

REICHWEITE AUFBAUEN

Warum Reichweite so wichtig ist

Alles was wir bisher erarbeitet haben, bringt Dir nichts, wenn niemand davon erfährt. Deshalb ist es wichtig sich auch um Reichweite und Sichtbarkeit zu kümmern.

Je mehr Menschen von Deinem Angebot wissen, desto mehr können es kaufen.

Was kannst Du also tun, damit Du bekannter und damit erfolgreicher wirst? Ich habe Dir eine Liste zusammengestellt, aus der Du wählen kannst. Verbinde mehrere Möglichkeiten (online und offline) und sei auf verschiedenen Kanälen sichtbar.

Fülle Deinen Verkaufstrichter

Wenn Du Deinen Umsatz steigern willst, solltest Du Deinen Verkaufstrichter stark befüllen. Denn je mehr Du oben in den Trichter füllst, desto mehr kann unten als Umsatz herauskommen. Reichweite, Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit ist für Deinen Erfolg unabdingbar. Dein Umsatz entsteht in 5 Stufen:



1. Bekannter

Du startest mit Reichweitenaufbau und Aufmerksamkeit -> jemand erfährt von Dir und Deinem Produkt.

2. Interessent

Er / sie interessiert sich dafür und geht auf Deine gut getextete und nutzenorientierte Webseite / fordert Infomaterial an (z.B. E-Book, Ratgeber, Checkliste, Video, Podcast).

3. Potentielle Käufer

Er / sie gibt Dir seine E-Mail Adresse oder Kontaktdaten bzw. fordert ein konkretes Angebot an.

4. Kunde

Du machst den potenziellen Kunden durch den Lösungsverkauf im letzten Modul zum Kunden.

5. Stammkunde

Dein Kunde ist happy, kommt wieder, empfiehlt dich weiter und wird zum Stammkunden.

Ideensammlung für Reichweitenaufbau

Hier findest Du einen Blumenstrauß an Möglichkeiten für mehr Sichtbarkeit und Reichweite. Suche Dir die Marketingmaßnahmen aus, die zu Dir passen. Du musst nicht alles machen und auf allen Kanälen aktiv sein. Doch wenn Du am Monatsende mit einem breiten Lächeln auf Deinen Kontoauszug blicken willst, solltest Du vorher Deinen Verkaufstrichter (oder neudeutsch „Salesfunnel“ genannt) ordentlich füllen.

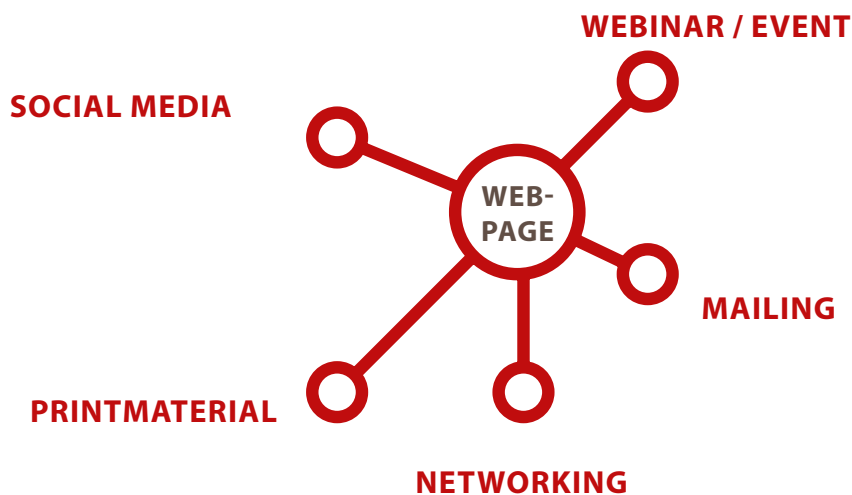
Eine Studie belegt, dass es mindestens  Kontakte mit (D)einem Unternehmen braucht, bis ein potenzieller Kunde Kontakt aufnimmt oder etwas kauft.

