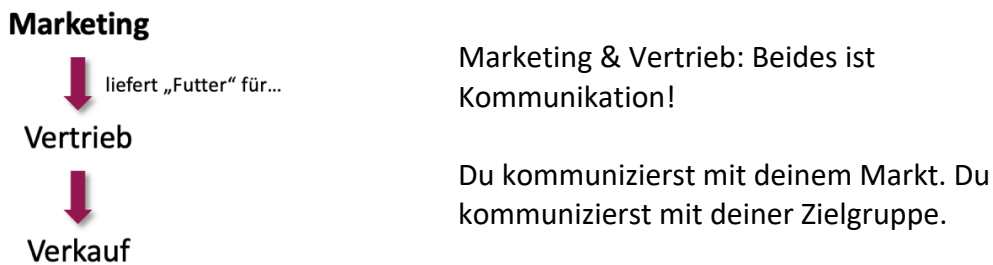


Zusammenfassung - Video 1

Die mächtigste Art von Marketing

Zu Beginn deines Unternehmer-Marketing-Coachings legen wir den Grundstein für deinen Marketing-Erfolg.

Dazu schauen wir uns als Erstes an: Wo findet Marketing in deinem Prozess der Kundengewinnung überhaupt statt? Du kannst es dir wie folgt vorstellen:



Wir erkennen also: Marketing liefert „Futter“ für deinen Vertrieb!

Fakt ist: Marketing kannst du machen REGIONAL oder ÜBERREGIONAL (je nachdem, wo du tätig bist).

Als nächstes werfen wir einen Blick auf die gängigsten Arten von Marketing. Diese schauen wir uns insbesondere an im Hinblick auf: Was ist jeweils das Ziel und welche Empfehlung will ich dir dazu geben.

Die verschiedenen Arten und Ziele von Marketing:



Gehen wir sie der Reihe nach kurz durch:

1 – Marke & Bekanntheit

- Das machen die meisten, die keine Ahnung haben. Die machen einfach irgendwas
- Schalten irgendwo Anzeigen
 - o Werbetafeln im Supermarkt, Anzeigen in Zeitung,
 - o Flyer wild verteilen, Bus-Werbung etc.
- Das Schlimme ist → Die denken, das bringt was
- Wenn du kein Konzern bist mit Millionen-Budgets → Dann LASSEN!

2 – Marke & Werte / Image

- Meine Erfahrung: Wer das wirklich beherrscht, ist schon eine Stufe weiter
- Das Ziel ist hierbei, deine Werte klar zu kommunizieren
 - o Entweder deine eigenen Firmenwerte (siehe Claus Hipp)
 - o Oder die der Zielgruppe, die du ansprichst (Marlboro-Man, Apple)
- Auch meine Erfahrung: Die wenigsten beherrschen das
- Wenn du kein Konzern bist → Dann LASSEN!

3 – Performance & Direkt-Marketing

- Direkt vorab → Das ist das Beste
- Warum: Weil du durch dein Marketing/deine Kommunikation direkt Ergebnisse bekommst
- Deswegen wird diese Form des Marketings auch Dialog-Marketing genannt: Denn du holst deine Zielgruppe in einen Dialog – in einen verkaufsfördernden Dialog
- Vorteil: Deine Werbung hat eine direkte Performance → Du gewinnst a) Interessenten oder b) direkt Kunden
- Wenn du also mehr Kunden und mehr Umsatz willst: Dann lerne und mache Direkt-Marketing
- Direkt-Marketing ist Offline & Online möglich
- Hier in diesem Kurs lege ich einen Schwerpunkt auf Online → Denn das ist Zukunft & bringt dir wahren Wohlstand!

Da das geklärt ist, schauen wir uns jetzt meine Definition von Marketing an.

Meine Definition von Marketing lautet:

KUNDEN KAUFEN → Für weniger Geld, als sie uns bringen!

Marketing = Kunden kaufen!

