

zehn

wertvolle

marketing tipps

für dein Business





eins marketing

Marketing ist ein Mittel zu mehr Sichtbarkeit, Bekanntheit und Reichweite. Es sorgt dafür, dass du deine Wunschkunden anziehst und bindest.

Oft wird die Bedeutung einer Marketingstrategie unterschätzt. Es ist inzwischen fast unmöglich, Interessenten / Kunden ohne gezielte, qualitativ hohe Werbemaßnahmen zu erreichen und Umsätze zu generieren. Erhält das Marketing zu wenig Aufmerksamkeit, kann dein Business trotz einer genialen Grundidee schnell scheitern.

Dein Business sollte sich durch dein Alleinstellungsmerkmal von der Konkurrenz abheben, um sich am Markt von Beginn an gut zu positionieren. Dein Design – deine Wirkung nach Außen – zeigt wie viel Wert du darauflegst und vermittelt deinen Kunden Qualität.

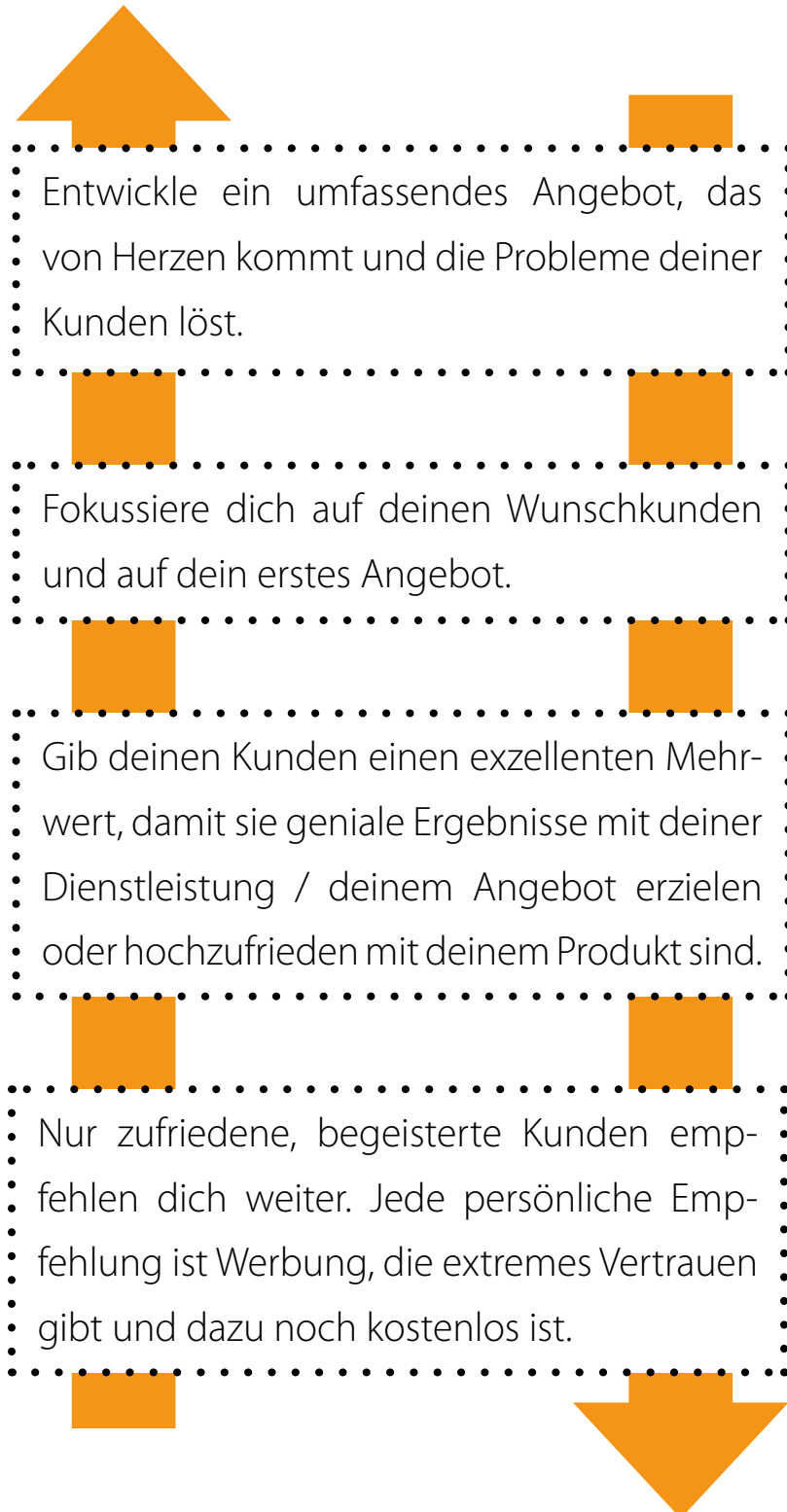
Wieviel Marketing braucht es?

