



Verkaufen

Wie man Produkte und Dienstleistungen erfolgreich über das Internet verkauft

Wir alle sind täglich tausenden von Reizen ausgesetzt. Reiz- und Informationsüberflutungen führen dazu, dass wir dicht machen, abwinken, abstumpfen und uns abwenden. Die klassischen Marketing-Strategien der Massenmedien funktionieren immer weniger.

Hunderterte von Werbebotschaften versuchen in unseren Aufmerksamkeits-Radar und schließlich auf unseren inneren Bildschirm zu kommen. Eine der vielen (Werbe-) Kommunikationsbotschaften müssen auch Sie absenden und soll Ihre potenziellen Kunden erreichen, wenn Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen erfolgreich verkaufen wollen. Wie unterscheidet sich Ihr Anliegen, Ihre Botschaft und Ihr Köder von allen anderen? Ist es eine lila Kuh? Eine rasierte Stachelbeere? Schreit die Werbebotschaft laut: „Kauf mich!“ oder „Hier billiger – sonst blöd!“? Wie dringen Sie durch? Wodurch bekommen Sie Aufmerksamkeit? Viele Webseiten verkaufen viel zu wenig, weil die entsprechenden Verkaufsprozesse nicht bekannt sind. In diesem Artikel wird eine Möglichkeit aufgezeigt wie es richtig geht und wie man Web 2.0 und 3.0 in die eigenen Verkaufsprozesse optimal integriert.

So kommen Besucher auf die Webseite

Grundsätzlich muss erst einmal in irgendeiner Form Werbung für die eigene Webseite betrieben werden, damit Besucher kommen. Je nach Höhe des vorhandenen Werbebudgets und der Zielgruppe muss herkömmliche Werbung (Radio, Flyer, Plakate, Anzeigen, Mailings, Banner, etc.) oder Online-Werbung (Suchmaschinenoptimierung, Google Adwords, Facebook, Youtube, Twitter etc.) gemacht werden. Langfristig ist es am besten eine eigene E-Mail-Liste mit Zielgruppen-E-Mail-Adressen aufzubauen. Das geht z. B. in dem man per Werbung auf einen Gratis Ratgeber, Video oder Webinar hinweist und im Gegenzug für das Gratis-Produkt die E-Mail-Adresse des Interessenten erhält. Diese kann dann beliebig oft und kostenlos für das eigene Marketing eingesetzt werden.

Volle Aufmerksamkeit mit Webinar oder Video

Mit wohl keinem anderen Medium kann man die volle Aufmerksamkeit seiner Zielgruppe bekommen, wie mit einem Webinar oder einem Video. Das Einzigartige bei einem Webinar oder Video ist: Der Interessent schenkt seine Zeit und Aufmerksamkeit und erhält im Gegenzug wertvolle Informationen, die er im Moment benötigt um eine Herausforderung zu lösen.

Geben ist seliger als nehmen

Verkaufen ohne zu verkaufen funktioniert nur dann, wenn man zuerst etwas gibt und zwar hochwertige und relevante Information für den Interessenten. Das ist als ob sie eine Einzahlung auf sein Konto machen. Nur ist es kein Konto bei einer Bank, sondern bei ihren Interessenten. Machen Sie in Form einer wirklich inhaltlich wertvollen (Powerpoint) Präsentation oder eines Videos >>

ohne zu verkaufen





Der digitale Verkäufer 3.0

Die (Anti-)Verkaufsstrategie, verkaufen ohne zu verkaufen. Wie Sie Produkte und Dienstleistungen leichter verkaufen

Buchtipp:

Der digitale Verkäufer 3.0 – Die (Anti-)Verkaufsstrategie, verkaufen ohne zu verkaufen. Wie Sie Produkte und Dienstleistungen leichter verkaufen.

Walter Eisele, ISBN 978-3-8417-7303-6 31,80 € im Buchhandel oder bei Amazon erhältlich. Hier gratis Leseprobe downloaden:

<http://kunden-sog-system.eu/der-digitale-verkaeuer-30/>

(XING, Facebook, Twitter) weiterempfehlen.

