



Marketing & Verkaufsstrategie - Teil 4 -

Von
Walter Eisele
Success Service Eisele
Detmolder Str. 240
33175 Bad Lippspringe



© 2013 by **Success Service Eisele – 33175 Bad Lippspringe**

Alle Rechte – auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe sowie der Übersetzung – vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgend einer Form ohne schriftliche Genehmigung des Herausgebers vervielfältigt oder in digitaler Form verbreitet werden.



Inhaltsverzeichnis

• So gewinnen Sie dauerhaft und kostengünstig neue Interessenten	4
• So machen Sie erfolgreich und preiswert Werbung mit Anzeigen	8
• Tischflipchart für professionelle Beratungsgespräche sind das Markenzeichen von erfolgreichen Verkäufern	10
• 2/3 mehr Umsatz durch automatisierte Kundenkontakte	11
• Wie kann man die eigene Leistung besser darstellen und dadurch mehr Aufträge erhalten?	14



So gewinnen Sie dauerhaft und kostengünstig neue Interessenten

Erinnern Sie sich noch an das Beispiel mit dem Paar das sich beim Tanzen trifft. Der Mann bittet die Frau zum Tanz. Er macht ein Angebot.

Analog dazu empfehle ich Ihnen einen Ratgeber auf Ihrer Internetseite anzubieten. Ja, ich weiß, das kostet etwas Mühe, aber glauben Sie mir es lohnt sich. Nachdem sich Ihre erste Skepsis gelegt hat finden Sie auch ein Thema über das Sie (oder ein Autor) schreiben können und was von Nutzen für Ihre Zielgruppe ist.

Das ist Ihr erster Schritt um sich vom Wettbewerb abzuheben. Sie werden von der Zielgruppe als Spezialist oder Experte wahrgenommen und nicht als Verkäufer. Außerdem ist ein Ratgeber ideal für Pressemitteilungen.

Titelseite





Rückseite

Personalisierung mit

- Individuelle Dienstleistungen/Stärken
- Foto
- Anschrift
- Telefon
- Telefax
- E-Mail
- Internet

- Ziel:
- Kontakt zur Zielgruppe herstellen
 - Infodefizite bei der Zielgruppe schließen
 - Der Anbieter / Verkäufer hebt sich von den Wettbewerbern ab
 - In der Augen der Zielgruppe wird der Handelsvertreter als Spezialist und nicht als Verkäufer wahrgenommen.

Bevor der Interessent die Chance hat, sich auf etwas zu fokussieren, das möglicherweise nachteilig ist, bestimmen Sie die Richtung worauf der Interessent seine Aufmerksamkeit richtet. Ohne das Sie beim Kunden sind, teilen Sie ihm die Vorteile Ihres Angebotes mit. Damit vergleicht er nun auch Wettbewerber. Dies ist ein entscheidender psychologischer Vorteil für Sie. Bevor Sie persönlichen Kontakt mit den Interessenten haben, sind mögliche Einwände schon entkräftet.



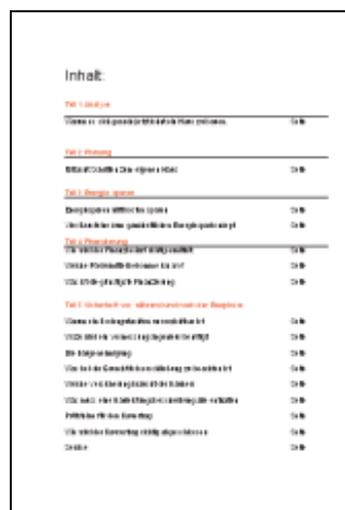
Personalisierter Flyer mit Anforderungscoupon für Ratgeber

Insbesondere auf Messen und Ausstellungen empfehle ich den Einsatz von einem Flyer um an die Adressen der Interessenten zu gelangen. Die Interessenten erhalten das Objekt der Begierde (Ratgeber) per E-Mail oder Post nachdem sie den Coupon ausgefüllt haben. So bekommen nur ernsthafte Interessenten Ihren Ratgeber.

