DIE BERATER

ONLINE MARKETING & DIGITALISIERUNG

10 TRICKS FÜR MEHR KUNDEN DURCH ONLINE MARKETING

Wie Du 2019 mehr Kunden gewinnst. Methoden aus der Praxis, die für jede Branche funktionieren.

Version: 1.2 Stand: März 2019

DIE BERATER

Inhaltsverzeichnis

1. GOOGLE MY BUSINESS 4
2. SOCIAL MEDIA INHALTE ÜBERDENKEN 5
3. SOCIAL MEDIA AUTOMATISIERUNG 6
4. INTERKONNEKTIVITÄT 7
5. OMNIPRÄSENTE KONTAKTMÖGLICHKEIT 8
6. REZIPROZITÄT IM E-MAIL MARKETING 9
7. KUNDEN ZU RICHTIGEN PARTNERN MACHEN 10
8. WERBETEXTE PSYCHOLOGISCH AUFBEREITEN 11
9. NUTZEN SIE GUTSCHEINE & PRODUKTPROBEN 12
10. ALTKUNDEN TUN NICHT WEH 13

Kleines Glossar:

Freemium – ein kostenloses Basisprodukt. Klassisch der Parfüm Tester, der nur ein oder zweimal verwendet werden kann. Online ist es z. B. die Basis-Version eines Tools mit eingeschränktem Nutzungsumfang. Dieser soll den Tester zum Kaufen animieren. Ein Freemium hat aber immer einen Mehrwert.

Post – ein Beitrag z. B. auf Facebook

Evergreen – deutsch: immer grün. Etwas das immer angesagt oder aktuell ist.

Reziprozität – Reziprozität (lateinisch reciprocus ‚aufeinander bezüglich', ‚wechselseitig') bezeichnet oder bezieht sich auf: Reziprozität (Soziologie), die Gegenseitigkeit im sozialen Austausch. Reziproker Altruismus, altruistisches Verhalten, das erwidert wird. Quelle: Wikipedia,

Omnipräsent – überall sichtbar

Affiliate – Affiliate-Marketing bedeutet: Das Produkt eines Unternehmens bewerben, welches einem eine Provision verspricht. Viele die noch nie auf einer Tupperparty waren, behaupten diese Art von Marketing sei neu.

Upselling – man bietet dem Kunden mehr als nur das Basisprodukt. Ist der Kunde vom Basisprodukt überzeugt, kauft er auch das „Upselling-Produkt".

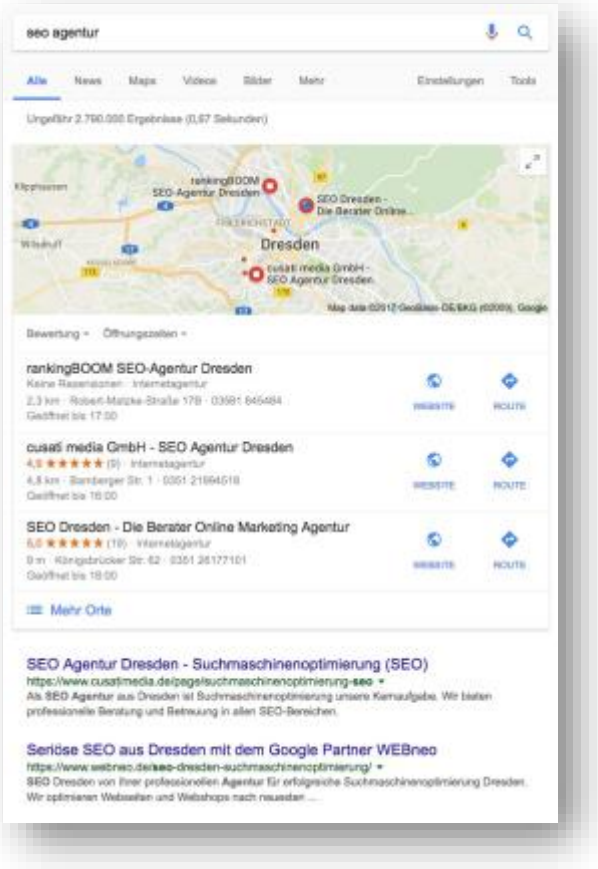
1.GOOGLE MY BUSINESS

GOOGLE MEIN GESCHÄFT FÜR LOKALE SUCHANFRAGEN

Vielen ist es nicht bewusst. Aber das „Google My Business Profil" wird für lokale Suchanfragen immer weiter oben gerankt, als die eigentliche Website! (Deutsch: Google Mein Geschäft Profils, ehemals Google Places)

Dies ist so ein Profil: Die Berater

PS: Lass uns gerne eine Bewertung da!