Die meisten tüfteln ewig an ihrem Produkt oder ihrer Dienstleistung, die sie anbieten oder bieten einen Bauchladen an. Dein Angebot muss nicht perfekt sein, bevor du startest. Es soll nur gut genug sein – verbessern kannst du es immer noch. Konzentriere dich erst einmal auf ein Thema, eine Zielgruppe und beginne mit dem Marketing. Später kannst du immer noch weitere Themen oder Produkte dazu nehmen. Erst einmal geht es darum Kunden zu generieren – denn ohne Kunden kein Einkommen.

.....
: Erfolgreiche Unternehmen verwenden :
: 60% bis 80% ihrer Zeit für's Marketing! :
.....



eins marketing



zwei marketingkanäle

Nutze verschiedene Werbekanäle optimal aus. Überlege dir wo sich dein Wunschkunde aufhält. Nur wenn du deinen potenziellen Kunden kennst, kannst du deine optimalen Werbekanäle wählen.

Überlege dir auch, welche Marketingkanäle zu dir passen. Es ist sehr wichtig, dass du dich damit wohl fühlst, damit du authentisch wirkst und deine Kunden dir vertrauen.





drei wunschkunde

Überlege dir genau welche Kunden du haben willst. Kein Business kann alle Kunden bedienen. Deshalb sei mutig und lege dich auf deinen Wunschkunden fest und definiere ihn genau.

Mach dir eine Liste oder ein Schaubild und zeichne in die Mitte deinen Wunschkunden. Beantworte alle diese Fragen und notiere die Antworten.

Welche Probleme & Wünsche hat dein Wunschkunde?

Denn du bietest die Lösung für seine Probleme an. Es ist erwiesen, dass das menschliche Gehirn auf Probleme reagiert. Zeige dem Kunden sein Problem, damit er das Gefühl bekommt: „Ja, ich werde verstanden“. Dann gib deinem Kunden die Lösung für sein Problem. Du machst dich damit unentbehrlich.

Wer ist dein Wunschkunde?

Geschlecht | Alter | Einkommen | Beruf | Familienstand | Wohnort ...

Was hat er für einen Charakter? Wie tickt dein Wunschkunde?

Werte | Emotionen | Energie | Erwartungen | Ziele ...

Welche Interessen hat dein Zielkunde?

Hobbys | Bücher | Workshops | Sport | Ernährung | Umwelt ...

Wo hält sich dein Wunschkunde auf - online & offline?

Welche Online-Kanäle nutzt er? Wo verbringt er seine Freizeit? ...

Berühre in deinem Marketing das Herz deiner Interessenten und sie werden zu deinen Kunden. **Triff deinen Wunschkunden genau ins Herz.**

Nimm die Perspektive deines Wunschkunden ein. Ihm muss dein Angebot gefallen! Nur wenn du deine potenziellen Kunden kennst, weißt du wo er sich aufhält und wie du ihn optimal ansprechen kannst.



vier marktanalyse

Eine **Marktanalyse** zu erstellen, ist sehr interessant und hilfreich.