Vorderseite



Rückseite



Ihre individuelle Angaben:

- Name
- Vorname
- Firma
- Straße
- Telefon
- Fax
- Handy
- E-Mail
- www.IhreFirma.de



Einsatzmöglichkeiten:

- Postwurfsendung
- Infostände bei Einkaufszentren
- gezielte Verteilung in Wohngebieten
- Auslage in Geschäften
- Zeitungsbeilagen
- Mailings
- Messen



So machen Sie erfolgreich und preiswert Werbung mit Anzeigen

Immer wieder höre ich bei Beratungen, dass die Unternehmer mit dem Erfolg (Rückläufer) von Anzeigen nicht zufrieden und die Kosten außerdem sehr hoch sind. Das liegt daran, dass die Anzeigen meistens keinen konkreten Nutzen bieten. Machen Sie den Test. Lesen Sie einmal den Immobilien-, Kraftfahrzeug- oder Reiseanzeigenteil in Ihrer Tageszeitung. Die wenigsten Anzeigen bieten einen Anreiz mit konkretem Nutzen. Probieren Sie es einfach aus. Bieten Sie in Ihre Anzeige etwas (für den Interessenten nützlich) kostenlos an, indem er Ihnen gerne seine Daten hinterlässt.

Hiermit heben Sie sich von Ihren Mitbewerbern ab. Alle Anzeigen in der Zeitung sind fast gleich. Wo soll ein Interessent anrufen? Mit diesen Anzeigen haben Sie ein Alleinstellungsmerkmal.



Mini-Landing-Pages im Internet sorgen für 365 Tage rund um die Uhr für neue Interessenten

Zu einem Kunden-Sog-System gehört immer eine Homepage auf der die Besucher die Möglichkeit haben einen Ratgeber anzufordern. Der Anforderungsprozess muss automatisch laufen, das heißt nach Eingabe von Name und E-Mail-Adresse des Interessenten wird sofort eine E-Mail mit der entsprechenden PDF-Datei (Ratgeber) verschickt. Die Adresse erhält dann Folgemails per Autoresponder-Software. Nicht vergessen, Ihr Interessent muss seine Einwilligung für die Folgemails erteilen.

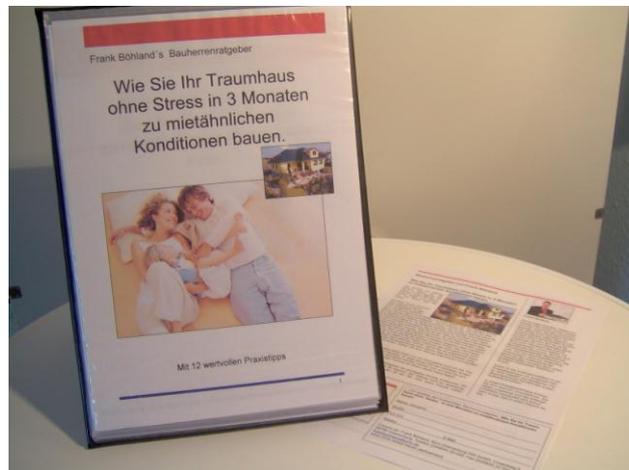
The screenshot shows a landing page with the heading "Wollen Sie stressfrei bauen?". Below the heading is a form titled "BAUHERREN-RATGEBER". The form includes fields for "Adresse*", "Vorname*", "Name*", "Strasse*", "PLZ/Ort*", "Land*", "E-Mail*", "E-Mail nochmals*", "Telefon*", "Fax*", and "Wie haben Sie von uns gehört:". There are "Senden" and "Zurücksetzen" buttons at the bottom of the form. A red arrow points from the "E-Mail*" field to the right.



Anforderungsformular für Ratgeber mit Link auf Ihre persönliche E-Mail-Adresse. Die Anfragen gehen direkt bei Ihnen per E-Mail ein.



Tischflipchart für professionelle Beratungsgespräche sind das Markenzeichen von professionellen Verkäufern



Systematisch und überzeugend präsentieren bringt mehr Image, Umsatz und Gewinn! Sofort einsatzbereit: Einfach aufklappen, aufstellen und präsentieren.