Es reicht deshalb nicht aus nur eine schöne Webseite zu haben oder ein Mal pro Monat zum Netzwerktreffen zu gehen. So bekommst Du die sieben Kontakte nie, schwer oder nur sehr langsam zusammen. Überlege Dir 7 bis 20 Werbemaßnahmen, wie Deine Zielgruppe mit Deiner Marke in Berührung kommen könnte.

Verbinde mehrere Möglichkeiten und sei auf verschiedenen Kanälen sichtbar. Je voller Dein Trichter, desto voller Dein Auftragsbuch.

1. Webseite, die modern ist und gefunden wird
2. Visitenkarte
3. Gerüstpläne (wichtiges Tool für Firmen im Baugewerbe)
4. Plakat
5. Anzeige
6. Kinospot
7. TV-Werbung
8. Bandenwerbung
9. Radio
10. Taxi-Werbung
11. Fahrzeugbeschriftung am eigenen Auto
12. Messe / Kongress
13. Gutschein für ...
14. Firmenkleidung
15. Direktmailing / Brief
16. Promotion am POS (Point of Sale)
17. Postwurfsendung
18. Vortrag
19. Flyer / Prospekt / Imagebroschüre / Infomaterial
20. Sponsoring (kann regional sehr sinnvoll sein)
21. Event
22. Eintrag in Branchenportal(e)
23. Eintrag in Bewertungsportal(e)
24. Kundeneinladung
25. Webinar
26. Netzwerk
27. E-Book (mit gratis Tipps, die das Problem der Zielgruppe lösen)
28. Eigenes Buch
29. Facebook / Facebook Anzeige / Facebook Fanpage
30. Twitter
31. XING
32. LinkedIn
33. Google+
34. Pinterest

35. YouTube Video
36. Instagram
37. Telefonanruf / Telefoncoaching
38. Infoabend / Vortrag
39. E-Mail
40. Google Adwords (bezahlte Werbung)
41. Kundenzeitung
42. Target Marketing / Re-Targeting (CPC – Cost by Click)
43. Presseartikel
44. Blogging
45. Vlog (Videoblog)
46. Leuchtreklame / Außenwerbung / Schilder / Schaufenster
47. Newsletter
48. App
49. Onlinekurs
50. Kooperationen
51. Mundpropaganda / Empfehlungsmarketing
52. Affiliate Marketing
53. Podcasting (Ups, die Liste wird immer länger ...)



Notiere Dir 10 bis 15 Reichweiten Tools, die Du in den nächsten Wochen angehen wirst:

01.

02.

03.

04.

05.

06.

07.

08.

09.

10.

11.

12.

13.

14.

15.

Social Media – Was passt zu Dir?

Social Media kostet in der Regel kein Geld, jedoch Zeit. Die Social Media Kanäle gehören heute zu einem effizienten Marketing. Suche Dir mindestens zwei bis drei Kanäle aus, die zu Dir passen. Wenn Du Facebook nicht so ideal findest, ist vielleicht LinkedIn sinnvoll für dich. Schau' dich einfach mal um und finde heraus, wo Deine Zielgruppe zu finden ist.

Paid Media werden heute die Social Media Beträge genannt, für die Du bezahlst, z.B. Google Adwords oder Facebook Anzeigen.

Owned Media fasst dabei alle Plattformen und Kanäle zusammen, auf denen die Unternehmen selbst Inhalte und Form der Botschaft steuern können und diese publizieren, ohne dafür Geld aufzuwenden. Das können beispielsweise eigene Webseiten und Corporate-Publishing-Aktivitäten sein, Unternehmensprofile in sozialen Netzwerken, firmeneigene Videokanäle oder vieles mehr.

Als **Earned Media** bezeichnet man Präsenzen und Nennungen des Unternehmens auf firmenunabhängigen Kanälen (z.B. in Medien, Blogs und sozialen Netzwerken), die es sich in der Regel durch seine anderen Kommunikationsaktivitäten „verdient“. Wenn jemanden Deinen Beitrag teilt oder Dein YouTube Video empfiehlt.

Deine Webseite – Deine Visitenkarte

Wirf' doch mal einen kritischen Blick auf Deine aktuelle Webseite.