So wie im Bild rechts wird ein Google My Business Profil angezeigt.

Ihr seht – wir sind mit dem Suchbegriff „SEO Agentur" ganz oben. Denn Google erkennt automatisch, wo ich mich befinde und stuft das Keyword „SEO Agentur" als lokalen Suchbegriff ein. Da es sich bei „SEO Agentur" um ein Produkt oder eine Dienstleistung dreht, die Kunden eben gerne „lokal" erwerben. Google weiß so etwas!

Bevor ihr also eine teure Website bauen lasst, sollte man sich vielleicht überlegen Zeit in Rezensionen & den Profilaufbau zu investieren! Das ROI (Return on 2Investment) des entstehenden Kundenstroms kann man dann für eine High-Level Premium-Website reinvestieren.

Profi-Wissen: ab 5 Rezensionen (Bewertungen) bekommt man orangefarbene Sterne!

2.SOCIAL MEDIA INHALTE ÜBERDENKEN

Häufig hören wir die Ausrede „Wir haben aber keine Idee was wir posten sollen“. Das ist oft eine faule Ausrede. Es gibt z. B. folgende Aushilfen:

- Reposts. Mehrwert anderer nutzen. Man recherchiert 10 Minuten nach wichtigen Neuigkeiten / Tools / Links, die man dann als Post aufbereitet und „weiterverbreitet“. Häufig steckt in der Recherche selber ein echter Mehrwert.
- Eigene Blogposts. Eigene informationale Blogposts.
- Anleitungen. Zeigt euren Nutzern wie etwas funktioniert.
- Neuigkeiten. Was ist neu in eurer Branche bzw. Unternehmen? Wie affektiert es euch? Was habt ihr dazu zu sagen? In den Sozialen Medien kann man auch wertend sein. Das interessiert den Leser.
- Recycling. Ab und zu kann man etwas posten, das man vor langer Zeit erstellt hat. Z. B. könnte ich ab und zu einfach einen Blog Post, Video, Tutorial, welches gar nicht neu ist. Häufig ist es für viele das erste Mal, dass sie es sehen!
- Feedback holen. Man kann einmal im halben Jahr fragen, was man am Produkt besser machen kann. Dies kann man periodisch für jedes Produkt oder jede Dienstleistung tun.
- Anlässe nutzen. Feiertage, Firmengeburtstag etc.
    - Wusstet ihr, dass heute Muttertag ist? Deswegen machen wir 5% Rabatt
- Evergreens. Es gibt Posts die IMMER gehen. Diese sind lediglich zur Interaktionssteigerung gedacht. Wie z. B.
    - Wie findet ihr unsere Website?
    - Wie findet ihr die Änderung XY an unserer Website
    - Schaut euch unsere Kundenrezension XY an...

Achtung: In den meisten Beiträgen sollte ein Aufruf zur Interaktion sein. Sowas wie: was haltet ihr davon? Fragen zu formulieren ist leichter als ihr denkt. Meist sind sie schon implizit vorhanden, aber der User versteht sie nicht, weil ihr sie nicht richtig als Frage formuliert habt.

3.SOCIAL MEDIA AUTOMATISIERUNG

Seien wir mal ehrlich. Der Tipp, dass Social-Media (Facebook, Instagram etc.) Kunden wie am Fließband produzieren ist hoffentlich inzwischen bei jedem angekommen.

Doch wo kommt die Zeit her sich wirklich um sein Profil zu kümmern und regelmäßig etwas zu posten?

Das Zauberwort heißt Automatisierung. Selbst wir als Online Marketing-Agentur kommen uns manchmal so vor, als hätten wir nicht die Zeit für eigene Beiträge in den sozialen Medien. Das stimmt nicht!

In 2 Stunden kann man (wenn man Routine bekommen hat) etwa 20 Beiträge vorausplanen. Das reicht, je nach Marketingplan, für satte 2 Monate, wenn man alle 3 Tage etwas Interessantes posten möchte!

Aber wie geht das mit der Planung? Ganz einfach:

Mit Hootsuite oder Buffer.

Und das Beste ist: Ihr postet auf Instagram, Twitter, Google Plus und Facebook gleichzeitig! Ihr bekommt also mehr Follower auf allen Kanälen. Der Multikanalboost!

Wer das nicht macht, ist selber schuld, dass er keine Kunden hat.

4.INTERKONNEKTIVITÄT

Kennt ihr Dirk Gently? Er sagt: „Everything is connected“. Das ist leider nicht immer ganz richtig.

Dirk Gently sagt aber auch: „Also nothing is connected“. Es gibt also Verbindungen wo man sie (noch) nicht sieht.

Und das solltet ihr ändern. Verbindet alles was man verbinden kann! Facebook mit Twitter, Twitter mit Facebook. Es gibt eine lange Liste der Interkonnektivität.

- Ihr habt ein XING-Profil: Verlinkt euer Unternehmen.
- Ihr habt eine Unternehmenswebsite: Verlinkt von allen XING-Profilen auf das Unternehmen.
- Ihr habt ein YouTube Kanal: Verlinkt unter allen Videos auf euer Unternehmen.
- Ihr habt eine Unternehmenswebsite: Verlinkt auf eure Videos.
- Ihr habt Partner. Diese sollten auf euch verlinken.
- Ihr solltet auf Eure Partner verlinken.

Fehlende Verlinkungen sind eine der größten Marketing-Sünden die wir in unserem Marketing-Alltag sehen.

Gebt den Suchenden immer und überall die Möglichkeit zum schnellen Kontakt.

5.OMNIPRÄSENTE KONTAKTMÖGLICHKEIT

DER KONTAKT ZU EUCH MUSS EINFACH ZU FINDEN SEIN

Merkt Euch: der Kontakt zu euch muss unglaublich einfach sein. Überall muss die Telefonnummer und eine E-Mail-Adresse Eures Unternehmens stehen. In jedem persönlichen Profil in der Beschreibung. Auf jeder Unterseite ein Link zu Kontakt. In jedem Blog-Beitrag muss mindestens unten der Link zum Kontakt sein. Und so weiter und so fort.

Und diese E-Mails sollten gelesen und die Anrufe sollten angenommen werden. Und wenn es ein Auto-Responder ist oder ein automatisierter Telefondienst. Alles ist besser, als keine Antwort.

Fangt endlich an Kunden zu sammeln.

Selbst große Unternehmen machen das falsch. Hotline-Telefonnummern sind meist bärstig-schwer zu finden. Aber warum? Warum machen das selbst große Telefonanbieter falsch? Warum nicht dem unzufriedenen Kunden ein neues Produkt verkaufen womit er dann zufrieden ist. Jeder Kundenkontakt kann sehr wertvoll sein und den Kunden länger bei dir halten!

Fragen & Antworten vor den Kundenkontakt zu schalten, hat den Grund, dass man den Kunden eventuell schneller die Antwort geben kann und er glücklich ist. Findet er die Antwort nicht, sollte er dann wenigstens schnell die Hotline-Nummer finden. Viele Unternehmen haben aber scheinbar Angst vor dem Kunden, denn es herrscht die Devise „Halte dir den Kunden vom Leib solange es geht“.

AKTUALITÄT DER KONTAKTMÖGLICHKEITEN

Prüft immer wieder ob z. B. auch die Kontaktmöglichkeiten im Google My Business Profil, auf der Website und auch auf alten Firmenprofilen oder Websites aktuell sind. Es gibt leider oft veraltete Informationen im Internet um die sich keiner kümmert.

6.REZIPROZITÄT IM E-MAIL MARKETING

Der Gedankenansatz ist ganz leicht. Da müssen wir nicht um den heißen Brei reden:

Wenn ich was kostenlos bekomme freue ich mich. Und meistens gebe ich dann gerne was zurück. Das bedeutet „Reziprozität“.

Häufig kann man Reziprozität im Bereich des E-Mail-Marketing nutzen. Gibt man etwas kostenlos, wie z. B. ein E-Book, dann geben die Interessenten auch gerne mal ihre E-Mail-Adresse dafür weg.

Und was hat man davon? Eine hoch relevante E-Mail Liste voll mit Leuten, die sich für Euer Produkt interessieren. Und das ist viel Geld wert!

Kleines Rechenbeispiel. Wir von Die Berater hatten auf www.cmsvideos.de einen Newsletter. Trotz 1000den kostenlosen YouTube Videos haben wir 3-4 Abonnenten die Woche bekommen.

Das sind ca. und maximal 1460 Abonnenten im Jahr.

Aber wir haben ja auch schon vorher was kostenlos weggeben.

Wir drehten den Spieß um. Wir geben ab jetzt einige Videos nur raus, wenn man sich einträgt. Seitdem melden sich pro Tag 60 – 100 Leute in unseren Newsletter an.

Das sind mindestens 21.900 neue Abonnenten und eventuell wertvolle Kunden im Jahr!

Und wisst ihr wie viele Leute eigentlich eure E-Mails öffnen werden? Bei uns sind es häufig zwischen 50 – 80%. Und solch hohe Öffnungsraten findet man Branchenübergreifend im E-Mail-Marketing. Die E-Mail ist also noch lange nicht ausgestorben!

Meistens braucht man nicht einmal mehr Inhalt um das Reziprozitäts-Prinzip anzuwenden. Man muss einfach nur umdisponieren! Alte Inhalte recyceln und beim nächsten Mal umdenken.

7.KUNDEN ZU RICHTIGEN PARTNERN MACHEN

Es gilt das gleiche wie bei der Reziprozität. Gegen kleines Geld werden Kunden oder einfach nur clevere Geld-Verdiener zu echten Werbe-Maschinen.

Fangt an wie wir und nehmt an **Partnerprogrammen** teil. Gebt eine Provision für jede Vermittlung. Damit lassen sich extreme Umsätze erzielen. Eventuell nehmen euch Online-Marketer mit über 100.000 Kontakten in ihre nächste E-Mail mit auf, weil sie wissen, dass sie Pro erfolgreiche Empfehlung 50 Euro bekommen.

Übrigens: Bei den erfolgreichsten Partnerprogrammen profitiert nicht nur der Partner. Sondern auch der geworbene Kunde bekommt noch einen „Rabatt“. Das ist echtes „Affiliation“.

PARTNERPROGRAMME

Ihr habt ein digitales Produkt:

- Erstellt ein Digistore24-Produkt daraus! Dort erscheint man automatisch auf einem Marketplace und bekommt einen Link den Partner verwenden können. Automatisiertes Partner-Marketing.

Ihr habt ein physisches Produkt?

- Schaut Euch große Portale wie affilinet an und listet dort Euer Produkt.
- Wir haben auch Kunden, die mit kleinen und mittelgroßen Online-Shops bei Belboon mit einem Partnerprogramm auftreten und passiv eine Menge Kunden produzieren.

Bietet ihr faire Provisionen kommen Partner schnell von alleine! Und ihr braucht nur halb so viel Marketing-Energie verschwenden.

Ihr braucht weitere Einnahmequellen? Nehmt doch selber als Unternehmen an Partnerprogrammen teil!

8.WERBETEXTE PSYCHOLOGISCH AUFBEREITEN

Ist es nicht paradox? Das 0-8-15 mittelständische Unternehmen investiert 10.000 € in eine neue Website mit tollen Grafiken, Design-Guide, 1:1 umgesetztem Corporate Design und viel mehr.

Aber die wenigsten investieren in Werbetexte, E-Mail-Marketing-Texte etc. Diese werden stattdessen „an den Praktikanten outgesourced“. Warum?

