstützung des Teams neue Erfolgscoaches gesucht.

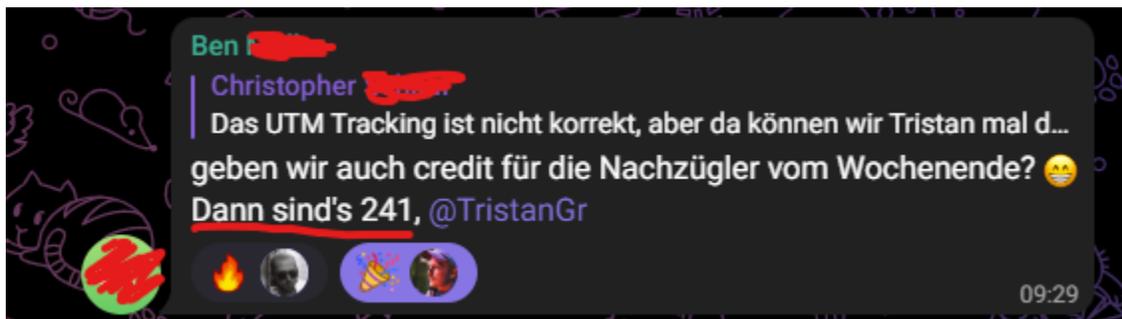
Die “Recruiting-Launch-Methode” hat uns am Tag vor der Deadline 22 qualifizierte Bewerbungen eingebracht (hier der Instagram-Post dazu)...



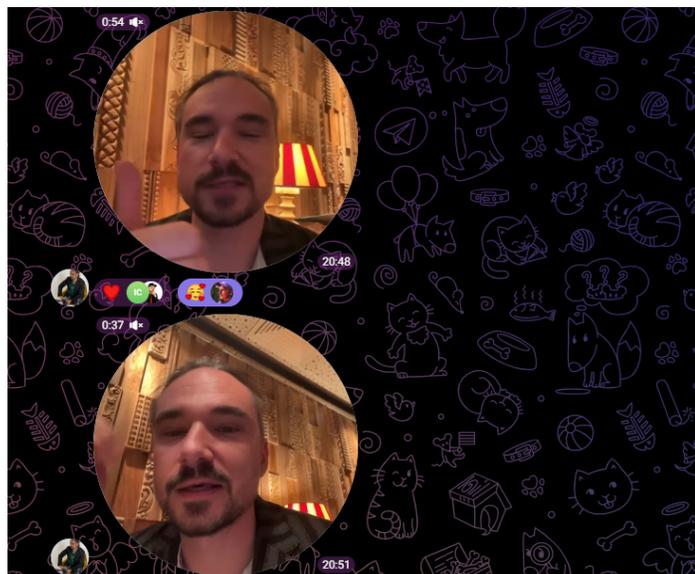
Am letzten Tag kamen nochmal 48 Bewerbungen dazu...



Und am Ende konnten wir nicht weniger als 241 Leute dafür begeistern, sich bei uns als Erfolgscoach zu bewerben 🎉



Das hat nicht nur dafür gesorgt, dass Thorsten selbst diese Zahl mindestens genauso hart gefeiert hat wie der Rest des Teams (und dafür gleich 2 Videos in unsere Recruiting-Gruppe gepostet hat)...