- Welche Werte spiegelt die Seite?
- Was sagt diese Webseite über Dein Unternehmen aus?
- Ist sie modern?
- Welche Maßnahmen unternehme ich, damit viele Besucher auf meine Webseite kommen?
- Ist die Seite suchmaschinenoptimiert?

Mehr Reichweite im Web

Deine Webseite sollte nicht nur gut aussehen und nutzerfreundlich sein. Deine Webseite sollte auch von den großen Suchmaschinen gefunden werden. Das sogenannte OnPage SEO kostet Dich ebenfalls kein Geld, jedoch Zeit.

Es gibt viele Kleinigkeiten, die die Auffindbarkeit bei Google und Co erhöhen. Du musst diese Dinge „nur“ wissen und umsetzen. Da das hier im Marketing Crashkurs ein wenig zu weit führt, nenne ich Dir wie im Video erwähnt den passenden Link zu meiner Webseite. Dort findest du eine umfangreiche Checkliste für WordPress Seiten.

Hier findest Du meine SEO Checkliste für OnPage Maßnahmen.

--> <https://trustmarketing.de/seo-checkliste-fuer-wordpress-user/>

Blog – Und worüber soll ich schreiben?

Eine wichtige Maßnahme ist das Schreiben von Blogbeiträgen. Das zeigt den Suchmaschinen, dass Du die Seite pflegst, sie damit aktuell ist und sie füllt sich ganz automatisch immer mehr mit Deinen Keywords. Aber worüber solltest Du ständig Blogbeiträge schreiben? Hier ist ein wenig Kreativität gefragt. In diesem Artikel findest Du einige Anregungen:

<https://conterest.de/worueber-schreiben-42-ideen-fuer-spannende-bloginhalte/>

TIPP:

Unter www.textbroker.de oder www.content.de findest Du günstige Texter, die Dir beim Verfassen von Blogbeiträgen oder E-Books helfen. Ein Blogbeitrag mit 300 Wörtern kostet etwa 12 bis 15 Euro.

Erstelle einen Reaktionsplan für Social Media

Beim Teilen Deiner Inhalte auf sozialen Netzwerken musst Du immer davon ausgehen, dass nur ein Bruchteil Deiner gewünschten Zielgruppe auch tatsächlich darauf aufmerksam wird. Häufig ist es daher sinnvoll, Inhalte mehr als nur einmal und auf unterschiedlichen Plattformen zu teilen. Doch es ist ein Unterschied, ob Du Deinen eigenen werblichen Content teilst, fremden Content teilst oder wertvollen „Evergreen-Content“ postest.

Achte stets darauf, dass der Inhalt zu Deinem Produkt und zu Deinem Personal Branding passt. Zahlt es auf Dein Image und Deine Marke ein? Da Du mit den Sozialen Medien vermutlich keinen neuen Partner finden willst, sondern Kunden, empfehle ich Dir auch hauptsächlich geschäftlichen Content zu posten. Mein Tipp:

**POSTE NUR INHALTE AUF SOCIAL MEDIA, DIE DU AUCH AUF
DEINE WEBSEITE STELLEN WÜRDEST.**

Fotos von Haustieren, Grillwürstchen, der letzten Party oder Bilder im Bikini / Badehose am Strand gehören vermutlich nicht dazu :) Du kannst Blogbeiträge, Produkte, Neuheiten, Auszeichnungen, Siegel, Kundenstimmen, Zitate, Kooperationen, Weiterbildungen, Tipps, Themen zu bestimmten Tagen (Weltspartag, Tag des Lächelns ...) oder sonstige wertvolle Ratschläge posten und teilen. Wichtig ist, dass Du mindestens 1 x pro Woche aktiv bist. Am besten produzierst Du Inhalte vor, damit Du diese dann effizient auf den Kanälen verbreiten kannst. Diese organisierst Du in einem Reaktionsplan.

Woche 01:

Woche 02:

Woche 03:

Woche 04:

Woche 05:

Woche 06:

Woche 07:

Woche 08:

Woche 09:

Woche 10:

Woche 11:

Woche 12: