

Wie sichern Sie Ihren Umsatz auch 2013? – Fragen Sie Ihre Kunden!



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 „Werbedschungel“ richtig agieren

TeamViewer

www.TeamViewer.com
Sparen Sie Zeit und Geld mit Online Meetings. TeamViewer jetzt testen!



GmbH gründen in 24h

www.recht24-7.de/GmbH-gruenden
Festpreis: 195,00 € inkl. MWSt.
Jetzt einfach GmbH online gründen!



Businessplan Muster

Businessplan.GruenderMarkt.de
Businessplan kostenlos erstellen -
Arbeitsagentur
Gründungszuschuss!



Google-Anzeigen

Die entscheidende Frage ist jetzt für Unternehmer, was muss ich tun, um in diesem „Werbedschungel“ gesehen zu werden? Neben den klassischen Themen wie durchgängiges CI und pfiffigen 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.

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 Spaßvogel 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 100 km 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 z.B. auf 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.

(Bild:  JJAVA – fotolia.de)



Weiteres zu: 2013, kontakt, kunden, Social Media, umsatz, werbung



Martin Sänger

Martin Sänger ist Speaker, Entertainer und Augenoffner. Er begeistert sein Publikum mit seiner sympathisch dreisten Art, Dinge auf den Punkt zu bringen. Durch seine humorvolle Rhetorik versteht er es wie kaum ein anderer, sein Publikum auch für die Umsetzung eher unbequemer Themen zu motivieren. Die geniale Einfachheit, mit der er auch teilweise komplexe Zusammenhänge darstellt, nimmt seinen Zuhörern automatisch die Angst vor einer Veränderung. Wenn Sie also bei Ihrer Veranstaltung anstelle eines „Irgendwie hat man das alles schon einmal gehört“ lieber ein „Ich kann es kaum erwarten loszulegen“ als Feedback möchten, dann ist ein mitreißender Vortrag von Martin Sänger genau die richtige Wahl. Veröffentlichungen: Erfolgsfaktor Finanzierung wurde von Martin Sänger für die Dresdner Cetelem Bank (heute Commerz Finanz GmbH) geschrieben und von der Bank direkt an deren Kunden vertrieben. Der Fokus hierbei lag bei einer sofort umsetzbaren Praxismethode zur Steigerung des Finanzierungsanteils. Mit einer inzwischen vergriffenen Erstaufgabe von 10.000 Stück rangiert dieses Fachbuch unter den Topsellern. Mit seiner ersten Audio-Trainings CD „Reden ohne rot zu werden“ erregte Martin Sänger viel aufsehen. Das Karriere Portal von GMX brachte einen Artikel zu der CD gleich als Wochenaufmacher. Die Frauenzeitschrift Cosmopolitan hat diese CD im Heft Juli 08 inklusive eines Interviews als Redaktionsempfehlung gebracht. Wichtige Themen einfach strukturiert und praktikable Tipps zeichnen diese 2 CD`s aus.

[Zum Profil von Martin Sänger](#)