

Strategie Journal


Impulse für den Mittelstand

9 **Mewes** erhält Life-Achievement-Award

12 **Fallstudie:** Auswandern, aber sicher!

18 **Instrument:** Strategieberater IHK

28 **Events:** 40 Jahre StrategieForum



Fallstudie:
Zum Schweizer Marktführer
mit Balkon- und Terrassen-
verglasung

Automatisch Interessenten generieren

Das Kunden-Sog-System nutzt die Chancen des Internets



Walter Eisele

Es ist kein Geheimnis, dass kleine Handwerksbetriebe und KMU oftmals kein professionelles Internet-Marketing betreiben, weil schlicht das entsprechende Know-how fehlt. Viele Webauftritte verschenken die Chancen des Internets für den aktiven Vertrieb. Walter Eiseles Kunden-Sog-System dient dazu, systematisch Leads zu generieren und automatisiert zu verfolgen.

Eine Homepage muss mehr können als nur Image zu erzeugen oder den anonymen Download eines Flyers zu ermöglichen. Ein einfaches Kontaktformular nutzt bei weitem nicht die Chancen, die das Internet heute bietet. Das Kunden-Sog-System kombiniert verschiedene Maßnahmen zu einem Verkaufssystem und erzeugt automatisiert immer wieder neue Interessenten. Das System lässt sich in kurzer Zeit einrichten. Unter bestimmten Voraussetzungen gibt es für die individuelle Umsetzung des Konzepts auch noch einen staatlichen Zuschuss von 3.000 Euro.

Das Kunden-Sog-System erledigt seine Aufgaben zu knapp 80% über das In-

ternet. Von Interessenten angeforderte Ratgeber werden nach der Eingabe der Kontaktdaten (Name, Anschrift, Telefon, E-Mail-Adresse) automatisch rund um die Uhr verschickt. Danach erfolgt eine automatisiert verschickte Serie von verschiedenen nützlichen Informationen an die Interessenten. Diese E-Mails werden nicht als SPAM also unerwünschte E-Mails empfunden, weil der Absender ja schon bekannt ist und die Interessenten etwas von ihm wollen.

Eine Serie von Informationen wird automatisch an die Interessenten verschickt.

Auch das Erfragen von Kundenwünschen und das lästige 'Nachhaken' von individuellen Werbeaktionen wird vom Kunden-Sog-System automatisch bearbeitet und protokolliert.

Im Internet mit sieben Schritten vom Interessenten zum Kunden:

1. Unternehmensstrategie entwickeln

Durch eine eindeutige strategische Positionierung findet jedes Unternehmen seine individuellen Stärken. Das ist die Grundlage für die Entwicklung von mehr Kundennutzen und der eindeutigen Positionierung bei der Zielgruppe als Spezialist/Experte.

2. Ratgeber-Broschüre

Eine spezielle Ratgeber-Broschüre wird auf Basis der Unternehmensstrategie und der Stärken des Unternehmens entwickelt. Diese Broschüre bietet dem Leser (Interessenten) echten Nutzen und ist nicht mit einer

Imagebroschüre zu verwechseln. Das Unternehmen wird als Spezialist/Experte für bestimmte Dienstleistungen wahrgenommen.

3. Anzeigen in regionalen Medien und bei Google

In regionalen/überregionalen Zeitungen und im Internet (Google) wird der Ratgeber beworben. Diejenigen, welche sich augenblicklich mit der Thematik des Ratgebers (z.B. Bauen eines KfW-40 Hauses oder energiesparender Hausumbau etc.) beschäftigen, fordern diesen Ratgeber auch an, weil sie das Thema interessiert und sie Bedarf an der Leistung des Unternehmens haben.

4. Landing-Page gewinnt wertvolle Interessentenadressen

In allen Medien wird eine neue Internet Landing-Page beworben. Diese spezielle Ein-Seiten-Homepage ist dafür da, Adressen von Interessenten zu sammeln und den Ratgeber automatisch zu versenden. Das erspart lange Wartezeiten für den Interessenten und Porto- und Druckkosten für das Unternehmen. Innerhalb von wenigen Minuten verfügt der Interessent über die gewünschten Informationen.