In Verbindung mit dem **Flyer** generieren Sie sehr einfach Adressen von Interessenten. Material: PVC-Folie vollflächig mit extra starker Pappe verklebt und buchbinderisch verarbeitet.

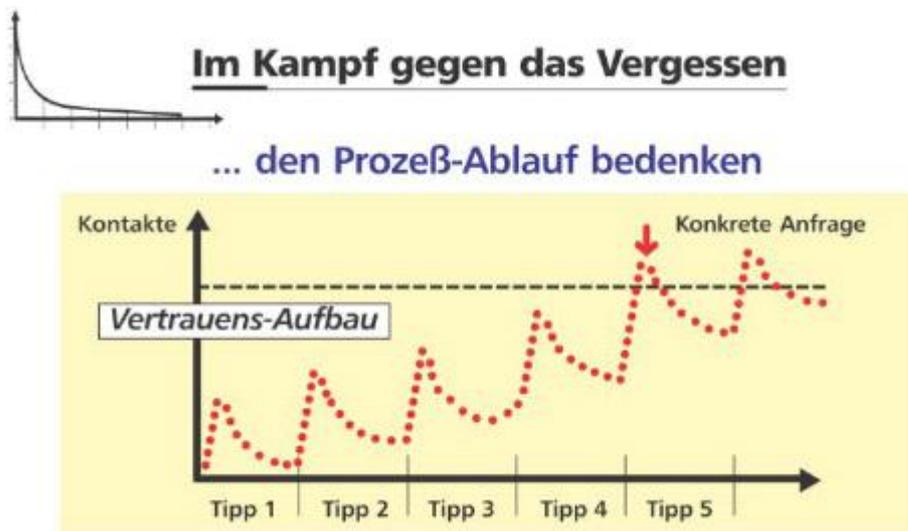
DIN A4 hoch

- Einsatz bei Messen oder Info-Ständen in Einkaufszentren
- Leichter Kontaktaufbau mit der Zielgruppe
- Interessent kann Broschüre überfliegen
- Bei Interesse an Broschüre Coupon in Flyer ausfüllen lassen



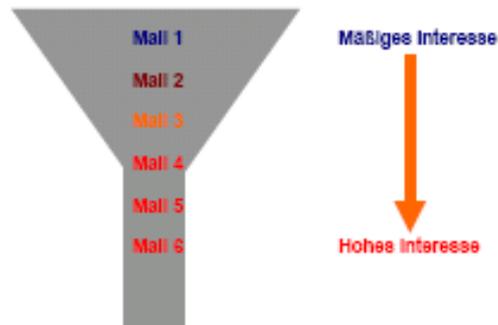
2/3 mehr Umsatz durch automatisierte Kundenkontakte

Um bei sehr kritischen Interessenten Vertrauen aufzubauen sind zwischen 5 bis 10 Kontakte nötig. Durch Einsatz von einer Autoresponder-Software und entsprechend vorgefertigten E-Mails kann dieser Prozess automatisiert werden. Selbstverständlich können auch herkömmliche Briefe verschickt werden.





Per E-Mail oder Brief muss Schritt für Schritt Vertrauen beim Interessenten aufgebaut werden. Nach und nach durchläuft der Interessent die verschiedenen Stufen: Zielgruppe, Wissens-Interessent, Kauf-Interessent, Kunden und Stammkunde. Dieser Prozess wiederholt sich immer wieder und keine Phase darf ausgelassen werden.



Zusätzlich zu den personalisierten Mailings per Autoresponder müssen auch News-Letter nach einem bestimmten Schema verschickt werden.

Versandmonat:	Leser A	Leser B	Leser C
Januar	Newsletter # 1		
Februar	Newsletter # 2	Newsletter # 1	
März	Newsletter # 3	Newsletter # 2	
April	Newsletter # 4	Newsletter # 3	Newsletter # 1
Mai	Newsletter # 5	Newsletter # 4	Newsletter # 2
Juni	Newsletter # 6	Newsletter # 5	Newsletter # 3
Juli	Newsletter # 7	Newsletter # 6	Newsletter # 4
August	Newsletter # 8	Newsletter # 7	Newsletter # 5
September	Newsletter # 9	Newsletter # 8	Newsletter # 6
Oktober	Newsletter # 10	Newsletter # 9	Newsletter # 7
November	Newsletter # 11	Newsletter # 10	Newsletter # 8
Dezember	Newsletter # 12	Newsletter # 11	Newsletter # 9
Januar		Newsletter # 12	Newsletter # 10
Februar			Newsletter # 11
März			Newsletter # 12