Finde deine Keywords und nutze sie. Es ist ein MUSS seine Keywords zu kennen und den Content darauf abzustimmen, damit dein Wunschkunde dich findet.

Keywords sind Begriffe oder Satzteile, die User in Suchmaschinen eingeben.

Mach dir eine **Liste mit 30 bis 50 Keywords**, die dein Wunschkunde suchen würde. Versetze dich dazu ganz in deinen Wunschkunden. Welche Wörter, Formulierungen oder Fragestellungen würde er suchen oder verwenden deine Kunden in Gesprächen?

Gebe diese Wörter in Google ein. Probiere auch aus die gefundenen Wörter in eine andere Reihenfolge zu setzen, zusammen zu schreiben, mit Bindestrich einzugeben oder eine andere Schreibweise zu wählen. Es gibt immer wieder andere Ergebnisse.

So findest du nicht nur Keywords, sondern auch deine Mitbewerber. Schau auf ihren Seiten nach den Worten, die sie benutzen.

Verwende zusätzlich ein **Keyword Tool**. So siehst du welche Synonyme User bei ähnlichen Suchanfragen eingeben und wo die Prioritäten liegen.

Ich empfehle dir dazu

keyword-tools.org/



KEYWORDTOOLS.org
powered by seobility

Diese Keywords sind relevant für jeglichen online Content, den du erstellst, egal ob auf deiner Website, in social media oder eBooks.

Besonders wichtig ist die Verwendung in deinen knackigen Überschriften. Die Gewichtung in deinen Texten - die optimale Keyword-dichte - liegt bei ca. 2 bis 4 Prozent. Mehr nicht, denn Google straft zu viele Keywords mit einem Ranking Verlust ab.



fünf mindset

Fang an Marketing zu lieben! Es macht dich mit der richtigen Einstellung erfolgreich. Wenn du daran denkst, dass Marketing für dich lästig ist, dir die Ideen fehlen, du Angst davor hast zu nerven oder dass es dich zu viel Zeit kostet – wird es nicht funktionieren.

Alles ist Marketing!

Jeder Kontakt mit anderen Personen, jede Kommunikation, jeder Post auch in deinem privaten Profil – selbst, wenn du deiner Freundin oder deinem Freund ein bestimmtes Konzert schmackhaft machen möchtest – ist das Marketing. **Du machst viel mehr Marketing als dir bewusst ist.** Achte einfach einmal darauf was du täglich in Interaktion mit anderen Menschen tust und welche Wirkung das hat. Du wirst feststellen, du bist schon ein Marketing Experte.

Richte deine Gedanken aus und fühle dein „Warum“. Deine Gedanken sind wirkende Kräfte und dein „Warum“ gibt dir Energie. Deine Energie und deine Ausstrahlung übertragen sich auf andere. Sei jetzt schon dankbar für all das was du erreichen wirst. Sieh es vor dir als ob es schon Realität ist. Durch die Ausrichtung deiner Gedanken fügen sich die Ereignisse, Ideen und Aktionen zusammen. Du begegnest Menschen, die dir die richtigen Tipps geben. Du stolperst über Bücher, Beiträge oder sonstige Informationen, die gerade für dich wichtig sind. Und auf einmal kommt genau das Geld, das du brauchst, um vielleicht einen für dich wertvollen Workshop zu besuchen.

Verabschiede dich von deinen negativen Gedanken, Ängsten und limitierenden Glaubenssätzen.

