

Erste-Hilfe Marketingstrategie

1. Notieren Sie Ihre Wünsche, Visionen sowie Ihre Wertvorstellungen. Komprimieren Sie daraus Ziele. Dies ist die Grundlage für Ihr weiteres Vorgehen. Messen Sie alle nachfolgenden Aktionen daran.
2. Notieren Sie, welche Aufgaben Sie für potenzielle Kunden jetzt sofort lösen können und welche Sie bereits erfolgreich gelöst haben. Welche Aufgaben/Probleme löst Ihr (Produkt-)Angebot konkret?
3. Notieren Sie, was Sie mögen (auch privat) – oft ergeben sich aus der Kombination von beruflichem Können und privatem Interesse einzigartige Geschäftsfeldkombinationen mit denen Sie eine Alleinstellung (USP) erreichen können. Notieren Sie das am besten als Substantiv-Verb-Kombination (z.B. „Möbel entwerfen“). Je kleinere Nische um so niedriger das notwendige Budget und um so wahrscheinlicher der Erfolg!
4. Notieren Sie, für welche Zielgruppen/Menschen Sie bisher bereits erfolgreich Probleme/Aufgaben lösen konnten. Sind von diesen Menschen welche bereit, lobende Aussagen niederzuschreiben (Testimonials)?
5. Notieren Sie Menschen, zu denen Sie bereits Kontakt (auch privat) haben/hatten und mit denen Sie gerne zu tun haben. Das ist der Ausgangspunkt für Ihr zukünftiges Netzwerk.
6. Definieren Sie aus den Schritten 2-4 Ihr Angebot.
7. Definieren Sie, für wen Ihr Angebot ein brennendes Problem löst. Schreiben Sie mindestens fünf echte Nutzen auf, die Ihr Angebot diesen Personen bietet.
8. Erstellen Sie einen Text, die Ihr Angebot und dessen Nutzen klar und einfach beschreibt (Elevator-Pitch).
9. Erstellen Sie gutes Bild-/Fotomaterial das Ihr Angebot und dessen Nutzen zeigt.
10. Erstellen Sie Videoclip/s von 1-3 Minute um Ihr Angebot und dessen Nutzen zu zeigen (Erklär-/Imagevideo). Achten Sie auf guten Ton! Veröffentlichen Sie das Material bei YouTube.
11. Erstellen Sie eine einfache Website (Landingpage) auf der Sie Ihr Angebot kurz vorstellen. Bauen Sie Text-, Bild- und Videomaterial aus 8-9 sowie eine klare Handlungsaufforderung ein. Ziel ist entweder der direkte Verkauf (wenn bei Ihrem Angebot sinnvoll und möglich) und/oder das Gewinnen von E-Mail-Adressen. Zudem dient die Website zur Vertrauensbildung. Schalten Sie ggf. Google-AdWords-Anzeigen.
12. Definieren Sie aus 4, 5 und 7 Ihre Zielgruppe. Die Definition muss so klar sein, dass die Zielpersonen anhand Ihrer Beschreibung auch wirklich gefunden werden können. Recherchieren Sie deren Adresse/n.
13. Schreiben Sie einen persönlichen Brief in dem Sie Ihr Angebot kurz vorstellen. Der Brief sollte sauber und einfach gestaltet sein. Wenig Schriftgrößen, serifenlose Schrift (Helvetica/Arial/Futura) für Headlines, Serifenschrift (Times/Sabon ggfls. sogar Courier) für den Text.
14. Schicken Sie diesen Brief an so viele Zielpersonen wie möglich. Schicken Sie den Text auch als E-Mail an die unter 11 gewonnenen Adressen.
15. Schicken Sie weitere Briefe / E-Mails an Ihre Zielpersonen. (Manche reagieren erst beim 3. Mal!)
16. Prüfen Sie die Reaktionen von Interessenten daraufhin, auf welchem Weg sie zu Ihnen kamen. Messen Sie „Mund-zu-Mund-Propaganda“ von Bekannten keine zu große Bedeutung bei.
17. Erstellen Sie einfache aber gute Visitenkarten und/oder Info-Postkarten bzw. Info-Flyer (DIN lang)
18. Treffen Sie sich möglichst persönlich mit Interessenten (Direktkontakt, Seminare bei denen die Zielgruppe teilnimmt, Vereine, Verbände, Selbsthilfegruppen etc.), machen Sie sich bekannt, lernen Sie die Zielperson kennen und präsentieren Sie Ihre Leistungen bzw. Ihr Angebot. Seien Sie immer darauf vorbereitet, eindeutige Preis-/Honorar-Aussagen zu machen.
19. Schreiben Sie mindestens 10 Blogartikel (500-2000 Worte) und veröffentlichen Sie diese mit unterschiedlichem Datum auf Ihrer Website aus 11 – Schreiben Sie weitere Artikel (Abstand ca. 1 Monat)
20. Wenn Sie in sozialen Netzwerken aktiv sind: Posten Sie einen Link mit Anreisser-Text zu den Blogartikeln aus 19 (nicht umgekehrt!)
21. Lernen Sie aus den Kontakten aus 18 und den Rückmeldungen auf Blogartikel aus 19 die wahren Probleme Ihrer Zielpersonen kennen und modifizieren Sie ggfls. Ihr Angebot und Ihre Nutzenargumente.
22. Nehmen Sie Aufträge entgegen.
23. Bleiben Sie konstant, verlässlich, erreichbar und zuversichtlich.
24. Nutzen Sie jeden Erfolg, den Sie aufgrund der Schritte 9 bis 16 erzielen konnten, in Ihrem nächsten Brief an Ihre Zielpersonen.
25. Führen Sie genaue Aufzeichnungen über die zählbaren Ergebnisse Ihrer Kampagne.
26. Hören Sie nie auf, neue Adressen von Zielpersonen zu sammeln. Forschen Sie ständig nach neuen Möglichkeiten, um die Anzahl an Adressen von Zielpersonen zu vergrößern.