Muster für Versandrhythmus mit Autoresponder

Gratis Ratgeber *“Die 7 häufigsten Fehler bei Buchung von Seminar – und Tagungshotels und wie Sie sie vermeiden“*

Nr. E-Mail	Betreff	Versand-rhythmus	Dateianhang
	Ihr angeforderter Ratgeber	Sofort nach Anmeldung	E-Book
	Haben Sie den Ratgeber schon gelesen?	3 Tage nach Anmeldung	
	So erstaunlich sind die Unterschiede bei Preis und Service	5 Tage nach Anmeldung	
	Plötzlich haben Sie mehr Zufriedenheit bei Ihren Tagungsteilnehmern	7 Tage nach Anmeldung	
	Persönliche Wunschanalyse	8 Tage nach Anmeldung	Fragebogen



Wie kann man die eigene Leistung besser darstellen und dadurch mehr Aufträge erhalten?

Nehmen wir einmal als Beispiel ein Fernsehgeschäft. Es verkauft Fernseher, HiFi-Anlagen, Antennen und Sat-Analgen. Außerdem werden Installationen vor Ort durchgeführt. Die meisten Kunden wissen jedoch nicht, was das Unternehmen alles bietet und welchen Nutzen sie davon haben können. Jedes Unternehmen hat neben den reinen Produkten **PLUS-Leistungen** die dem Kunden einen **Mehr-Nutzen** in den Bereichen: **wirtschaftlicher Nutzen**, **produkttechnischer Nutzen** und **Erlebnis-Nutzen** bringen

Schauen wir uns das einmal im Detail an:

PLUS-Leistungen rund um das Thema Fernsehen / DVD wofür das Fernsehhaus - aufgrund seiner Stärken am attraktivsten ist und es sofort einen Marktvorsprung besitzt.

- > Hotline
- > schneller Kostenvoranschlag
- > Fernsehreparatur (innerhalb 24 Std. bei Anlieferung)
- > 3-Tages Fernsehreparatur
- > Leihgeräte
- > Gratisreparatur mit Wartungsvertrag
- > Wertgarantie
- > Schutzbrief
- > Finanzierung



- > Entsorgung von Kundenaltgeräten
- > Geräte aus Rücknahmen
- > Reparatur aller Geräte (egal wo gekauft)
- > Abhol- und Zustellungsservice
- > Liefer- und Sendereinstellservice
- > Geräteeinweisung mit Checklisten

1. **(Mehr-) Nutzen** erarbeiten und anbieten

- **wirtschaftlicher Nutzen** (z. B. Kosten, Rendite....)

- > Geräte-Schutzbrief/Wartungsvertrag
- > Wertgarantie
- > Finanzierung

- **produkttechnischer Nutzen**

- > Reparatur aller Geräte egal wo gekauft z. B. ALDI
- > Geräte aus Rücknahmen
- > Metz-Geräte (mehr Programme ohne Zusatzgerät)

- **Erlebnissenutzen** (z.B. wohl fühlen, besser schlafen, Sicherheit)

- > faire und verständliche Beratung
- > exzellenter Service
- > Hilfe bei Sonderwünschen
- > Hotline
- > Abhol- und Zustellservice
- > Liefer- und Sendereinstellservice
- > Geräteeinweisung mit Checklisten



- > schneller Kostenvoranschlag
- > Fernsehreparatur innerhalb von 24 Std. (bei Anlieferung)
- > 3-Tages-Fernsehreparatur
- > Leihgeräte
- > Entsorgung von Kundenaltgeräten
- > Objektbeschallung

Die oben genannten Punkte wurde zwar alle gemacht, jedoch nicht aktiv kommuniziert. Erst im Zuge einer strategischen Beratung wurden diese Vorteile erkannt und danach auch kommuniziert.



