

SO GEWINNST DU NEUKUNDEN OHNE MANUELLE KALTAKQUISE

Weißt du, wie viele deiner Website-Besucher eine Anfrage zu deinen Produkten oder Dienstleistungen stellen oder gar direkt online bei dir kaufen oder buchen?

Nehmen wir einmal an, es sind ein Prozent. Von 100 Besuchern kauft also einer (oder stellt eine Anfrage).

Doch was passiert mit den anderen 99?

Sie verlassen deine Website wieder ohne Kunden geworden zu sein oder mit dir Kontakt aufgenommen zu haben. **Auf Nimmerwiedersehen!**

Alle **Marketing-Anstrengungen**, die du bis dahin unternommen hast, um sie überhaupt erst einmal auf deine Website zu bekommen, waren ab diesem Punkt vergebens...

Was wäre, wenn es eine Möglichkeit gebe, mit diesen Interessenten auch weiterhin in Kontakt zu bleiben und ihnen dein Angebot vielleicht doch noch schmackhaft zu machen?

Mit Marketing Automation wird genau das möglich!



Bleiben wir beim obigen Beispiel: 99 Personen haben sich auf deiner Website über dein Angebot informiert, aber noch nicht für Umsatz bei dir gesorgt.

Mit Hilfe **technischer Maßnahmen** kann festgestellt werden, **wer welche Unterseiten deiner Website besucht hat**. Damit weiß man auch ganz genau, wofür sich jemand interessiert (und ggf. auch wofür nicht).

Dementsprechend kann man diesen Personen im Anschluss an ihren Besuch auf deiner Website **hochrelevante Werbung auf allen aktuellen Plattformen** (Facebook, Google, Instagram, LinkedIn und YouTube) zeigen.

Jemand, der sich also beispielsweise über Produkt oder Dienstleistung „A“ informiert hat, erhält in weiterer Folge beispielsweise eine Werbeanzeige, die ihn einlädt, sich **ergänzende Informationen herunter zu laden** (z.B. ein Info-PDF, ein Erklär-Video o.ä.).

Das hat zwei Vorteile:

1.: Aufgrund des **augenscheinlichen Interesses** jener Personen an Produkt oder Dienstleistung „A“, sind diese zusätzlichen Informationen äußerst relevant. Sie helfen ihnen bei der Lösung eines Problems, einer Entscheidung o.ä.

2.: **Die Kosten hierfür sind sehr niedrig!** Schließlich wird auf diesem Weg nicht die breite Öffentlichkeit angesprochen,



sondern nur jene 99 Personen, die die Website schon einmal besucht haben.

Zusätzlich – Und das ist entscheidend! – hast du auf diesem Weg die Möglichkeit, **weiteres Vertrauen zu deinen (zukünftigen) Kunden aufzubauen und deine Kompetenz zu vermitteln.**

Doch zurück zu den 99, die nun diese Anzeige gesehen und darauf geklickt haben...

Sie landen wieder auf deiner Website. Allerdings auf einer anderen Unterseite, die **noch besser auf ihre Bedürfnisse und Interessen zugeschnitten** ist.

Hier könnten sie beispielsweise einen kostenlosen Download im Zusammenhang mit deinem Angebot erhalten.

Doch wie sollst du mit einem kostenlosen Download Geld verdienen, fragst du dich?

Selbstverständlich ist der Download nicht ganz „kostenlos“...

Die Interessenten erhalten ihn nur **im Austausch gegen ihre E-Mail-Adresse.**

Vielleicht denkst du dir jetzt, *„Heutzutage gibt doch niemand mehr seine E-Mail-Adresse her“.*



Doch! Vergiss nicht, dieses **Download-Angebot** sehen nur jene Personen, die davor schon einmal deine Website besucht haben. Sie interessieren sich also offensichtlich für deine Produkte oder Dienstleistungen. Für sie ist dieser Download **höchst relevant!**

Und was passiert nun mit dieser E-Mail-Adresse? „*Ich will doch keine Spam-E-Mails verschicken und Newsletter liest doch keiner.*“

Richtig, doch du sollst auch nichts von beidem machen. ;-)

E-Mail-Marketing ist durch zweifelhafte Massenaussendungen, in denen gefälschte Medikamente o.ä. angepriesen wurden und Phishing-Angriffe in Verruf geraten.