Wenn du dich dieser Denkweise annimmst, dann gibt es hier zwei Dinge zu beachten, die wir als Unternehmer:innen wissen müssen:

- 1) Unsere Kundengewinnungs-Kosten
- 2) Unseren Kunden-Wert

Gehen wir beides kurz durch:

Zu 1) Deine Kundengewinnungs-Kosten:

- Werbe-Aktion kostet 1.000€ (bspw. Anzeige)
- Bringt 100 Interessenten = 10€ pro Interessenten
- Bringt 20 Kunden = 50€ pro Kunde
- Deine Kundengewinnungs-Kosten betragen also 50€ pro Kunde
- Diese musst du in deinem Unternehmen kennen. Denn sonst kannst du kein profitables Marketing durchführen und setzt stattdessen auf das Glücksprinzip

Zu 2) Dein Kunden-Wert:

- Auch den kannst du berechnen.
- Die Frage hierbei lautet: Wie viel Geld gibt ein Kunde bei dir aus?
 - o Beim Erst-Kauf
 - o Durch Folgekäufe → Erst die Folgekäufe führen in der Regel zu echten Gewinnen

Tipp: Im Unternehmer-Master-Coaching (UMC) liefere ich dir klare 1:1 Anleitungen, wie du deinen Kunden-Wert sehr schnell und sehr einfach steigern kannst. Dein Nutzen: Je höher dein Kunden-Wert, desto einfacher wird dein Marketing! Alle Informationen zum UMC bekommst du beim Team der BS Akademie!

Zu deinen Marketing-Kosten gibt es jetzt zwei grundsätzliche Ansätze. Diese Ansätze solltest du a) kennen und b) wissen, welcher davon zu dir und deinem Unternehmen passt:

- **Ansatz #1: Allowable Acquisition Cost** = Ein neu gewonnener Kunde muss sich sofort beim Erstkauf rechnen.
- **Ansatz #2: Investment Acquisition Cost** = Ein neu gewonnener Kunde rechnet sich nicht sofort (also nicht beim Erstkauf), sondern erst durch Folgekäufe, die dieser Kunde in der Zukunft tätigen wird.

Das vorweg geschickt werfen wir jetzt nochmal einen Blick auf Performance-Marketing:

Denn: Egal welchen dieser beiden Ansätze du wählst (Allowable oder Acquisition Investment Cost) → Nutze unbedingt Direkt-Marketing!

Was also sind die Schlüsselfaktoren von erfolgreichem Direkt-Marketing?

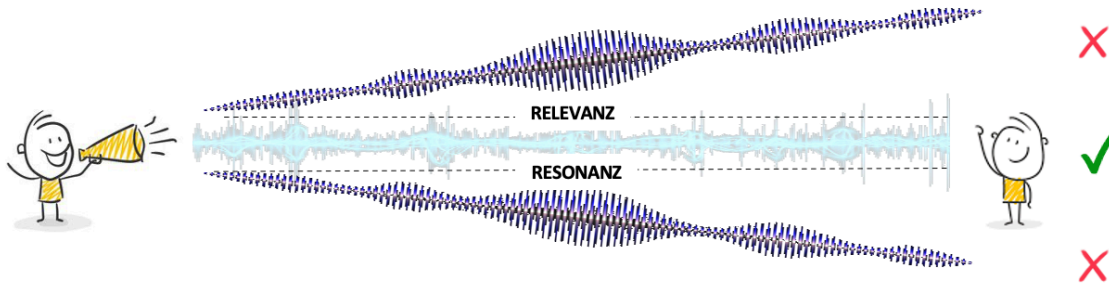
Aus meiner Sicht sind dies drei Stück. Lass sie uns der Reihe nach durchgehen:

1 - Zielgruppen-Kompetenz

Ich sage es ganz klar: Um erfolgreiches Marketing betreiben zu können, MUSST du deine Zielgruppe perfekt kennen.

Denn noch einmal: Marketing ist Kommunikation. Wenn diese Kommunikation erfolgreich ist, dann reagiert deine Zielgruppe.

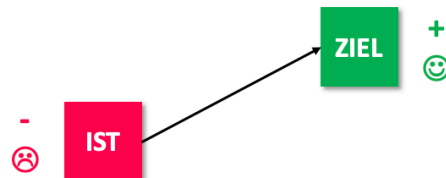
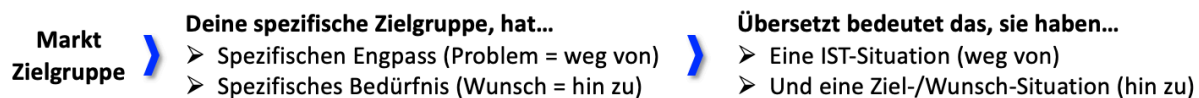
Schauen wir uns das mithilfe dieser Schaubilder an:



Erfolgreiche Marketing-Kommunikation erfolgt auf einer bestimmten Frequenz:

→ Du triffst diese Frequenz, wenn deine Inhalte für deine Zielgruppe **RELEVANT** sind. Denn **RELEVANZ** führt zu **RESONANZ**. Das bedeutet: Deine Zielgruppe reagiert auf dein Marketing!