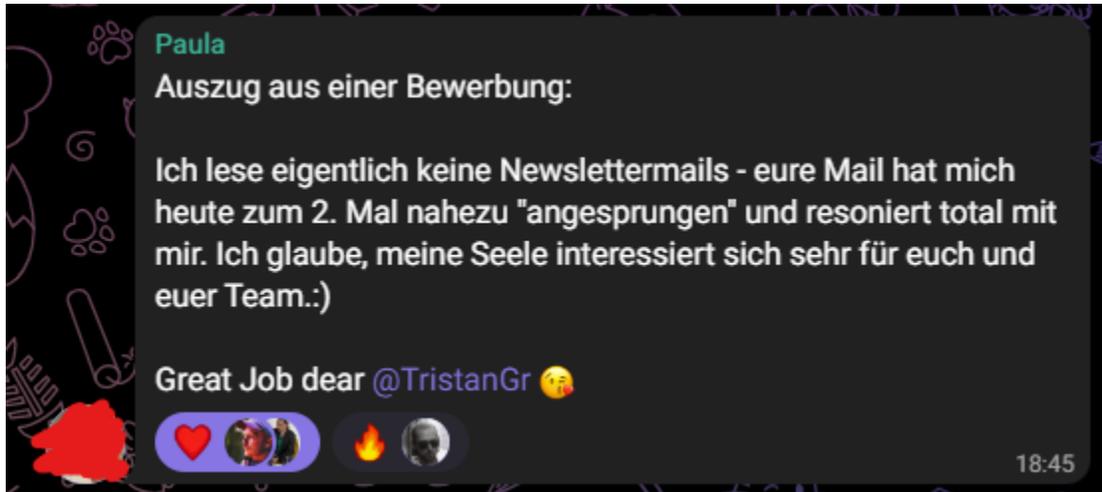


**Wir haben außerdem wunderschönes Feedback von Bewerbern bekommen:**

Sie haben sich für diese Chance bedankt und uns mehrfach mitgeteilt, wie sehr sie die Art, wie wir über unsere Arbeit reden, schätzen – aka meine Texte).

## Hier zwei Auszüge aus unseren Bewerbungen

Ich finde es auch genial, dass euch eure Kunden so am Herzen liegen, dass ihr Erfolgscoaches einstellt! Alles in Ausschreibung & im Video von Ben hat so gut mit meinen eigenen Werten zusammengepasst wie Flexibilität, Arbeiten von überall, Lernkultur, Motivation und Kundenorientierung!



***Mit anderen Worten:***

**Die Leute haben sich bei uns für unsere "Marketing-E-Mails" bedankt.**

**Und – Ich hoffe du hast jetzt auch Bock, die "Recruiting Launch"-Methode für deine Mitarbeitergewinnung (oder deinen nächsten Produkt-Launch zu verwenden).**

Schick' mir dafür einfach eine Nachricht bei LinkedIn und wir können uns dazu gerne mal bei Zoom unterhalten.

Ich freu' mich drauf.

- Tristan

\*\*\*

\*\*\*\*

\*\*\*\*\*



Ha...

Dachtest du jetzt echt, ich pack' jetzt den Marketer aus, zeig' dir nur die Ergebnisse und lass' dich dann im Regen stehen?

Nope!

**Heute bekommst du von mir:**

- Die exakte Strategie
- Die Struktur meiner Launch E-Mails
- Die Struktur der Landing Page
- Die Struktur der Danke-Seite (<-- besonders wichtig – und am Ende dieser kurzen Case Study weißt du auch genau warum)

**Volle Transparenz vorab:** die Strategie für diesen Funnel kam von unserem Head of Growth (und Recruiting-Großmeister) Christopher Schauf, Credit für die visuelle Umsetzung der Landing- und Danke-Page geht an den Funnel-Magier Alex Vibe...

Und E-Mail #3 hat mein Copywriting-Kollege (und fellow A-Player im Team) Markus geschrieben.

## **Und ja – du kannst mit dieser Strategie (mit kleinen Anpassungen) deinen Online-Kurs, dein Coaching, dein Buch oder sogar dein physisches Produkt launchen.**

Denn, am Ende des Tages geht es ja um die gleiche Sache:

**Es gibt ein Angebot (die offene Stelle)...**

Du bewirbst dieses Angebot durch Werbeanzeigen, E-Mails oder Social Media...

Es gibt einen Bewerbungsbeginn bzw. Tag und Uhrzeit, an denen deine Angebotsseite online geht...

**Und es gibt einen Bewerbungsschluß bzw. das Ende deines Launches.**

Und: egal ob du neue Mitarbeiter suchst, einen neuen Kurs bzw. Coaching startest oder sogar ein physisches Produkt auf den Markt bringst...

**Dein Copywriting – also deine Texte – werden über Erfolg oder Misserfolg dieses Launches entscheiden.**

Kurz vorab: Diese Strategie funktioniert am besten, wenn du schon eine gewisse Online-Reichweite aufgebaut hast. Das kann – so wie bei uns – deine E-Mail Liste sein. Oder deine Social Media Follower.