Nichtsdestotrotz ist E-Mail immer noch das **gängigste Kommunikationsmedium im Geschäftsumfeld.**

E-Mails von Personen, die man kennt, werden geöffnet und sind gern gesehen – vorausgesetzt man kann mit den darin enthaltenen Informationen etwas anfangen.

Stell dir beispielsweise vor, du interessierst dich für einen Rasenmäher-Roboter. Du besuchst die Website eines Herstellers, kaufst aber nicht gleich.

Über eine Werbeanzeige wird dir später angeboten, dir eine kostenlose Checkliste herunterzuladen, in der erklärt wird,



worauf man bei Auswahl und Installation des Roboters achten muss.

Weil du beim Kauf kein Geld verschwenden möchtest, sind diese Informationen für dich höchst relevant und du hinterlässt deine E-Mail-Adresse um Zugriff auf den Download zu erhalten.

Zwei Minuten später sendet dir Ing. Max Mustermann eine E-Mail. Max ist Eigentümer des Roboter-Service-Betriebs und du hast ihn zuvor schon auf der Website gesehen.

In seiner Nachricht bedankt er sich für dein Vertrauen und schickt dir die versprochene Checkliste.

Wirst du diese E-Mail öffnen und mit Interesse lesen? Höchstwahrscheinlich schon!

Allerdings hat Max diese E-Mail nicht wirklich persönlich an dich verschickt. Durch das **Marketing-Automation-System** wird aber der Eindruck erweckt, als hätte er dir tatsächlich eigenhändig geschrieben.

Derartiges E-Mail-Marketing hat mit Spam oder ungeliebten Newslettern rein gar nichts zu tun!

Stattdessen geht es einzig und allein darum, **eine Beziehung zum Kunden aufzubauen, Mehrwert zu bieten und so das Vertrauen in die eigene Leistung zu stärken.**



Selbstverständlich kannst auch du die E-Mail-Adressen deiner Interessenten nutzen, um sie für dein Angebot „aufzuwärmen“.

Nachdem du ihnen den versprochenen Download geschickt hast, kannst du ihnen beispielsweise ein, zwei Tage später eine weitere Nachricht mit Antworten auf häufige Fragen schicken.

In der dritten Nachricht könntest du deinen Interessenten dann ein kostenloses und unverbindliches Beratungsgespräch anbieten.

Über eine Online-Terminbuchung können sie bequem aus einer Vielzahl von Terminen wählen, die du zuvor festgelegt hast.

Bucht ein Interessent einen Termin für ein telefonisches Beratungsgespräch mit dir, wird dieses automatisch in deinen Kalender eingebucht, sodass du rechtzeitig Bescheid weißt und dich darauf vorbereiten kannst.

Das Schöne daran: Du bekommst von alledem nichts mit und siehst lediglich, wie **wie durch Zauberhand** Gesprächstermine mit interessierten Kunden in deinem Kalender landen.