Schauen wir uns also an, was für deine Zielgruppe **RELEVANT** ist:



Extrem wichtiger Satz: Wenn ich dein Problem besser beschreiben kann, als du selbst → Dann wirst du automatisch glauben, dass ich es für dich lösen kann!

Das gleiche gilt mit deinen Zielen und Träumen.

Genau DAS muss dir bei deiner Zielgruppe gelingen. Und genau DAS ist Zielgruppen-Kompetenz:

- Du kennst die Probleme und Engpässe deiner Zielgruppe besser als sie selbst
- Du kennst die Ziele, Wünsche und Bedürfnisse deiner Zielgruppe besser als sie selbst

2 - Nutzen-Kommunikation:

Schauen wir uns als Erstes dazu an: Was ist überhaupt Nutzen?

Meine Definition von Nutzen lautet:
Nutzen ist die Antwort auf die Frage „Wie verbessert das mein Leben?“.

Denn genau diese Frage stellen sich die Menschen deiner Zielgruppe im Hinblick auf dich, deine Firma und dein Angebot.

Diese Frage musst du beantworten können.

Zu Nutzen gehört aber auch wieder der Bezug zur Zielgruppen-Kompetenz: Denn deine Zielgruppe will wissen, wie dein Angebot ihnen hilft, ihre PROBLEME zu lösen und/oder ZIELE zu erreichen.

Ebenfalls wichtig ist: Kenne den Unterschied zwischen Nutzen & Eigenschaften!

Kommuniziere ab sofort nur noch NUTZEN und keine Eigenschaften mehr. Dazu ein Beispiel:

Eigenschaft = Die Bohrmaschine hat ein 10 Meter langes Kabel.

Nutzen = Nie mehr lästiges Steckdosen wechseln, weil das Kabel zu kurz ist. Erledigen Sie Ihre Arbeit bis zu 30% schneller!

Erkennst du den Unterschied?

- Eigenschaften = Merkmale und „was kann es?“
- Nutzen = Was habe ich davon im Hinblick auf Problem-lösen & Ziel-erreichen?

3 - Verkaufs-Psychologie

Der dritte Schlüsselfaktor für dein erfolgreiches Direkt-Marketing ist, dass du die 3 psychologischen Ebenen kennst, auf denen wir Menschen Entscheidungen und Kauf-Entscheidungen treffen.

Dein Vorteil: Wenn du diese 3 Ebenen kennst und in deinem Marketing anwendest, dann werden die Menschen sehr viel stärker auf dein Marketing reagieren.

Gerne will ich dir dazu jetzt eine Art „Navigations-System“ an die Hand geben. Du bekommst eine klare Schablone, die du ab sofort in deiner Kommunikation nutzen kannst.

Vorab: Es sind 3 Ebenen. Zu jeder Ebene gebe ich dir 2 Unterpunkte.

Halte dich bei deiner Kommunikation einfach exakt an diesen Ablauf. Nutze dies für all deine Marketing-Botschaften: Im Print-Bereich, aber auch online (Webseiten, Landingpages, Emails). Sogar für deine Verkaufs-Gespräche ist diese Schablone Goldwert:

3 Ebenen und 6 Unterpunkte für deinen Kommunikations-Ablauf



Fassen wir bis hier her kurz zusammen: Die drei Schlüsselfaktoren für erfolgreiches Direkt-Marketing lauten...

- 1) Zielgruppen-Kompetenz
- 2) Nutzen Kommunikation
- 3) 3 verkaufs-Psychologische Ebenen

Wenn du diese 3 Schlüsselfaktoren beherrschst, dann kannst du erfolgreich kommunizieren!
Wenn du das kannst, dann geht das ONLINE & OFFLINE.

Doch bitte habe Geduld: Erfolgreiches Direkt-Marketing zu lernen...

Das braucht Zeit! Es ist tatsächlich wie das Erlernen einer neuen Sportart. Es ist noch kein Meister vom Himmel gefallen. Doch durch kontinuierliches Üben wirst du immer besser.

**Praxis-Tipp: Analysiere die Werbung von anderen, die Direkt-Marketing machen →
Beispielsweise die der BS Akademie**

Mein Versprechen: Wenn du als Unternehmer:in direkt-Marketing wirklich beherrschst, dann wirst du reich!