

Stellen Sie auf Empfang – So sichern Sie Ihren Umsatz auch 2013

13 Februar 2013 0 Kommentare

 **Twittern** 1  **Gefällt mir**  **+1** 1

10.000 Werbebotschaften erreichen uns pro Tag, das jedenfalls ist eine seriöse Schätzung von Anfang 2012. Diese Zahl ist wahrhaft unglaublich. Machen Sie einfach mal einen kleinen Test, bleiben Sie genau da, wo Sie jetzt gerade sind und sehen Sie sich einmal ganz genau um. Wie viele Logos, Markennamen auf Geräten können Sie sehen? Liegen irgendwo Zeitschriften, wenn ja, ist eine Seite mit Werbung aufgeschlagen? Hören Sie Radio? Schauen Sie fern? Jetzt kann wohl jeder erkennen, dass die 10.000 Botschaften in unterschiedlicher Art und Weise vermutlich sogar stimmen.

Im Werbetschungel richtig agieren

Die entscheidende Frage ist jetzt für Unternehmer, was muss ich tun, um in diesem „Werbetschungel“ gesehen zu werden? Neben den klassischen Themen wie durchgängiges CI und pffigen Ideen gilt aber auch noch eine neue Regel. Diese lautet vereinfacht: „Stellen Sie auf Empfang bevor Sie senden“. Das bedeutet im Klartext, hören Sie ihren Kunden zu, finden Sie heraus, was diese wirklich wollen. Damit ist jetzt nicht nur die klassische Bedarfsermittlung gemeint die jeder im Vertrieb aus dem ff beherrschen sollte. Vielmehr geht es darum herauszufinden, womit Sie Ihren Kunden etwas Tolles bieten können und vor allem, was das sein könnte.

Die gute Nachricht ist, dank der sozialen Netze geht das heutzutage einfacher denn je. Verschließen Sie also nicht die Augen vor der neuen Entwicklung sondern nutzen Sie die Möglichkeiten. „Im ersten Schritt brauchen Sie dazu nicht einmal ein perfekt ausgearbeitetes „Social-Media-Konzept“ sondern eine Portion Offenheit gegenüber dem Medium gepaart mit etwas Mut und gesundem Menschenverstand“, das zumindest meint

Martin Sänger, Verkaufsexperte und Vortragsredner zu dem Thema „Geheimnisse von social-media offline nutzen“. Wer versteht, wie die Nutzer Facebook und Co. verwenden, der hat sehr viele Möglichkeiten die sich automatisch positiv auf den Umsatz auswirken. Im Klartext, nutzen Sie die online-medien um herauszufinden was ihre Kunden wollen. Profitieren Sie hier von der Chance zum Dialog im Netz.

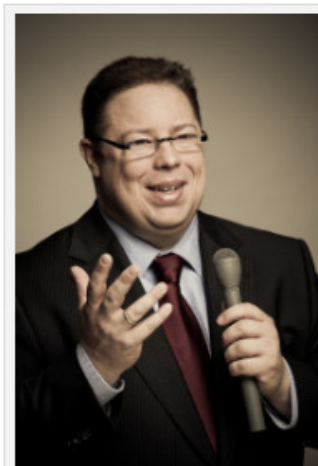


Bild: SÄNGER Trainerteam GmbH

Den Kunden vor die Wahl stellen

Nehmen wir an, Sie verkaufen Taschen. Stellen Sie einfach mal 2 Fotos von zwei verschiedenen Taschen online und fragen Sie ihre virtuellen Kunden, welche der beiden Exemplare denn kommenden Monat im Angebot sein soll. Eventuell können Sie auch zusätzlich fragen, welchen Preis die Kunden denn dafür gerne bezahlen würden. Natürlich wird es Spaßvögel geben die einen utopisch niedrigen Preis darunterschreiben werden aber es wird auch genug Menschen geben, die sich realistisch äußern. Wenn Sie dann die „Gewinnertasche“ wirklich zu einem Angebot des Monats machen, locken Sie so den virtuellen Kunden zu sich in den Laden.

Falls Sie jetzt ein wenig Sorge haben, weil Sie nur lokal aktiv sind und aus unternehmerischer Sicht online-Kontakte die mehrere 100km weit weg sind keinen Sinn machen, dann drehen Sie die Verknüpfung einfach um. Fragen Sie in Ihrem Ladengeschäft konsequent jeden Kunden, ob er an exklusiven Angeboten interessiert ist, noch bevor diese offiziell im Laden stehen. Falls die Antwort hier erwartungsgemäß mit „ja“ ausfällt, dann verweisen sie auf z.B. Ihre Facebook Seite mit dem Kommentar, dass die „Online-Freunde“ des Hauses immer 24 Stunden vorher informiert werden.

Mit diesen und ähnlichen Tipps verknüpfen Sie die online- und die offline-Welt in idealer Form, sind viel näher an den Wünschen und Vorschlägen Ihrer Kunden dran und können so zielgerichtet Ihre Werbebotschaften platzieren, dass diese auch wirklich gesehen werden und Wirkung entfalten.

Über Martin Sänger

Unternehmensgründer Martin Sänger hat über 15 Jahre Erfahrung in den Bereichen Beratung und Training sowie als Vortragsredner. Er ist für zahlreiche namhafte Unternehmen tätig. Neben der Praxiserfahrung, einer fundierten Trainerausbildung und der permanenten Weiterbildung in allen Bereichen des modernen Vertriebes, ist Martin Sänger auch zertifizierter Persolog Persönlichkeitsprofil Trainer. 2012 wurde Martin Sänger in die TOP 100 Trainers Excellence Deutschlands aufgenommen, aktuell folgte die Auszeichnung „Expert Member 2013“ bei Vortragsredner.de.

Weitere Informationen: <http://www.martinsaenger.de>

(SÄNGER Trainerteam GmbH 2013)