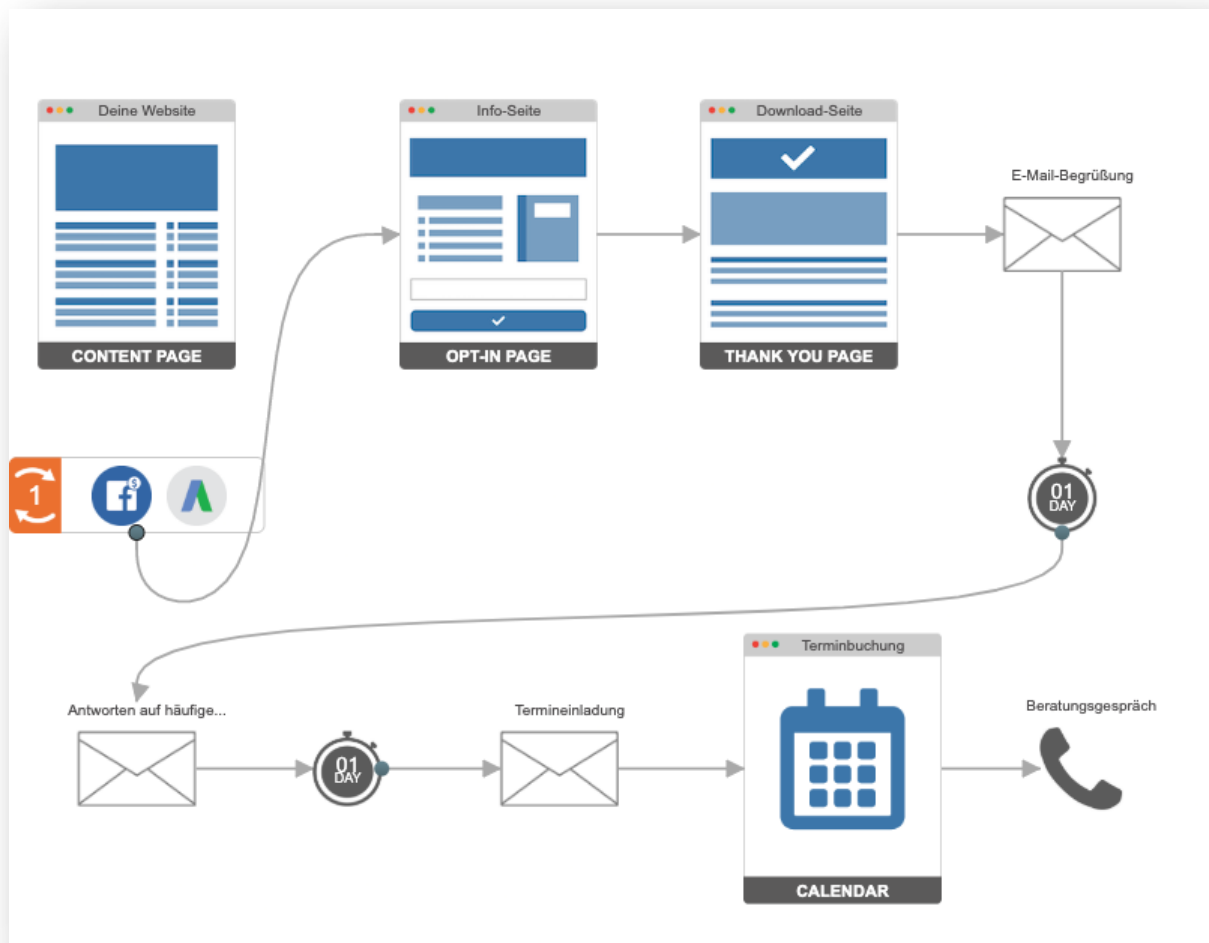


Abbildung 1: "Schaltplan" (der so genannte "Sales Funnel") für die oben beschriebene Marketing Automation.

Selbstverständlich handelt es sich hierbei aber nur um ein Beispiel.

Der Komplexität eines **Marketing-Automation-Systems** sind keine Grenzen gesetzt. Außerdem wird es immer an die aktuellen Gegebenheiten und das Produkt- oder Dienstleistungsangebot angepasst.





Allesamt haben sie aber ein Ziel:

Die Gewinnung und optimierte „Bespielung“ von Neu- oder Bestandskunden mit relevanten Inhalten mit dem Ziel der vollautomatischen Generierung von Kundenanfragen und Verkäufen.

Bist du bereit auch dein Unternehmen mit einer **maßgeschneiderten Marketing-Automation-Lösung** zu bereichern?

Dann ruf uns unter **+43 664 1314968** oder schreib uns eine E-Mail an **office@10x.at**.

Wir freuen uns auf dich!