Die Landing-Page wird überall beworben. Dort soll der Interessent ankommen und den Ratgeber abrufen.

5. Automatisierter E-Mail-Versand

Ein Autoresponder (spezielle E-Mailsoftware plus Datenbank) erledigt im Hintergrund alle Aktivitäten (Versand von Ratgeber und E-Mails). Damit wird automatisiert der Kontakt mit der Zielgruppe über Jahre aufrecht erhalten und intensiviert. Kein Interessent wird vergessen. Das Unternehmen wird von Routineaufgaben im Marketing und Verkauf entlastet. Es entsteht ein langfristiger Vorrat an Interessenten und Aufträgen. Immaterielles Vermögen wird aufgebaut.



Die Interessenten (s.o.) werden erfasst und automatisch mit den gewünschten Informationen (s.l.) versorgt.

6. Newsletter baut Vertrauen auf

Mit einem Newsletter informiert der Betrieb alle drei bis vier Monate über Neuigkeiten aus seinem Unternehmen. So wird der Kontakt mit dem Interessenten gehalten und Vertrauen aufgebaut. Das bedeutet einen großen Wettbewerbsvorsprung. Mit einem „Regelmäßigen-Zielgruppen-Informationsdienst“ (RZID) werden spezielle Produkt-Alleinstellungsmerkmale durch besondere Aufbereitung vermittelt.

Besonders erklärungsbedürftige Vorgänge oder Produktnutzen werden graphisch und textlich in einer besonderen Art aufbereitet, damit sie dem Leser leicht verständlich werden. Der RZID wird ebenfalls per Autoresponder verschickt. Dadurch entstehen keine Druck- und Portokosten.

7. Fragebogen im Internet ermittelt Kundenwünsche

Mit speziell ausgearbeiteten Fragebögen im Internet wird eine Vorselektion der Interessenten vorgenommen. Diese Informationen sind Gold wert, weil der Betrieb sich jetzt ein Bild vom Interessenten machen kann und seine Bedürfnisse genauer kennt. Und das ohne telefonieren, einfach automatisiert per Internet. So kann der Vertrieb Prioritäten setzen.

Persönlicher Verkauf

Ganz ohne persönlichen Einsatz beim Verkaufen geht es natürlich nicht. Nachdem der Kontakt über das Kunden-Sog-System hergestellt ist, folgt das aktive Verkaufen als nächster Schritt.

Autoresponder und Datenbank erledigen im Hintergrund alle Aktivitäten.

Basis für den Verkauf ist eine professionelle Bedarfsanalyse. Eine außergewöhnlich erfolgreiche Verkaufsmethode ist das 3-fach-Angebot mit einer 20-40 Prozent höheren Erfolgsquote. Grundlage: 1. Nutzen aufführen, 2. Kalkulieren Sie für jedes Angebot immer drei Alternativen (möglichst visualisieren), d.h. ein Minimal-, ein Optimal- und ein Maximal-Angebot.

Controlling

Durch das Controlling werden rechtzeitig Planabweichungen festgestellt und Gegenmaßnahmen eingeleitet. So wird gewährleistet, dass die Ziele des Unternehmens erreicht werden.

Fazit

Das Kunden-Sog-System führt Unternehmen Woche für Woche neue Interessen-

tenanfragen zu. Die wichtigen Kommunikationsabläufe werden automatisch gesteuert und überzeugen durch niedrige Kosten und Effektivität. Besondere Systemmerkmale:

- Mehr Rücklauf als bei herkömmlichen Werbemaßnahmen
- Woche für Woche neue Interessenten
- Interessent erkennt das Unternehmen als Spezialist
- Vertrauensaufbau wird Schritt für Schritt vorangetrieben
- Kontinuierlicher Aufbau einer Interessentendatei
- Neue Aufträge/Kundengewinnung

Kontakt:

Walter Eisele – Success Service Eisele
Detmolder Str. 240
33175 Bad Lippspringe
Tel (05252) 93 14 42
eisele@kunden-sog-system.eu

Ein kostenloser Ratgeber kann unter www.kunden-sog-system.eu angefordert werden. ■