## **Die “Magischen” zwei Zutaten:**

### **Magische Zutat #1: Das unwiderstehliche Angebot**

Leider sind die meisten Stellenausschreibungen ein wilder Mix aus nichtssagenden Buzzwords, komplizierten Beschreibungen, unglaublich vielen “wir”s (“*wir sind die besten, wir stehen für blah, wir helfen blah...*”).



**Scheinbar macht sich aber niemand Gedanken darüber, was eigentlich für die Bewerber interessant ist.**

Daher habe ich mir in allen Texten besondere Mühe gegeben, die offene Stelle (unser Angebot) so genau und attraktiv wie möglich zu beschreiben.

Unseren Interessenten soll nach dem Lesen unserer E-Mails und der Landing Page klar sein:

*Hier verändere ich etwas, hier werde ich respektiert und wertgeschätzt...*

**Und hier kann ich Teil eines großartigen Teams werden, das mich gleichzeitig fördert und fordert.**

Außerdem musste ich natürlich weitere Vorteile erwähnen wie 100% Remote Arbeit, freie Zeiteinteilung außerhalb der Coaching-Termine und dass wir es feiern und unterstützen, wenn unsere Mitarbeiter weiterhin ihre eigenen Business-Projekte vorantreiben (besonders wichtig, um echte A-Player anzuziehen).

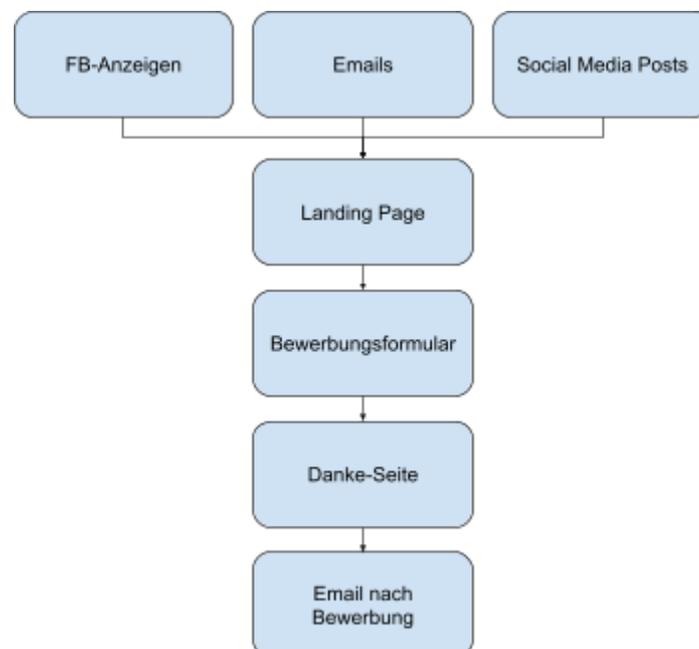
## Magische Zutat #2: Der Funnel

Wir haben Facebook-Anzeigen mit kleinem Budget geschaltet und außerdem Posts für Social Media (LinkedIn) vorbereitet...

**Die absolute Mehrheit der Bewerbungen kam jedoch durch die E-Mail Liste, der wir insgesamt 3 mal bespielt haben.**

**Statt Tausende für bezahlte Werbung auf Facebook, Instagram oder YouTube auszugeben, konnten wir diesen "Recruiting-Launch" also fast ohne Werbebudget durchführen.**

### Die Funnel-Struktur:



Wie du siehst: Die Funnel-Struktur selbst ist weder magisch noch komplex...

**Magisch wurde es dann erst in den E-Mails, der Landing Page und auf der Danke-Seite**



## **E-Mail 1: Die Ankündigung**

***Versand: 8 Tage vor Ende der Bewerbungsfrist***

Diese E-Mail hatte das Ziel, auf die offene Stelle hinzuweisen, damit sich zu uns passende Kandidaten bewerben können.

