

Erfolgreiches Marketing muss nicht kompliziert sein

Gute Ideen statt großer Budgets

Jede Existenzgründung steht und fällt mit den Kunden. Wo keine Kunden sind, können auch keine Einnahmen generiert werden. Um Kunden zu gewinnen, ist ein erfolgreiches Marketing notwendig. Im Vorfeld einer Existenzgründung sollte man sich deshalb mit seinem eigenen Angebot, der potenziellen Zielgruppe sowie originellen Ideen für die eigene Außendarstellung beschäftigen, rät Thomas Meister von der Wolfgang Sievert Steuerberatungsgesellschaft mbH.

Produkt muss begeistern

Wenn Sie sich zunächst einmal Ihr eigenes Angebot anschauen, würden Sie dann als Kunde dieses Produkt selbst kaufen? Hinterfragen Sie Ihre Dienstleistungen oder Produkte konsequent aus Kundensicht. Ideal sind natürlich tolle Produkte und Dienstleistungen, die gut beschrieben und verpackt sind. Produkte und Dienstleistungen müssen einen Kunden begeistern und / oder helfen, seine Probleme zu lösen. Zum Stichwort „begeistern“ reicht ein Blick zu Apple, die mit ihren Produkten regelmäßig einen Run auslösen. Kunden möchten also möglichst selbst erklärende und schicke Produkte, die zu ihren Bedürfnissen passen. Und genau dies gilt es zunächst einmal herauszuarbeiten und in den Vordergrund zu stellen.

Wer ist die Zielgruppe?

Im Zusammenhang mit der potenziellen Zielgruppe sollten Sie sich also die Frage stellen, wen Sie konkret ansprechen möchten und welche Bedürfnisse dieser

Kunde hat. Kommen mehrere Zielgruppen in Frage, konzentrieren Sie sich zunächst einmal auf diejenigen, die am ehesten und schnellsten bei Ihnen einkaufen. Hierzu ist es selbstverständlich ratsam, schon über Hintergrundwissen in der Branche zu verfügen. Die besten Kunden sind die, die von selbst auf einen zukommen. Damit Sie aber überhaupt ein Standing im Markt entwickeln, sollten Sie parallel über mehrere Wege den Markt „bearbeiten“.

Marketing per Netzwerk

Die folgenden drei Beispiele haben als Voraussetzung, dass Sie Ihre Angebotsqualität kennen und steigern, dass Sie ein attraktives Produkt- bzw. Dienstleistungssystem Ihr Eigen nennen und dass Sie mit einer Datenbank arbeiten, um einen gewonnenen Kontakt nicht mehr zu verlieren. Für das Standing im Markt spielt das Netzwerkmarketing eine Hauptrolle. Für



Thomas Meister

Ihre Neukundengewinnung ist es wichtig zu wissen, wo Sie potenzielle Kunden, Multiplikatoren oder Partner antreffen. Führen Sie persönliche Gespräche mit ihnen, bauen Sie Kontakte auf, unterhalten Sie sich und bringen Sie sich somit nachhaltig als Unternehmerpersönlichkeit in Erinnerung.

Marketing per Kooperation

Die zweite Säule zur Marktbearbeitung kann das Kooperationsmarketing sein. Auf der Suche

nach einem Kooperationspartner sind Sie auf der Suche nach jemandem, der die Leute kennt, die Sie als potenzielle Kunden kennen lernen möchten. Hier gehen Sie also nicht unmittelbar auf die Zielgruppe zu, sondern über den Kooperationspartner und dessen Empfehlung. Allerdings müssen Sie selbst dem Kooperationspartner ebenso etwas Interessantes, wie z.B. ein tolles Produkt, anbieten und selbst attraktiv sein (Stichwort Netzwerkmarketing).

Marketing per Event

Ein Eventmarketing-Projekt sollten Sie nicht nach der Anzahl der erschienenen Teilnehmer beurteilen, sondern wie viel Umsatz Sie damit generiert haben. Dabei ist die Qualität der Anwesenden höher zu bewerten als die Quantität. Auch hier gilt, dass das, was bei einem solchen Event gesagt wird, beim Publikum den Bedarf an den eigenen Produkten oder Dienstleistungen wecken muss, um Erfolg zu haben. Im Anschluss an ein solches Event ist die Nachfassaktion der entscheidende Baustein, um den Verkauf abzuschließen. Selbst bei Teilnehmern, mit denen kein Abschluss gemacht wurde, wie reine Interessenten oder die Presse, haben Sie sich mit einem gelungenen Event nachhaltig in Erinnerung gebracht (Stichwort Netzwerkmarketing).

Versuchen Sie, einzigartig in Ihrer Unternehmerpersönlichkeit sein. Achten Sie auf die Außergewöhnlichkeit Ihrer Produkte und nutzen Sie gute Ideen und Emotionen statt großer Marketingbudgets. ■

