

Funnel für die Transgender-Beratungspraxis

1. Awareness (Aufmerksamkeit erzeugen)

Ziel: Menschen erreichen, die sich mit ihrer Identität beschäftigen, aber vielleicht noch unsicher sind, wo sie Unterstützung finden.

- **Social Media Content:** Regelmäßige Beiträge auf **Facebook, Instagram & TikTok**, die inspirierende Sprüche, kleine Erklärvideos, Erfahrungsberichte und einfache psychologische Tipps enthalten.
- **Blog/Website:** Artikel zu Themen wie „Erste Schritte beim Coming-out“, „Wie finde ich meine Identität?“, „Umgang mit Ängsten und Zweifeln“.
- **Facebook-Gruppen & Foren:** In relevanten Gruppen wertvolle Beiträge und Hilfestellungen posten, um Vertrauen aufzubauen.
- **Gezielte Facebook-Werbung:** Anzeigen mit einer empathischen Botschaft, die genau die Gefühlslage der Zielgruppe ansprechen (z. B. „Du bist nicht allein. Wir begleiten dich auf deinem Weg.“).

2. Interest (Interesse wecken)

Ziel: Die Menschen sollen merken, dass die Beratung konkret helfen kann und eine sichere Anlaufstelle bietet.

- **Kostenloser Leitfaden (Freebie):** Ein E-Book oder PDF mit dem Titel „10 Dinge, die dir helfen, deine Identität zu verstehen“ gegen E-Mail-Anmeldung.
- **Live Q&A-Sessions:** Regelmäßige Live-Talks auf Facebook oder Instagram, in denen Fragen beantwortet werden und Einblicke in die Arbeit gegeben werden.
- **E-Mail-Newsletter:** Eine Serie von E-Mails mit hilfreichen Inhalten, kleinen Übungen oder anonymisierten Geschichten anderer Menschen aus der Beratung.

3. Consideration (Überlegung und Vertrauen aufbauen)

Ziel: Interessierte sollen sich mit dem Gedanken an eine Beratung anfreunden und sich sicher fühlen.

- **Kundenstimmen & Erfahrungen:** Echte Erfahrungsberichte von Menschen, die beraten wurden, als Postings oder auf der Website.
- **FAQs & Klarheit über die Beratung:** Antworten auf Fragen wie „Was passiert in einer Sitzung?“, „Wie kann eine Beratung helfen?“, „Was kostet es?“.
- **Persönliches Kennenlernen:** Eine **kostenlose Erstberatung (z. B. 15 Minuten per Video)**, um die Hemmschwelle zu senken.

4. Conversion (Buchung der Beratungssitzung)

Ziel: Die Person soll sich aktiv für eine Beratung entscheiden.

- **Call-to-Action überall einbauen:** Klare Hinweise wie „Vereinbare hier dein Erstgespräch“ auf

Website, Social Media & E-Mails.

- **Buchungssystem:** Ein einfaches Online-Tool wie **Calendly** oder **Book Like a Boss**, damit Interessierte direkt einen Termin buchen können.
- **Rabatt oder Bonus für die erste Sitzung:** Zum Beispiel „Buche jetzt dein Erstgespräch und erhalte eine kleine Meditation zur Selbstfindung als Geschenk“.

5. Retention (Langfristige Begleitung und Empfehlung)

Ziel: Klienten weiter begleiten und durch Mundpropaganda neue Klienten gewinnen.

- **Follow-Up E-Mails:** Nach einer Beratung kurze Check-ins per E-Mail, um den Kontakt zu halten.
- **Community-Building:** Eine geschlossene **Facebook- oder Telegram-Gruppe**, in der sich Menschen austauschen und gelegentlich Tipps gegeben werden.
- **Empfehlungs-Programm:** Wenn ein Klient die Beratung weiterempfiehlt, erhält er eine Vergünstigung für eine weitere Sitzung oder eine kleine Belohnung.