Auf der Homepage kann ein Ratgeber angefordert werden. Danach folgt automatisch eine Serie von E-Mails (Autoresponder) um systematisch das Vertrauen aufzubauen. Die Homepageadresse wird regional mit Anzeigen und Plakaten beworben.

Grundsätzlich gilt immer der Ansatz Problem, Lösung und Nutzen. Die eigentliche Herausforderung ist jedoch sich einmal die Zeit zu nehmen und darüber ein Brainstorming oder einen Workshop mit den Mitarbeiter oder



auch Kunden zu machen um herauszufinden, welchen Nutzen ein bestimmter Service für eine Zielgruppe überhaupt bringt. Wenn man das tut kann sich auch hinterher das Ergebnis sehen lassen, wie bei dem folgenden Beispiel eines Großhändlers für Gitterroste.

Unser Erfolgsservice für alle Schlosser und Metallbauer.

7 Leistungsangebote für Ihren Erfolg

Der garantierte Schaefers-Service	Ihre vielen Vorteile
1. Persönlicher Ansprechpartner von der Anfrage bis zur Lieferung	• Sie sind bekannt und das spart Zeit • Weniger aufwändiges Erklären • Gute fachliche Beratung
2. Schriftliches Angebot am gleichen Tag. Spätestens innerhalb von 24 Stunden	• Sie können das Angebot schnell weiter geben • Bessere Einhaltung von Angebotsabgabeterminen • Mehr Zuverlässigkeit gegenüber Ihren Kunden
3. Großes Namprogramm für Gitterroste, Treppenstufen, Matten, Lichtschachtroste. Bis 11 Uhr bestellt, am nächsten Tag bei Ihnen	• Sie können kurzfristig liefern • Sie sparen Lagerraum und -kosten • Bessere Personaleinsatzplanung • Mehr Kundenzufriedenheit und Empfehlungen
4. Gitterrost-Maßenfertigungen innerhalb 15 Arbeitstagen oder noch schneller mit unserem Express-Service	• Gelassenheit durch sicheren Liefertermin • Einhaltung der Montageterminen • Termingerechte Baubschritte • Keine Konventionalstrafen • Schnellere Zahlung Ihrer Kunden
5. Frei Haus Lieferung	• Klare Kalkulationsbasis • Keine Mindestbestellmengen • Keine versteckten Mehrkosten
6. Qualitätsgarantie	• Bessere Optik – immer frisch verzinkte Ware • Fertigung nach RAL und DIN-Vorschriften • Zufriedenere Auftraggeber
7. Stammkundenkonzept*	• Bessere Erträge • Neue Kunden leichter gewinnen • Ein Auftrags-Vorrat mit Abrufsystem aufbauen

Die Abbildung zeigt die Kurzform für einen Flyer.



Und hier die Langform für einen DIN A4 Prospekt.

DER ERFOLGSSERVICE

2. Einfache und schnelle Anfrage und Bestellung mit übersichtlichen Faxformularen

Das Problem
Neben dem eigentlichen Tagesgeschäft bleibt wenig Zeit für Organisation und Büroarbeit. Überstunden lassen sich oft nicht vermeiden.

Die Lösung
Einfache Abwicklung mit speziellen Schaufens-Faxformularen für:
Press-Gitterroste (P) Lagerprogramm
Gitterroste Sonderanfertigung
GFK-Gitterroste
Blechprofilroste
Spindeltrappen

Ihr Nutzen

- Zeitsparung und weniger Überstunden
- Weniger Stress durch Übersichtlichkeit
- Automatisch korrekte Bestellungen
- Keine zeitintensiven Rückfragen

Anfrage- und Bestellformulare

Kopiervorlage zum Faxen
Fax-Nr. / 03 76 76

Press-Gitterroste (P)
Lagerprogramm

Heute bis 11.00 Uhr bestellen
morgen geliefert

Frei Haus incl. Verpackung + M

Anfrage

Die Erfahrung zeigt, dass es wichtig ist alle Vorteile die sich für den Kunden ergeben auch zu kommunizieren, weil der Kunde den Nutzen für ihn nicht immer sofort erkennt.