

## Regionales Marketing – 5 Schritte zur eigenen regionalen Marketingkampagne



Gerade für kleinere Unternehmen gestaltet es sich nicht einfach, sich am lokalen Markt langfristig zu behaupten. Oft arbeiten Selbständige eher im anstatt am Unternehmen. Es fehlt die Zeit, sich mit wirkungsvollen Marketingkampagnen zu beschäftigen, die strategisch Sinn machen und dabei keine riesigen Summen verschlingen.

Viele kleine, lokale Unternehmen greifen daher auf die altbekannten Werbemittel zurück, ohne dabei planvoll vorzugehen oder sich zu hinterfragen, ob das überhaupt neue Kunden bringt. Gerade für regionale Anbieter gibt es aber noch wesentlich effektivere Maßnahmen zur Neukundengewinnung als Werbung in Anzeigebältern oder Zeitungen, die zudem unnötig viel Geld kosten.

Im Marketing gibt es nicht DAS Erfolgsrezept. Jedes Unternehmen ist anders. Sie müssen Ihren eigenen Weg finden. Zur Unterstützung möchten wir Ihnen aber diesen 5-Schritte-Plan an die Hand geben, damit Ihre nächste Marketing-Kampagne planvoll und strategisch effektiv neue Kunden für Sie generiert.

### 5 Schritte für Ihr regionales Marketing

#### 1. Schritt: Budget festlegen

Sie sollten vorher genau überlegen, wie hoch Ihr Budget ist. Nur dann wissen Sie, welche Strategien und Maßnahmen für Sie überhaupt in Betracht kommen und gehen nicht kopflos vor.

#### 2. Schritt: „Offline-Marketingmaßnahmen“

Viele Unternehmen setzen noch immer auf die allseits bekannten offline Medien für ihr regionales Marketing.

Offline-Marketingmaßnahmen können sein:

- Visitenkarten
- Flyer
- Sonstige Werbeartikel



- Gutscheine
- Gewinnspiele
- Sonderangebote
- Sponsoring (z.B. von Veranstaltungen oder Vereinen)
- Anzeigen in lokalen Zeitungen
- Werbespots im regionalen TV oder Radio

Das Problem dieser offline Aktionen ist, dass man deren Erfolg oft nur schwer messen kann. Sie wissen also nicht, ob Ihre Investition sinnvoll war und Sie darüber wirklich neue Kunden gewonnen und mehr Umsätze generiert haben.

Sie können daraus nicht lernen, was für Ihr Unternehmen im regionalen Marketing funktioniert und wo es Sinn macht, mehr Gelder zu investieren, um so Ihr Business voran zu bringen.

### 3. Schritt: Online-Marketing

Online-Marketing ist schon lange nichts, was nur die Großen können. Gerade hier können Sie als lokaler Anbieter punkten und Ihre Zielgruppe effektiv abholen. Denn genau hier wird nach Ihnen, Ihren Produkten oder Dienstleistungen auch gesucht.

Fast jeder verfügt heute über einen schnellen Internetzugang und selbst unterwegs kann schnell mit dem Smartphone „gegoogelt“ werden. 4 von 5 Anfragen sind dabei lokale Suchanfragen und 50 % derjenigen, die über ihr Smartphone lokal gesucht haben, besuchen noch am selben Tag ein entsprechendes Geschäft. Hier müssen Sie präsent sein. Und das ist meist mit weit weniger Kosten verbunden, als offline zu werben.

Das können Sie online für Ihr regionales Marketing tun:

- Erstellen Sie eine verkaufs- und suchmaschinenoptimierte Webseite, die auch auf mobilen Endgeräten gut konsumierbar ist
- Ihre Webseite sollte einen Blog beinhalten, den Sie regelmäßig pflegen oder pflegen lassen
- Betreiben Sie [Social Media Marketing](#)
- Tragen Sie Ihr Unternehmen in Branchenverzeichnisse ein (Ganz wichtig: [Google+ local](#))

### 4. Schritt: Online und Offline-Aktionen verknüpfen

Vergessen Sie nicht bei Ihrer Offline-Werbung die Verbindung zum Online-Bereich.

- Bei Printanzeigen sollte ein Vermerk auf die Webseite erfolgen und z.B. ein praktischer [QR-Code](#) eingebunden werden.
- Haben Sie gerade eine Sonder-Aktion in Ihrem Geschäft? Weisen Sie darauf auf Ihrer Webseite, Ihrem Blog und den Social Media Kanälen hin.
- Gibt es Neuigkeiten aus Ihrem Geschäft oder eine passende Veranstaltung in der Region? Bloggen Sie darüber und machen Sie sich bekannter. Zudem geben Sie Ihren potenziellen Kunden spannende Informationen und echte Mehrwerte.
- Integrieren Sie auf Visitenkarten, Flyer, Gutscheine usw. QR-Codes, die zu einer entsprechenden Landingpage führen (so können Sie auch den Erfolg Ihrer Offline-Werbekampagnen messen)
- Und und und



### 5. Schritt: Regionales Marketing - Was sind Ihre konkreten Ziele?

Wir haben ja schon davon gesprochen, dass Ihre Marketing-Maßnahmen messbar sein sollten, um deren Erfolg abzulesen. Um einzuschätzen, wie erfolgreich die Kampagne für Ihr regionales Marketing wirklich war, sollten Sie sich im Vorfeld klare Zielsetzungen festlegen. Erst dann wird auch deutlich, was Sie messen möchten. Lokale Besucher im Geschäft? Mehr Besucher auf der Webseite? Mehr Eintragungen für Ihren Newsletter? Mehr Verkäufe? Überlegen Sie sich vorher auch, wie genau Sie Ihre Ziele messen wollen und können.



## 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.

## Kontaktieren Sie das WiPeC-Team!

Eine detailliertere Beschreibung der WiPeC-Dienstleistungen finden Sie auf ihrer Website [www.kundengewinnung-im-internet.com](http://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](mailto: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](mailto:info@wipec.de)

[www.kundengewinnung-im-internet.com](http://www.kundengewinnung-im-internet.com)

[www.wipec.de](http://www.wipec.de)

[www.facebook.com/wipec](https://www.facebook.com/wipec)