Das hätte ich natürlich auch mit einer einfachen Ankündigung machen können – à la:

*“Wir haben jetzt offene Stellen für Erfolgscoaches, hier kannst du dich bewerben”*

**Aber komm schon – ich bin Copywriter. Das geht besser (und vor allem unterhaltsamer).**

Also habe ich eine realistische Begebenheit aus dem Leben des Gründers (=Thorsten Kreutz) genommen und sie humoristisch und mit viel Drama aufgeladen als Anlass zum Schreiben der E-Mail genommen.

**Der exakte Inhalt würde den Rahmen sprengen – hier ist aber die grobe Struktur:**

- Thorsten erhält bei Telegram eine Nachricht von seinem Mitgründer
- In dieser Nachricht sagt dieser Mitgründer ihm, dass wir dringend mehr Erfolgscoaches brauchen, um noch mehr unserer Kunden zu begleiten
- Thorsten beschreibt detailliert die offene Stelle
- Aufforderung, bei Interesse auf den Button zu klicken und sich zu bewerben
- Erste Erwähnung der Bewerbungs-Deadline
- Signatur
- Langes P.S. mit unserem “warum” (wir müssen weiter wachsen, weil wir nur so allen Leuten helfen können, ihre Gabe mit unserer Begleitung in die Welt zu tragen)

Insgesamt war diese E-mail 518 Worte lang, davon gut die Hälfte der P.S. Sie hatte eine Öffnungsrate von 25,5% und 183 Leser haben auf den Button geklickt.

**Das war aber noch nicht alles.**

Wir haben diese E-Mail mit gleichem Inhalt, aber anderer Betreffzeile, noch ein weiteres Mal an die gleiche Liste geschickt...

Aber nur an diejenigen, die die erste E-Mail nicht geöffnet haben.

Diese Leute bekamen 24h also eine zweite Chance – und die zweite E-Mail wurde von 22,70% der Leser geöffnet und hat weitere 139 Klicks auf die Landing Page generiert.

## **E-Mail 2: Die Erinnerung**

**Versand:** 6 Tage vor Ende der Bewerbungsfrist

Für diese E-Mail habe ich mich vor allem auf die vielen Vorzüge konzentriert, die dich als möglicher neuer Erfolgscoach bei uns erwarten.

**Hier war es mir vor allem wichtig die folgenden 2 Dinge zu kommunizieren:**

1. Aus der Beschreibung der einzelnen Arbeitsbereiche MUSS klar werden, dass du als Erfolgscoach wirklich einen Unterschied im Leben unserer Kunden machst (wir alle wollen unseren Abdruck auf dieser Erde hinterlassen – und mit deiner Arbeit bei uns schaffst du das auch)
2. Wenn du zu uns kommst empfangen wir dich mit offenen Armen, du genießt unseren vollen Support und kannst dich in deinem Department voll austoben (hier habe ich z.B. erwähnt, dass sich jeder mit Verbesserungsvorschlägen oder Wünschen einbringen kann und soll)

**Abgesehen davon, dass diese Dinge zu 100% stimmen, zeichne ich hier ein Bild im Kopf der Interessenten, wie ihr neues Leben aussehen kann.**

Auch hier haben wir wieder mit zwei Betreffzeilen gearbeitet. Die erste hat 162 Klicks generiert, die zweite 156.

## **E-Mail 3: Der letzte Aufruf**

**Versand:** 1 Tag vor Ende der Bewerbungsfrist

Für diese E-Mail mussten wir nicht tief in die Trickkiste greifen.

Wir haben einen Tag vor Ende der Bewerbungsfrist an die offene Stelle erinnert, die Vorzüge der Arbeit bei uns aufgelistet...

Und als letzten “Brandbeschleuniger” noch ein wunderschönes Testimonial verwendet, das wir erst wenige Tage zuvor von einem neuen Mitarbeiter bekommen haben.

**Das Ergebnis: 131 Klicks auf die Landing Page.**

**(Volle Transparenz:** Diese E-Mail hat mein wunderbarer Copywriting-Kollege Markus geschrieben. Ich habe sie nur minimal angepasst und dann zum Verschicken freigegeben).