Denke positiv und sei jederzeit erfüllt von Dankbarkeit. Stell dir die Konsequenzen für deine Kunden und Interessenten vor, wenn du sie nicht erreichst und ihnen deine wertvollen Angebote nicht unterbreiten kannst – ihre Probleme nicht lösen kannst.



sechs content

Content-Marketing ist eine Marketing-Technik, die mit informierenden, beratenden und unterhaltenden Inhalten die Zielgruppe ansprechen soll, um sie vom eigenen Unternehmen und seinem Leistungsangebot oder einer eigenen Marke zu überzeugen und sie als Kunden zu gewinnen oder zu halten. (wikipedia)

Content-Marketing ist sehr effektiv. Gute Inhalte verkaufen, begeistern und verschaffen Aufmerksamkeit.

Es gibt unendlich viel Werbung, die verspricht Mehrwert zu geben und gibt es letztlich nicht. Hebe dich davon ab und gib deinen Kunden gutes Content-Marketing mit hoher Qualität. Gib ihnen **Inhalte, die wirklich nützlich sind und die Probleme deiner Zielgruppe lösen. Biete wertvollen Content!**

Du ziehst das an, was du ausstrahlst! **Deine Qualität** mit deinem Auftritt (online & offline), deinen Angeboten, deinen Freebies etc. **Deine eigene Wertigkeit zieht auch die Kunden an, die du willst.**

Schreibe knackige Überschriften. Dein Inhalt darf ausführlich sein, doch deine Überschrift muss kurz, präzise und knackig sein. Je besser dir das gelingt, desto erfolgreicher wird dein Content-Marketing funktionieren. Das gilt für deine Blogbeiträge, Posts und E-Mails genauso wie für deine Landingpages, deine Webseite und eBooks.





sechs content

Eine gute Möglichkeit, um deinen **Content abwechslungsreich** zu gestalten sind Interviews mit interessanten Menschen aus deiner Branche. Auch mit Gastartikeln auf anderen Webseiten kannst du deine Reichweite steigern und erreichst User, die dich bisher nicht kannten.

Biete deinen Interessenten einen **Mix verschiedener Medien** an. Die Menschen sind unterschiedlich. Manche lesen gerne Artikel, manche sehen gerne Videos und wieder andere hören gerne Podcasts. Lockere deinen Content mit guten Grafiken oder Screenshots auf.

Veröffentliche regelmäßig deine Inhalte auf den Plattformen, wo dein Wunschkunde sich aufhält und wo du dich wohl fühlst. Kontinuität schafft Vertrauen und bringt dich immer wieder in Erinnerung.

Mit einem **eBook** gibst du ebenfalls wertvollen Content und kannst sehr gut auf dich aufmerksam machen auch außerhalb von social media. Amazon ist dazu eine ausgezeichnete Plattform. Wenn du dir nicht zutraust selbst ein eBook zu schreiben, kannst du auf einen Ghostwriter zurückgreifen.

.....

” Wenn du ein Schiff bauen willst,
dann trommle nicht Menschen zusammen, um Holz
zu sammeln, Aufgaben zu verteilen und
die Arbeit einzuteilen, sondern
lehre sie die Sehnsucht nach dem großen weiten Meer.

Antoine de Saint-Exupery

Was ist Corporate Design überhaupt?

Es ist das Erscheinungsbild – der Wiedererkennungswert, deine Markenidentität, die Summe der visuellen Informationen deines Business. Oft wird unterschätzt wie wichtig dieser Wiedererkennungswert ist.

Gestalte oder lass deine Werbung, Posts, Flyer, Visitenkarten – einfach alles was dich nach außen sichtbar macht – in gleichem Stil gestalten. So sieht jeder sofort, dass es von dir stammt. Große Unternehmen wie Apple, Windows, Google, Facebook, Telekom... setzten das konsequent um.

- Ist der Eckpfeiler der Corporate Identity
- Visualisiert deine Werte, deine Ziele und deine Kompetenz
- Die Voraussetzung für erfolgreiche Werbung
- Es erhöht deinen Bekanntheitsgrad
- Erzeugt einen hohen Wiedererkennungswert
- Gibt Vertrauen in deine Qualität
- Hebt dich von anderen Mitbewerbern ab
- Setzt Synergieeffekte frei
- Ist ein wesentlicher Erfolgsbestimmungsfaktor



Warum brauchst du ein Logo, wenn du sichtbar und erfolgreich werden willst?

