

Im Internet neue Kunden gewinnen

Das Marketing, so wie Sie es kennen, funktioniert heute nicht mehr!

Das Marketing der heutigen Zeit funktioniert in weiten Teilen anders als das Marketing, das viele von Ihnen aus der Vergangenheit kennen.

Es ist dringend erforderlich umzudenken.

Früher war es üblich, dass der Anbieter auf den potentiellen Kunden zugeht und ihm sein Angebot präsentiert mit der Bitte „nun kauf mal schön bei mir“.



Das hat lange Jahre wenn nicht sogar Jahrzehnte sehr gut funktioniert. Bis das Internet kam. Spätestens seit das Internet zum Massenmedium geworden ist (in Zukunft noch viel stärker werden wird, weil das Internet in die TV-Landschaft integriert sein wird) und es auch von fast jedem bedient werden kann, funktioniert das Marketing der alten Schule immer weniger bzw. schließlich gar nicht mehr.

Wer heute noch auf den alten Gaul setzt, der wird die nächsten Jahre nicht überleben.

Warum das so ist, sei an dieser Stelle dahin gestellt, da könnte man sicherlich ganze Bücher darüber schreiben, wieso und weshalb das altbekannte Marketing nicht mehr funktioniert.

Wir wollen die Sache praktisch angehen und uns stattdessen fragen: wie funktioniert denn das „neue Marketing“ und wie kann ich als Unternehmer es möglichst schnell in meinem Betrieb einführen?

Nun, das „neue Marketing“ funktioniert im Prinzip auf dem umgekehrten Weg. Nicht der Verkäufer geht mehr von sich aus auf den potentiellen Kunden zu, sondern Sie sorgen dafür, dass die Kaufwilligen aus eigener Entscheidung von selbst auf Sie zukommen.

Ihr Neukunde sucht nach Ihnen und wird Sie – wenn Sie alles richtig gemacht haben – auch finden und den Kontakt aufnehmen.

Sie sind also nicht mehr nervender Verkäufer, sondern Problemlöser, Hilfeleistender. Ein psychologisch vollkommen anderer Ansatz des Verkaufens.

Wichtigstes Merkmal dieses neuen Marketings: der Kunde macht den ersten Schritt und geht auf Sie zu, nicht umgekehrt. Der Kunde wird Sie daher niemals als nervigen Verkäufer empfinden, nein, es wird sogar so sein, dass er schließlich Vertrauen zu Ihnen aufbaut, Sie mag und als Experten für sein Problem akzeptiert.

Der Kunde hat einen Bedarf oder ein Problem und geht im Internet auf die Suche nach einer geeigneten Lösung. Er weiß im Hinterkopf bereits, dass er Geld ausgeben wird, er sucht nun nur noch nach dem passenden Geschäftspartner.

Menschen die im Internet auf der Suche nach einem Produkt oder einer Dienstleistung sind, sind absolut bereit Geld auszugeben!

Die einzige Frage, die sich jetzt stellt: kauft der Kunde bei Ihnen oder bei Ihrem Mitbewerber.

Bitte lesen Sie in diesem Zusammenhang unbedingt auch den Artikel „Mehr Umsatz und Neukunden durch automatisiertes Nachfassen“ und auch diesen Artikel „90 Prozent sind direkt wieder weg“.

Wenn der Kunde Sie nun im Internet gefunden hat und dann auf Ihrer Website (besser auf Ihrer Landingpage) landet, dann haben Sie nur sehr wenig Zeit, den Kunden davon zu überzeugen, dass Sie der richtige Partner für ihn sind.

Im Idealfall stellt der Kunde nun eine Anfrage an Sie, zum Beispiel die Bitte um nähere Informationen, oder die Anforderung eines Kataloges oder die Bitte um ein konkretes Angebot.

Oftmals wird es aber auch so sein, dass der Kunde nicht direkt eine Anfrage stellt, sondern schon im Begriff ist, weiter zu klicken.

Ihre Website (oder besser: Landingpage) hat daher nur eine einzige Aufgabe: sie muss den Interessenten dazu bewegen, seine E-Mail Adresse zu hinterlassen.

Ich wiederhole: **NUR DIESE EINZIGE AUFGABE HAT IHRE WEBSITE!!!**

Wie schaffen Sie es an die E-Mail Adresse des Interessenten (auf legale Weise) zu kommen?