## **Die Landing Page**

Um es unseren Bewerbern so einfach wie möglich zu machen haben wir uns auch bei der Landing Page an den klassischen und erprobten Aufbau gehalten:

### **Headline, Video, Bullets und ein Button im sichtbaren Bereich (=above the fold).**

Auch hier habe ich sehr auf die Sprache geachtet, mit der sich potentielle Kandidaten identifizieren können. Wir sprechen zum Beispiel von "Herzensbusiness" oder davon, "Menschen in den Erfolg begleiten".

Diese "weiche" Sprache ist 100% kongruent mit unserer Zielgruppe und steht für eine klare Trennung zwischen klassischen Business-Coachings und uns (das haben uns die Bewerber auch gesagt).

Unter den oben erwähnten Elementen hatten wir auf der Landing Page noch folgende Abschnitte:

### **Was du bei uns als Erfolgscoach bewegen kannst**

- Vorteil 1
- Vorteil 2
- Vorteil 3
- Vorteil 4
- Vorteil 5

### **Was du mitbringen solltest**

- Anforderung 1
- Anforderung 2
- Anforderung 3
- Anforderung 4
- Anforderung 5

### **Worauf du dich bei deiner Arbeit bei uns freuen kannst**

- Vorteil 1
- Vorteil 2
- Vorteil 3
- Vorteil 4
- Vorteil 5

**Und – zu guter Letzt – ein langer Fließtext darüber, wie du dir die Arbeit bei uns vorstellen kannst.**

Hier bin ich wieder sehr detailliert darauf eingegangen, wie sehr wir unsere Mitarbeiter unterstützen.

Da wir außerdem regelmäßig Menschen anziehen (und im Team haben), die schon ihr eigenes Business als Coach oder Dienstleister haben, musste ich auch hier unbedingt darauf eingehen.

In dieser Firma wird dies nämlich nicht nur geduldet, sondern gefördert – Ein weiterer, starker Grund, sich bei uns zu bewerben:

**Wir werden dich nicht nötigen, dein laufendes Business aufzugeben.**

Unter diesem Abschnitt habe ich dann detailliert erklärt, wie genau deine Bewerbung abläuft.

**Denn: Ein essentieller Bestandteil von gutem Copywriting ist KLARES Schreiben.**

*Was genau passiert, nachdem du auf den Button klickst?*

*Was passiert, wenn du deine Bewerbung abgeschickt hast?*

*Und mit wem wirst du wann im Bewerbungsprozess sprechen?*

All das habe ich im Detail beschrieben.

Ganz unten habe ich noch unsere interne Ansprechpartnerin für alle Bewerber und Interessenten inklusive LinkedIn-Profil und Mailadresse verlinkt.

Und natürlich waren auf der gesamten Landing Page insgesamt 5 dieser Buttons:



**JETZT ALS ERFOLGSCOACH BEWERBEN**

Alex aus unserem Team hat meine Texte noch in ein wunderschönes, ansprechendes Format gegossen – und das Ergebnis findest du hier: <https://thorstenkreutz.com/karriere-erfolgcoach>

## Die Danke-Seite

Nachdem Interessenten auf den roten Button geklickt und insgesamt 13 Bewerbungsfragen beantwortet haben, landen sie auf der Danke-Seite.

Die meisten Unternehmen oder Marketer denken, dass hier die harte Arbeit erledigt ist.

*Die Leute haben sich beworben – und hier brauchen sie nur noch eine kurze Bestätigung, dass sich bald jemand bei ihnen meldet, richtig?*

FALSCH.

**Hier ist es essentiell, die Extrameile zu gehen, um auch wirklich die besten Kandidaten zu identifizieren.**

Die Gefahr ist nämlich immer, dass Bewerber noch gar nicht genau wissen, wie transformierend die Arbeit dieser Firma für das Leben der Kunden wirklich ist. Vielleicht haben sie auch von jemand anderem einen Link bekommen und es klang irgendwie cool.

**Genau deshalb müssen wir den Bewerbern hier zwei Dinge mitgeben:**

1. Sie haben gerade eine sehr gute Entscheidung getroffen, die den nächsten Meilenstein in ihrem Leben repräsentieren kann (=es ist richtig & wichtig, dass sie hier sind)
2. Um Teil dieses genialen Teams zu werden musst du dich vor deinem möglichen Bewerbungsgespräch wirklich mit unserer Arbeit beschäftigen

Die Marketing Show mit Thorsten Kreuzt ist das perfekte Medium, um die oft lebensverändernde Arbeit dieser Firma live mitzuerleben.