Dein Logo ist das Gesicht deines Business – die Krone deiner Corporate Identity.

Das Designelement mit dem du am meisten am Markt wahrgenommen wirst.

Deshalb ist es super wichtig, dass dein Logo zeigt wer du bist, was du machst – **dich widerspiegelt und authentisch ist.**

Es ist der erste Eindruck und jeder weiß wie wichtig der erste Eindruck ist. Er entscheidet darüber ob du interessant wirkst, wie energievoll du bist und dass du Wert auf dich legst. Ein gutes Logo hilft dir, dich von der Konkurrenz abzuheben und die Kunden wissen ob du der/die Richtige für sie bist.

Was braucht dein Logo?

- Es soll kommunizieren wer du bist, wofür du stehst
- Es muss authentisch sein
- Das Design sollte einfach und klar erkennbar sein
- Einen bleibenden Eindruck bei deiner Zielgruppe hinterlassen
- Es braucht Kraft und Energie

Einen einzigartigen Weg zu deinem authentischen Logo findest du hier: logoimpuls.de

Das *gelbe* vom Ei für dein Business **logoimpuls**

Was ist eigentlich der Unterschied zwischen einer Website und einer Landingpage?

Die **Website** repräsentiert dich und deine Leistungen. Auf ihr kannst du dein gesamtes Portfolio präsentieren, informieren, deinen Blog pflegen etc.

Die **Landingpage** ist dafür da E-Mail-Adressen einzusammeln, um diese Interessenten später wieder kontaktieren zu können. Deshalb biete dein Freebie nicht direkt zum download an, sondern verlinke auf deine Landingpage um dein Freebie automatisiert (siehe E-Mail-Marketing) an deine Interessenten zu verschicken.

Website & Landingpage

Vielleicht fragst du dich ob du überhaupt eine Website brauchst. Lohnt sich das, wenn ich auf sozialen Medien poste?

Die Gründe, die für eine Website sprechen sind vielfältig.

Wenn du nur in sozialen Netzwerken sichtbar und zu finden bist, schaffst du kein so großes Vertrauen und wirkst nicht so wertig, wie mit einer Website. Dazu ist nicht jeder auf sozialen Netzwerken aktiv und würde dich über Suchmaschinen nicht so gut finden.

Deine Website macht dich sichtbar. Es geht dir bestimmt auch so, du suchst eine Dienstleistung oder interessante Informationen und was machst du? Du googelst und findest was du brauchst. Das heißt wir entscheiden uns oft online wo wir kaufen wollen. Nur wenn du eine eigene Website hast, wirst du gefunden. **Entscheidest du dich auf diesen wertvollen Vertriebskanal zu verzichten verlierst du potenzielle Kunden.**

Du hast die Möglichkeit – die du unbedingt nutzen solltest - deine zufriedenen Kunden zu präsentieren, deine **Feedbacks sichtbar machen**. Sie verschwinden nicht wieder nach einer gewissen Zeit, wie die Kommentare unter Posts.

Wenn du neu durchstarten willst, dein Business auf eine neue **hochwertige Ebene** heben möchtest oder sichtbarer werden willst brauchst du eine ansprechende und gut designte Website. **Sie ist wie dein Logo ein erster Eindruck und zeigt dich und deine Wertigkeit.**

Mit deiner Website präsentierst du dich. Potenzielle Kunden können dich und dein Business kennenlernen und du kannst über deine Landingpage Kontakte sammeln, die du später wieder kontaktieren kannst und das zu unschlagbaren Konditionen. Denn deine Website ist jeden Tag 24 Stunden erreichbar – welche andere Werbefläche bietet dir das zu dem Preis?

Meinen Kunden empfehle ich [Allinkl](#) als Anbieter für die Domain. Das kostet dich gerade mal 8 Euro im Monat und das mit 5 Domains, kostenlosem SSL-Zertifikat und vielen inklusiven Leistungen.