Sie müssen Ihre Präsentation so aufbauen, dass Sie indirekt verkaufen – also verkaufen ohne zu verkaufen. Am besten geht das, wenn Sie Problem und Lösung oder vorher/nachher Beispiele und Referenzen aufzeigen können. Außerdem müssen Sie sich als authentische Person mit Ecken und Kanten darstellen.

So nutzen Sie ein Webinar oder Video für Marketing und Verkauf

Melden Sie sich auf einer der bekannten Webinarplattformen an wie z. B.:

www.gotomeeting.de,

www.citrixonline.de,

www.spreed.com,

www.webex.de

www.meetcheap.com,

www.meetingburner.com,

www.new.livestream.com

www.flipitlive.com,

www.justin.tv,

www.make.tv

www.edudip.com

Mit Webinaren liefern Sie Ihren Teilnehmern wichtiges Wissen und Know-how. Die interaktiven Funktionen machen Ihr Webinar lebendig:

Die Teilnehmer können, je nach Anbieter: Fragen an den Sprecher stellen; an Umfragen teilnehmen; chatten; Bildschirmkopien auf dem PC speichern. Und das brauchen Sie für ein Webinar oder Video:

- Eine sehr gute Präsentation (Powerpoint) mit einer bestimmten Dramaturgie damit Sie verkaufen ohne zu verkaufen.
- Ein Produkt oder eine Dienstleistung, kombiniert mit einem unwiderstehlichen Angebot.
- Den Zugang zu einem Provider der die Technik zur Verfügung stellt. (Kostet zwischen 20 und 70,- € je nach Anbieter und Leistungsspektrum).
- Eine definierte Zielgruppe die Sie per eigener E-Mail-Liste (Opt-In) einladen.

Außerdem können Sie Partner mit einer eigenen E-Mail-Liste zum Zwecke der Einladung nutzen. Natürlich können Sie Ihr Webinar oder Video grundsätzlich in Newslettern bewerben.

Einen klar strukturierten Einladungsprozess (E-Mails für die Einladungssequenz, Registrierungsseite für die Teilnehmer, Seite für das Webinar, Seite für die Webinarwiederholung, E-Mail-Sequenz für Nachverkauf).

Webinare als Verkaufsinstrument

Diese Art der Kommunikation eignet sich hervorragend Dienstleistungen oder Produkte direkt und interaktiv vor einem großen Publikum (max. 1.000 Teilnehmer sind im Moment technisch möglich) zu kommunizieren und zu verkaufen.

Webinare sind ein mächtiger Hebel für den Verkauf

Als Gründer, Jungunternehmer, Franchisepartner oder Netzwerker, um nur einige Berufsgruppen zu nennen, tauschen Sie in der Regel Ihre Zeit gegen Geld. Mit einem Webinar haben Sie die Möglichkeit Ihre Zeit zu vervielfältigen. Das ist ein gigantischer Hebel, mit dem Sie Ihre Umsätze nach oben katapultieren können.

Das gleiche gilt für Handelsvertreter oder Fachhändler die mit Hilfe von Webinaren oder Videopräsentationen schnell und effektiv Vertrauen bei ihrer Zielgruppe aufbauen können. Sie sorgen dafür, dass die Teilnehmer bzw. potenziellen Kunden Sie kennen- und mögen lernen. Außerdem können Sie ideal die Vorteile und Nutzen kommunizieren, die Ihre Produkte oder Dienstleistungen der Zielgruppe bieten.

Lokale Geschäfte können sich mit Hilfe von Webinaren und Videos Alleinstellungsmerkmale gegenüber der Konkurrenz verschaffen und neue Kunden

gewinnen, die Kundenbindung erhöhen und darüber hinaus auch noch Kunden zurückgewinnen.

Power vom Web 3.0 nutzen

An dieser Stelle möchte ich an die Möglichkeiten der sozialen Netzwerke und der Echtzeitkommunikation im Web 3.0 erinnern. Eine Webinareinladung bei Facebook oder Twitter kann enormes bewirken.