Daher habe ich auf der Danke-Seite mit folgendem Satz subtil darauf hingewiesen, dass jeder Kandidat einmal in der Show dabei gewesen sein sollte:

*“Mit einem Klick auf den Button kannst Du Dich jetzt schon für den nächsten kostenlosen Termin zur Marketing Show anmelden (und sag’ in Deinem Gespräch mit Paula gerne, wie Dir die Show gefallen hat).”*

Dadurch wird implizit klar, dass diese Person sich wirklich mit uns beschäftigen muss, bevor wir die nächsten Schritte gehen können.

Das schafft ein höheres “Buy In” unserer Kandidaten gegenüber unserem Unternehmen und sie erleben hautnah unsere wundervolle Arbeit. Win-Win.

Unter diesem Abschnitt finden die Bewerber außerdem noch einen besonders starken 15-Minuten Clip aus einer vergangenen Marketing-Show und zwei Mitarbeiter-Interviews. Dies bestätigt noch einmal, dass sie hier wirklich richtig sind.

**Pro-Tipp für Coaching-Angebote, Online-Kurse oder physische Produkte:**

Nutze deine Danke-Seite, um deinen Käufern Folgendes klar zu machen:

*“Ja, du hast gerade das richtige gemacht. Es war vielleicht eine große Entscheidung für dich, diese Summe zu investieren. Aber es war richtig. Ich bin stolz auf dich und freue mich, dass du dir selber dieses Geschenk gemacht hast.”*

Wenn du dieses Gefühl vermittelst und mit Testimonials untermauerst, wirst du deine Kunden nicht nur für dich und dein Angebot begeistern...

Sie werden dein Coaching auch viel aktiver umsetzen bzw. eine viel stärkere Bindung zu deinem Produkt aufbauen (was außerdem deine Rückbuchungsrate massiv reduziert).

Wie genau wir das umgesetzt haben siehst du hier:

<https://thorstenkreutz.com/bewerbung-eingereicht>

## **E-Mail nach der Bewerbung**

Nein – selbst nach dieser sehr durchdachten Danke-Seite sind wir noch nicht fertig. Nach der Bewerbung verschicken wir noch eine E-Mail, die ein ähnliches Gefühl auslösen soll, wie die Danke-Seite.

Ja, ich erwähne hier auch, wie genau es jetzt nach der Bewerbung weitergeht. Diese Klarheit ist wichtig.

**Aber: ich “hype” die Bewerber zusätzlich noch für unsere Arbeit.**

Ich schreibe, dass die Arbeit in diesem Team für viele DER Quantensprung in ihrer Karriere war...

Und ich habe außerdem ein Wort verwendet, das ich sonst im Marketing nicht mal mit der Kneifzange anfassen würde:

*“Hausaufgabe.”*

**Warum ist das aber in diesem Kontext OK?**

Wir wollen es den Leuten nicht ganz leicht machen, ins Team zu kommen. Sie sollen die Hürden überspringen, sich durch das Feld kämpfen und andere Bewerber hinter sich lassen.

Ich spreche es zwar nicht so explizit aus, Folgendes soll aber klar sein:

**In dieser Firma arbeiten nur A-Player – und wenn du eine(r) von uns werden willst, musst du dafür auch etwas bringen.**

Das habe ich auf ganz charmante unterhaltsame Weise wie folgt geschrieben:

*“...deshalb habe ich hier eine der vielleicht schönsten & unterhaltsamsten “Hausaufgaben” aller Zeiten für Dich: Komm’ in unsere Marketing Show und erlebe live die Magie.*

Und: ein weiterer, wichtiger Satz, um die Teilnahme an der Show zu begründen:

*“Die Arbeit, zu der Du vielleicht bald Deinen Beitrag leistest, verändert regelmäßig Leben.*

*Und...*

*Um genau diesen “Wow”-Effekt zu spüren, führt für Dich kein Weg an unserer Marketing Show vorbei.”*

Und mit dieser E-Mail endete unser Funnel.