Das ist einfacher, als Sie vielleicht annehmen. Die Lösung besteht darin, dass Sie dem Kunden etwas kostenlos anbieten, was ganz spezifisch sein Problem behandelt. Im Idealfall hat diese kostenlose Information für den Kunden einen solchen Wert, dass er sich sagt, „WOW, wenn der so etwas kostenlos abgibt, wie gut müssen dann erst die Produkte sein, die man bei ihm kaufen kann“.

Das was Sie dem Kunden kostenlos anbieten ist am besten ein digitales Informationsprodukt, zum Beispiel:

1. **Sie sind Maler/Lackierer und verkaufen Farben, Pinsel etc. über Ihre Website**
Schreiben Sie einen Aufsatz mit der Überschrift „*die 5 schlimmsten Fehler beim Malen und Lackieren, so vermeiden Sie sie*“.
2. **Sie sind Möbelhändler und wollen über das Internet neue Kunden gewinnen**
Schreiben Sie einen Aufsatz mit der Überschrift „*diese 7 Insidertipps müssen Sie kennen, sonst werden Sie beim Möbelkauf übers Ohr gehauen*“.
3. **Sie sind Bestattungsunternehmer und bieten Ihre Dienste über das Internet an**
Schreiben Sie einen Aufsatz mit dem Titel „*Diese 6 Punkte müssen Sie unbedingt wissen, bevor Sie Ihre Angehörigen auf dem letzten Weg begleiten*“.

Ich hoffe, Ihnen ist durch diese Beispiele klar geworden, worum es geht. Bieten Sie dem Kunden Informationen aus Ihrer Branche und damit passend zu seinem Problem, die er nicht an jeder Ecke bekommt. Schreiben Sie etwa 4 bis 6 DIN A4-Seiten und hinterlegen diesen Aufsatz auf Ihrer Website als PDF-Dokument zum downloaden.

Natürlich können Sie auch eine PowerPoint-Präsentation oder sogar ein Video erstellen, wenn Sie sich damit auskennen.

Wenn dieser Köder, den Sie hier auslegen, entsprechenden Geschmack für den „Fisch“ hat, den Sie angeln wollen, dann wird der Kunde sich dieses Dokument herunterladen. Im Gegenzug gibt er Ihnen dafür seine E-Mail Adresse und sein Einverständnis, weitere Informationen von Ihnen zu erhalten.

Auf diese Weise sammeln Sie permanent E-Mail Adressen von „heißen“ kaufwilligen Interessenten. Außerdem können Sie diese beliebig oft erneut kontaktieren bzw. bei ihnen nachfassen. Letzteres ist der alles entscheidende Faktor!

Dieses Nachfassen muss allerdings automatisiert erfolgen, denn manuell ist das in der Praxis nicht machbar.

Sie brauchen daher auf jeden Fall ein vollautomatisiertes Nachfass-System!

Nur so haben Sie die Chance, den Traffic, der auf Ihrer Website ankommt, sinnvoll zu verwerten. Denn von den 3 Prozent, die durchschnittlich direkt bei ihnen kaufen, können Sie nicht leben. Lesen Sie in dem Zusammenhang unbedingt meine Webseite <http://www.kunden-gewinnen-easy.de/>

ZUSAMMENFASSUNG:

- 1. Sorgen Sie dafür, dass Ihre Zielgruppe Sie im Internet findet.**
- 2. Motivieren Sie Ihre Zielgruppe dazu, Informationen von Ihnen anzufordern.**
- 3. Bieten Sie einen kostenlosen Köder an, zum direkten Download.**
- 4. Installieren Sie ein automatisiertes Nachfass-System und benutzen Sie es.**

Wenn Sie jetzt sagen, OK, hört sich alles ganz prima an, aber ich habe keine Ahnung wie ich das umsetzen soll, dann sollten Sie zunächst die Entscheidung treffen, ob Sie sich in die Materie zumindest grundlegend einarbeiten wollen, oder ob Sie alles an externe Dienstleister abgeben wollen.

Aus der Praxis heraus empfehle ich Ihnen eine Mischform. Arbeiten Sie sich grundlegend in die Materie ein, so dass Ihnen niemand ein X für ein U vormachen kann und vergeben Sie dann gewisse Aufträge an externe Dienstleister.

Gerne empfehle ich Ihnen auch meine eigenen Dienstleistungen, zu finden unter <http://www.graebner-it-service.de>

Um sich mit der Thematik vertraut zu machen, empfehle ich Ihnen mein Buch „Automatisch Neukunden gewinnen“, erhältlich zum Preis von 49 Euro unter <http://www.automatisch-neue-kunden-gewinnen.de/>