

5 Marketing Fehler, die Sie vermeiden sollten



Immer wieder begegnen uns in unseren Coachings, Webinaren und Seminaren Selbständige und Unternehmer, die die gleichen Marketing Fehler begehen – das ist schade, denn damit verschenken sie sich so viel neue Kunden und Umsatz.

5 Marketing Fehler, die wir sehr oft sehen, haben wir hier für Sie zusammengefasst – inklusive einiger Tipps, wie Sie es besser machen können.

Marketing Fehler 1: Lustig, chic, cool – aber nicht verkaufsfördernd

Dieser Marketing Fehler steht nicht umsonst an erster Stelle in unserer Liste. Es ist ganz entscheidend für Ihren Marketing-Erfolg oder –Misserfolg, ob Sie Image- oder Direktwerbung forcieren.

Unsere Kunden sind kleine und mittelständische Unternehmen – hier kann man keine Werbe-Budgets für bloße Image-Werbung vergeuden. Nur mit Direkt-Marketing können messbare Ergebnisse erzielt werden. Sie gewinnen also neue Kunden direkt als Konsequenz auf Ihr Marketing. Setzen Sie sich klare Ziele und messen Sie diese!

Tip: Bauen Sie eine konkrete Handlungsaufforderung in Ihre Marketing-Kampagne ein.

Marketing Fehler 2: Sie haben keine klare Zielgruppendefinition

Um Ihr Marketing strategisch sinnvoll auszurichten und gewinnbringend Ihr Geld hier zu investieren, braucht es Klarheit über die eigene Zielgruppe. Uns begegnen immer wieder (und sehr oft) Unternehmen, die eine zu breite Zielgruppe definiert haben oder gar keine.

Stellen Sie Ihre Kern-Zielgruppe fest! Es ist möglich, dass Sie mehrere Zielgruppen haben, die Sie auf unterschiedliche Weise ansprechen müssen. Mit dem Wissen darüber, wer Ihr Zielkunde ist, was ihn bewegt, welche Probleme er hat usw. können Sie Ihr Marketing wesentlich gezielter ausrichten.



Marketing Fehler 3: Die Auswahl falscher Werbeträger

Haben Sie Ihre Zielgruppe klar definiert, geht es nun daran, geeignete Werbemittel zu finden. Das ist sehr wichtig für den Erfolg Ihrer Marketing-Kampagnen. Oft ist es reiner Zufall, für welche Werbeträger sich ein Unternehmer entscheidet – das vergeudet unnötig Geld! Hinterfragen Sie Ihre derzeit genutzten Werbeträger. Macht es wirklich Sinn eine Zeitungsanzeige im örtlichen Blatt zu schalten? Oder in den Gelben Seiten vertreten zu sein?

Fragen Sie sich:

- Ist der Streuverlust zu groß?
- Ist Ihre Zielgruppe wirklich da aktiv, wo Sie werben?
- Passt das Preis-Leistungs-Verhältnis? Vergleichen Sie!
- Fällt Ihre Werbebotschaft ins Auge?

Marketing Fehler 4: Keine Messbarkeit und Erfolgskontrolle

Die wenigsten Firmen messen tatsächlich Ihre Marketing-Erfolge bzw. –Misserfolge. So fliegen marketingtechnisch quasi im Blindflug und können nicht objektiv beurteilen, welche Marketing-Instrumente wirksam sind und welche nur Ihr Geld verschwenden.

Haben Sie ein lokales Ladengeschäft sollten Sie Ihre Kunden fragen, was sie zu Ihnen geführt hat – genauso am Telefon, wenn ein neuer Kunde anruft. Nutzen Sie Google Analytics um auf Ihrer Website bspw, zu messen, woher Ihr Traffic (Besucher) kommt, worauf geklickt wird usw.

Marketing Fehler 5: Ihre Werbemittel sind schön, verkaufen aber nicht

Ja, es ist wichtig, dass eine Website, eine Broschüre oder sonstiges professionell aussieht und Ihr Unternehmen nach außen entsprechend darstellt. Oft sehen wir aber Werbemittel mit der Sie eher „in Schönheit sterben“ als Ihre Umsätze zu steigern. Marketing muss vor allem eins: Ihre Werbebotschaft übermitteln. Ansonsten nutzen Ihnen viele Website-Besucher nichts, wenn Ihre Umwandlungsquote zu niedrig ist.

Das wichtigste ist, den Nutzen für den Interessenten direkt und ganz klar zu vermitteln. Sie müssen Ihre potenziellen Kunden oft innerhalb weniger Sekunden packen, sonst ist das Interesse wieder weg.



Über die Autoren

Elisabeth & René Penselin

Elisabeth und René Penselin sind Gründer und Begleiter zahlreicher Unternehmensprojekte, die sie in den letzten 15 Jahren in unterschiedlichen Funktionen, ob als Geschäftsführer, Marketingleiter, Trainer, Unternehmensberater oder Vertriebsmanager erfolgreich unterstützt haben.

Ursprünglich kommt René Penselin aus der Betriebswirtschaft und dem klassischen Verkauf, wo er lange Jahre als Manager in Handel und Industrie tätig und für 24 Millionen Euro Umsatz verantwortlich war. Elisabeth Penselin kommt aus der Kommunikationspsychologie und spezialisierte sich schnell für das Onlinemarketing.

Sie selbst haben 2009 das Unternehmen WiPeC gegründet und von heute auf morgen komplett über das Internet aufgebaut. Mittlerweile gewinnen sie 80% Ihrer Kunden online, besitzen mehrere florierende Internet-Projekte, ein erfolgreiches Mitgliederprojekt sowie ein fünfköpfiges Mitarbeiter-Team.



Als Unternehmensberater, Trainer und Coaches unterstützen sie heute kleine und mittelständische Unternehmen sowie Freiberufler bei der Kundengewinnung im Internet – deutschlandweit, sowie in der Schweiz und Österreich.



Ihre Kunden schätzen zum einen ihren großen Erfahrungsschatz im Online Marketing und Verkauf, als auch ihre herausragenden und professionell ausgebildeten Beraterfähigkeiten, mit Kunden gemeinsam die passende Onlinestrategie zu entwickeln und dann auch in die Praxis umzusetzen.

Mit ihrem Team aus Social Media und Content Managern, IT-Experten und Webdesignern bieten sie die optimale strategische Beratung sowie deren professionelle Umsetzung für mehr neue Kunden über das Internet.

Elisabeth und René Penselin führen ihr Unternehmen nach dem Motto „nicht fragen, geht das, sondern: wie geht das?“.

Kontaktieren Sie das WiPeC-Team!

Eine detailliertere Beschreibung der WiPeC-Dienstleistungen finden Sie auf ihrer Website www.kundengewinnung-im-internet.com.

Wenn Sie Fragen zu ihren Dienstleistung haben, dann rufen Sie das WiPeC-Team an unter 0351. 843 58 41 an oder schicken Sie ihnen eine E-Mail an info@wipec.de

Das Team freut sich, wenn sie auch Ihre Unternehmensentwicklung positiv stärken kann!



Impressum

WiPeC – Experten für Vertrieb & Marketing 2.0
Elisabeth & René Penselin

Kronenstraße 61
D-01129 Dresden

Fon: +49 (0) 351. 843 58 41
info@wipec.de

www.kundengewinnung-im-internet.com
www.wipec.de
www.facebook.com/wipec



© Dmitry Fisher / Fotolia.com