Die meisten haben nicht verstanden, dass es nicht das Design ist, welches verkauft, sondern der Mehrwert für den Kunden. Dieser kann natürlich leicht vom Design unterstützt werden. Die Betonung liegt auf „leicht“. Ein Design darf einen nicht verjagen – aber es muss nicht vom Hocker Reißen.

Regel 1: Inhalt zuerst – dann das Design.

Regel 2: Investiert mehr in den Inhalt, als in das Design.

Nochmal: Es gibt Sätze wie „Design Verkauft nicht“ oder „Content is King“. Ok, diese Paradigmen sind manchmal leicht übertrieben. Aber trotzdem: Warum mehr Geld in den Website Aufbau als in die richtige Kundenansprache fließt ist uns manchmal schleierhaft.

Das Beste ist: Werbetexte sind günstiger als Design!

9.NUTZE GUTSCHEINE & PRODUKTPROBEN

GUTSCHEINE

Gutscheine sind immer klasse. Sie können auch perfekt mit Werbepartnern (siehe oben) kombiniert werden. Sie holen Kunden wieder zurück oder bringen sogar neue Kunden.

Sie geben Kassenzettel ohne Gutschein heraus? Dumm für Sie, dass Sie dem Kunden dann keinen direkten Grund geben wieder zurückzukommen. Vielen Menschen sind regelrecht „Preisgesteuert“. Merk Dir das!

Warum keinen 5% Gutschein rausgeben, wenn man das „verlorene Kapital“ nicht einfach mit Upselling oder 5% Aufschlag auf das selbige oder auf ein anderes Produkt wieder zurück holen kann.

Gutscheine müssen nicht wehtun. Aber Gutscheine können Ihren Umsatz in kürzester Zeit mehr als verdoppeln.

PRODUKTPROBEN

Geben Sie außerdem Produktproben heraus. Im Online-Marketing ist eine Produktprobe nichts Anderes als ein Freemium. Oder ein „Heißmacher“. Sie verkaufen Websites?

Bieten sie an die Website kostenlos zu analysieren und Fehler aufzuzeigen. Sie haben den Fisch dann an der Angel!

Sie haben eine Autowerkstatt? Hier scheint es schwieriger. Aber Platz ist meist billig und in der Option ein Jahr Winterreifeneinlagerung zu verschenken sehen wir kein Problem! Dafür haben Sie eventuell 5 weitere Jahre einen Bestandskunden, den sie sonst nicht hätten.

„Freemiums“ bzw. kostenlose Produkte gehen immer und ziehen Kunden magisch an.

10. ALTKUNDEN TUN NICHT WEH

Häufig endet es in einer Wiederaufnahme der Geschäftsbeziehung. Im schlimmsten Fall endet es in einem netten Gespräch. Aber eines ist klar: Die Wiedergewinnung von ehemaligen Kunden tut nicht weh!

Erkunde Dich einfach nett, ob ein alter Kunde, der lange nicht bei Dir gekauft hat wieder Interesse an einem Angebot hat.

Erkunde dich vor allen Dingen warum dieser sich so lange nicht hat blicken lassen. Der netteste und erfolgsversprechende Weg den Kunden wieder an Bord zu holen ist, ihm direkt einen Vorteil zu versprechen. Z. B. einen Rabatt.

Hat sich ein Kunde beispielsweise abgewandt, weil das Produkt schlechter geworden ist, sollte man Produktinnovationen hervorheben. Fand er den Service nicht gut genug, muss man mit Service-Verbesserungen werben. Klingt einfach – ist es auch.

Man sagt: einen Altkunden zu reaktivieren ist 10 mal weniger Aufwand als einen Neukunden zu bekommen. Wir haben auch schon den Faktor 20 gehört. Ist auch egal – Gar nichts zu tun ist schlichtweg unklug.

DANKE FÜR DEINE AUFMERKSAMKEIT

Das war’s auch schon aus unserer Berater-Trick-Box☺

Besuch uns auf www.dieberater.de. Wir freuen uns dir beim Social-Media-Marketing, Website-Aufbau oder der Suchmaschinenoptimierung behilflich sein zu können. Und wir haben sicherlich noch 20 weitere Tricks für Euch!

Autor: Malte Helmhold