## Das Ergebnis

Wir haben mit:

- 4 E-Mails
- 1 Landing Page
- 1 Bewerbungsformular
- 1 Danke-Seite

**In 8 Tagen 241 Bewerbungen eingesammelt 🎉🎉🎉**

Das hat meine geniale Kollegin aus dem Recruiting nicht nur über Tage und Wochen mit dem Durchsichten aller Bewerbungen beschäftigt...

**Und wir konnten dem Coaching-Team dadurch endlich die Unterstützung liefern, die es braucht, um noch mehr wunderbare Erfolgsgeschichten mit unseren Kunden zu schreiben.**

## 6 Takeaways für dein Marketing

### 1. NUTZE DEIN NETZWERK

Wenn du nach neuen Mitarbeitern suchst, solltest du IMMER zuerst dein Netzwerk abgrasen. Egal ob E-Mail-Liste, Social Media Follower oder YouTube-Abonennten – diese Leute kennen und schätzen dich bzw. dein Unternehmen und sind oft hoch

motiviert, Teil deines Teams zu werden (so war das bei uns der Fall)

2. **LISTE + ANGEBOT + COPYWRITING = 🚀🚀🚀**

Wenn du eine Liste (E-Mail, Follower auf Social Media oder YouTube-Abonnenten) und ein gutes Angebot hast – dann wird Copywriting als Raketentreibstoff dafür sorgen, dass dir die Leute die Bude einrennen

3. **KLARE ANGEBOTE GEWINNEN**

Egal ob im Recruiting oder beim Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen: Achte immer darauf, dein Angebot so klar und attraktiv wie möglich zu beschreiben (Faustregel: es ist egal, was dein Angebot ist – sag mir, was es für mich tun kann)

4. **COPYWRITING > KOMPLIZIERTER FUNNEL**

Wenn du die Basics beachtest, hängt der Erfolg oder Misserfolg deiner Kampagne selten von deiner Funnelstruktur ab. Es geht vielmehr darum, was du sagst/schreibst (aka dein Copywriting)

5. **DER VERKAUF ENDET NICHT AUF DER DANKE-SEITE**

Gib deinen Bewerbern bzw. Käufern am Ende das Gefühl, dass sie gerade das Richtige getan haben. Nutze dafür deine Danke-Seite bzw. Bestellbestätigungs-Seite und die ersten 1-3 E-Mails nach der Bewerbung / Bestellung.

So reduzierst du Rückforderungen und sorgst außerdem dafür, dass deine Kunden (oder Bewerber) sich mehr mit dir und deinem Produkt beschäftigen und am Ende sogar zufriedener damit sind – einfach, weil sie es ernst genommen haben.

6. **LAUNCHES SIND NICHT NUR FÜR PRODUKTE**

Behandle Recruiting wie den Launch eines Kurses oder Coaching Programms: Beschreib' alle Vorteile der offenen Stelle, verwende Testimonials, arbeite mit Deadlines, etc.

## **Soll ich dir dabei helfen, auch solche Resultate zu erzielen?**

Neben meinen eigenen Projekten helfe ich vor allem Coaching-Unternehmen wie Thorsten Kreuz Consulting bei deren Kampagnen und Werbetexten sowie im aktiven Coaching.

Dadurch bin ich oft für Wochen ausgebucht und kann – wenn überhaupt – pro Monat nur einem zusätzlichen Projekt die Aufmerksamkeit geben, die es verdient.

Von *Tristan Gruszkos*  
[www.oraclecopy.com/newsletter](http://www.oraclecopy.com/newsletter)

Du kannst dich aber für meine regelmäßigen E-Mails eintragen. Da teile ich mehrfach die Woche meine besten Strategien, mit denen deine Werbeanzeigen endlich konstant laufen und Woche für Woche die perfekten Kandidaten oder Kunden reinholen.

Über diesen Newsletter kannst du dich außerdem für meine Warteliste eintragen (die genauen Anweisungen dazu schicke ich dir dann automatisch zu).

Die Anmeldung kostet dich keinen Cent, kann aber Tausende wert sein.

Link dazu: <https://oraclecopy.com/newsletter/>