Mit einer Website kannst du durch deinen Blog interagieren und Beziehungen aufbauen.

.....
: **Brauchst du Unterstützung?** Melde dich bei mir!
: Ich bin gerne für dich da und designe dir eine
: Website oder Landingpage.
:

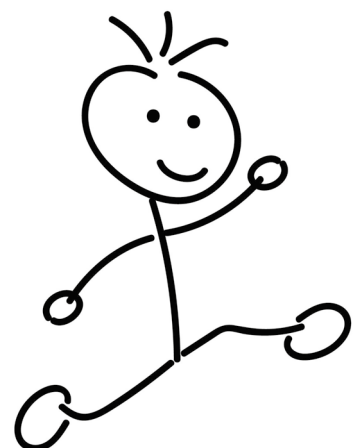


Um wirklich Vertrauen aufzubauen und erfolgreich mit deiner Website oder Landingpage zu sein ist folgendes extrem wichtig:

- Eine professionelle Gestaltung und Umsetzung, denn sie ist dein Aushängeschild und dient deiner Repräsentation und deiner Vorstellung. **Eine schlecht gestaltet Website führt genauso wie jede schlecht gestaltete Marketing Maßnahme zu entsprechenden Rückschlüssen auf dich – auf deine Wertigkeit und gibt kein Vertrauen in deine Qualität.**
- Eine **benutzerfreundliche Struktur**, damit sich deine Interessenten schnell zurechtfinden und bleiben. Die User sind ungeduldig und wollen schnell zum Ziel kommen. Wenn sie lange nach etwas suchen müssen, gehen sie einfach zu deinen Mitbewerbern.
- Dein Corporate Design umgesetzt ist und sich weiterführt.
- Wertvolle informative Inhalte (Content) und die Pflege deiner Inhalte.

Die Pflege deiner Website schützt dich durch Backups vor Datenverlust und Sicherheitslücken.

Fang an!





zehn e-mail marketing

Leite deine Interessenten über deine Posts, deinen Blog oder Online-Werbung auf deine Landingpage oder biete ihnen an regelmäßig über deinen Newsletter wertvolle Informationen zu erhalten. Dadurch erhältst du die E-Mail-Adressen deiner Interessenten und kannst sie automatisiert informieren, Geschenke machen oder sie auf die neuesten Angebote hinweisen.

Im E-Mail-Marketing kannst du gezielt Interessenten ansprechen.

So erreichst du immer die richtige Kundengruppe, für die dieses Angebot gerade besonders interessant ist. Das minimiert Streuverluste.

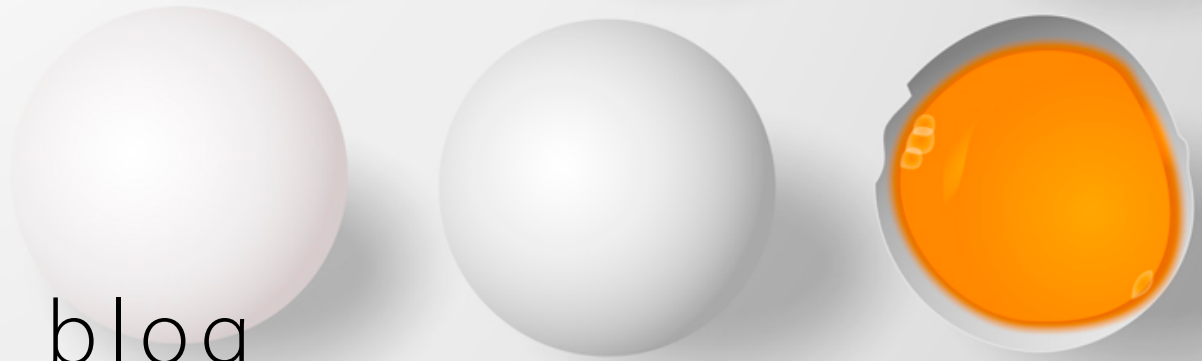
Ein noch sehr wichtiger Punkt, der für das E-Mail-Marketing spricht, ist, dass du deine Interessenten **individuell und persönlich** ansprechen kannst. Die hervorragenden Gestaltungsmöglichkeiten tragen deine Corporate Identity weiter und haben ein großes Potential für emotional erstellte Inhalte.