Es gibt 1000+ Möglichkeiten Webinare als Marketing- und Verkaufsinstrument einzusetzen. Sie eignen sich für jeden Einsatz Ihre Botschaft, Ihr Produkt, oder Ihre Dienstleistung direkt und interaktiv zu kommunizieren und zu verkaufen.

Eingebunden in einen digitalisierten Verkaufsprozess können Webinare hohe zusätzliche Umsätze generieren.

Fazit

Webinar- und Videomarketing im Übergangszeitalter von Web 2.0 zum Web 3.0 ist ein MUSS für alle die etwas verkaufen wollen. Es wird etwas anspruchsvoller und da gilt es am Ball zu sein. Das Internet sind „nur“ verlinkte oder miteinander verbundene Computer. Das Web sind verlinkte Seiten. Heute verlinken wir Informationen, z.B. mit Text-Links und teilen miteinander Daten und Dateien. Morgen ist das gesamte Netzwerk EINS und wir verbinden uns auch mit „Dingen“ wie mobilen

Geräten, Geräten im Haushalt, Datenbanken, „Lebenshelfern“, usw.

Web 1.0 waren statische Webseiten zum Anklicken und Lesen. Einbahnstraßenkommunikation vom Seitenbetreiber in Richtung Websurfer oder zum Besucher der Webseite. Mehr ging nicht. Web 2.0 sind Blogs, Netzwerke mit interaktiven Möglichkeiten zum Austausch und der Macht selbst Inhalte im WorldWide-Web zu generieren und publizieren.

Web 3.0 ermöglicht interaktive und mobile Kommunikation in Echtzeit über das was ich oder andere gerade erleben. Die „Macht der Nutzer“ wird durch Phänomene wie z.B. das „Crowd-Sourcing“ auf eine neue und höhere Ebene gestellt. Menschen schließen sich im Internet zusammen, um gemeinsam billiger einzukaufen, Ideen zu entwickeln, Produkte zu erfinden und in Co-Kreation mit Produzenten zu vermarkten. E-Mail-Marketing, Webinare oder Videos sind das optimale Medium für diese interaktiven Prozesse. Nutzen Sie sie, um sich mit Ihren Kunden und Interessenten zu verbinden, Vertrauen aufzubauen, über ihre Produkte zu informieren und zu verkaufen.

Und so geht's weiter ...

In der nächsten Ausgabe lesen Sie, wie man Schritt für Schritt eine perfekte „Verkaufen-ohne-zu-Verkaufen“ Präsentation für ein Webinar oder Homepage-Video erstellt.



Zum Autor:

Walter Eisele, beratender Betriebswirt, Unternehmensberater und Seminarleiter. Ein kostenloser 3-teiliger Videokurs „Geheimnisse der Unternehmensführung für Selbstständige, Chefs, Führungskräfte, Verkäufer und Geschäftsführer“ kann unter www.unternehmermentor.eu angeschaut werden.

7. Erfolgstitips

1. Legen Sie ein monatliches Werbebudget fest und führen Sie geeignete Werbemaßnahmen durch, damit Besucher auf Ihre Webseite kommen.
2. Bauen Sie sich eine Liste mit E-Mail-Adressen Ihrer Zielgruppe auf und bleiben Sie regelmäßig in Kontakt.
3. Richten Sie automatisierte Verkaufsprozesse auf Ihrer Webseite ein.
4. Richten Sie sich Konten und Profile auf allen für Sie relevanten Netzwerken ein (z.B. Facebook, Twitter, Xing, LinkedIn oder YouTube).
5. Gründen Sie Gruppen und treten Sie anderen relevanten Gruppen bei. Beobachten Sie die Konversationen, Fragen, Probleme, Anliegen und machen Sie mit Lösungen den Weg „frei“.
6. Laden Sie Teilnehmer ein, Ihnen auf Twitter zu folgen oder Ihren Gruppen beizutreten.
7. Verursachen und dominieren Sie dann Konversationen in Sozialen Netzwerken zu Ihrem Thema.