Du kannst in deinem Newsletter auch auf deine Blogbeiträge hinweisen, neue Angebote vorstellen, ein Freebie anbieten oder eine Umfrage starten. Dazu brauchst du unbedingt einen Autoresponder - eine E-Mailautomatisierung. So bleibst du in Kontakt mit deinen Kunden, sorgst dafür, dass du präsent bist – **bleibst in Erinnerung**.

E-Mail-Marketing gehört mit zu der günstigsten, schnellsten und effektivsten Form Produkte zu bewerben und das mit geringen Streuverlusten.

Hier findest du ein interessantes Webinar wie E-Mail-Marketing funktionieren kann, bei einem deutschen Anbieter: [Quentn Webinar](#)





Ich weiß - es waren nur 10 Tipps angekündigt, doch es war mir wichtig dir noch einen weiteren sehr wertvollen Tipp mitzugeben. Ich denke du hast nichts dagegen.

.....

Schreibe einen Blog!

Ein Blog hilft sehr wettbewerbsfähig zu werden indem du auf Google besser gefunden zu wirst. Wichtige Keywords sind in den Suchmaschinen gelistet. Damit kannst du effektiv Online Marketing aufbauen, deinen **Expertenstatus** herausstellen.

Ein kurzer Aufriss auf sozial media Plattformen gepostet holt deine Interessenten auf deine Webseite. Wichtig ist dabei dasselbe Bild zu verwenden und eine Überschrift zu wählen, die neugierig auf mehr macht. Viele User überfliegen nur, aus diesem Grund muss die Überschrift absolut fesseln. Wenn du im Inhalt des Blogbeitrags einen echten Mehrwert bietest kommen die Interessenten wieder und die Chancen erhöhen sich, dass sie bei dir ein Angebot kaufen.

Überlege dir über was du schreiben willst. Passe deine Beiträge auf deine Zielgruppe an, löse ihre Probleme. Wenn du wissen willst was deine Zielgruppe noch interessiert, kannst du das auch über eine Umfrage herausfinden.

Kategorisiere deine Beiträge, passend zu deinem Business.

Wenn du dir das schon im Vorfeld überlegst ist die Struktur nachher viel einfacher und die Leser finden sich auf deiner Blogseite besser zurecht.

Veröffentliche regelmäßig Inhalte. Am besten einmal die Woche, um ein optimales Ranking zu erzielen und deine Zielgruppe zu erreichen.

über mich

Seit über 15 Jahren arbeite ich als von ganzem Herzen als Grafikerin und vor einiger Zeit habe ich in der Ausbildung zum Impulscoach Methoden kennengelernt, die mein Leben komplett verändert haben und mich zu dem Menschen gemacht haben, der ich heute bin.

Ich habe mich entschlossen diesen Weg weiter zu gehen und in Verbindung mit Grafikdesign einen Mehrwert in das Leben anderer Menschen zu bringen. Dich und andere auf dem Weg in ein erfolgreiches Business zu begleiten, weil ich selbst erfahren habe wie schwierig und wie leicht es sein kann.

Die Idee war geboren... logoimpuls – eine einzigartige, von mir entwickelte mentale Technik, um das persönliche und authentische Logo zu finden und anschließend zu designen.

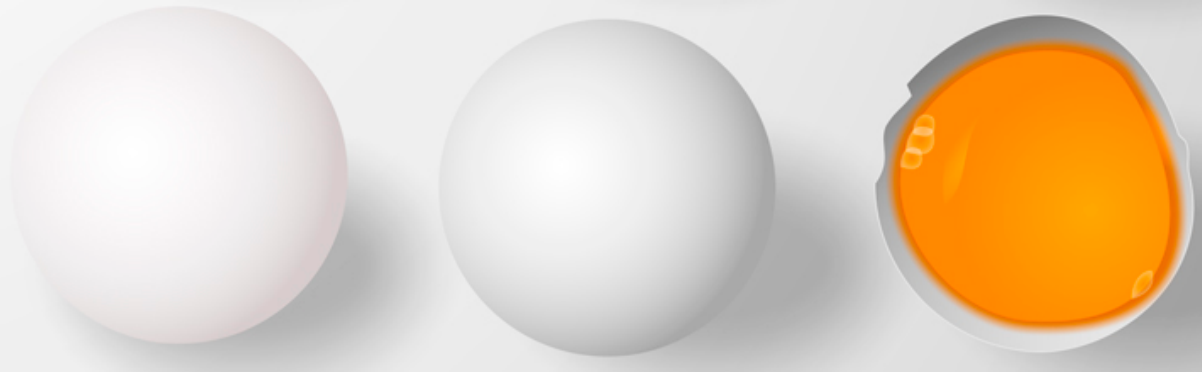
Ich begleite dich mit meinem Wissen und meiner Erfahrung von ganzem Herzen zu deinem persönlichen und authentischen Logo sowie mit zusätzlichen Produkten zu deinem Corporate Design.



Herzliche Grüße

Rita Hartmann





Layout & Grafiken | Inhalte & Texte

Rita Hartmann

logoimpuls by klavira | design

logoimpuls



by

Herausgeber

Rita Hartmann

E-Mail: info@logoimpuls.de

ACHTUNG: Du hast nicht das Recht zum Abdruck oder Verkauf dieser Schrift. Du darfst auch nicht den Inhalt dieser Schrift verbreiten oder verkaufen.

© 2019 logoimpuls Rita Hartmann

Alle Rechte vorbehalten: Kein Teil dieses Reports darf ohne vorherige schriftliche Genehmigung der Autorin reproduziert oder in irgendeiner Form übermittelt werden, weder elektronisch, mechanisch oder in sonst irgendeiner Form. Du darfst den Inhalt, oder Auszüge davon, nicht verkaufen, weitergeben oder anderweitig vervielfältigen bzw. in irgendeiner Form gewerblich nutzen.

Haftungsausschluss und rechtliche Hinweise: Die hierin enthaltenen Informationen stellen die Meinung der Autorin zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dar. Aufgrund der Geschwindigkeit, mit der sich Bedingungen ändern, behält sich die Autorin das Recht zu ändern und zu aktualisieren vor. Der Bericht dient nur zu Informationszwecken. Die Autorin übernimmt keinerlei Verantwortung für Fehler, Ungenauigkeiten oder Auslassungen. Jede Kränkungen von Personen oder Organisationen sind nicht beabsichtigt. Wenn Beratung über rechtliche oder damit zusammenhängende Angelegenheiten erforderlich ist, sollten die Dienste eines vollständig qualifizierten Professionellen gesucht werden. Dieser Bericht ist nicht zur Verwendung als Quelle für rechtliche oder buchhalterische Beratung vorgesehen. Sie sollten sich der Gesetze, welche Geschäftsvorfälle oder andere Geschäftspraktiken in Ihrem Land regeln bewusst sein.

Sprachregelung: Aus Gründen der Lesbarkeit wird im Text auf die geschlechtsspezifische Differenzierung bei den Formulierungen verzichtet. Soweit personenbezogene Bezeichnungen nur in männlicher Form angeführt sind, beziehen sie sich auf Männer, Frauen und Intersexuelle in gleicher Weise.

Bildnachweise:

Eigene Bilder & Illustrationen

Und Bilder & Illustrationen von:

[pixabay](#)

[stock.adobe](#)