
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



DIE RICHTIGE UNTERNEHMEN STRATEGIE

entscheidet über den langfristigen Erfolg
eines Unternehmens

Dauerhafte Auftragsauslastung für Gründer und Jungunternehmer in **sieben Schritten**

Es ist kein Geheimnis, das in jungen Unternehmen ein professionelles (Internet-) Marketing oft nicht möglich ist, weil das entsprechende Know-how und Budget noch nicht vorhanden ist. Viele Homepages nutzen die neuartigen Möglichkeiten des Internets um aktiv Vertrieb zu betreiben viel zu wenig. Oft findet man nur ein Kontaktformular um mit dem Webseiten-Betreiber in Kontakt zu treten. Außerdem haben die meisten Homepages nur einige Hundert Besucher pro Monat, wenn überhaupt. Eine Homepage muss mehr können als nur Image zu erzeugen oder einen anonymen Download eines Prospektes zu ermöglichen. Das reicht nicht für den erfolgreichen Vertrieb. Folge davon sind schwankende Auftragseingänge. Außerdem bringen teure Marketingmaßnahmen zu wenig Nachfragen und die Zeit zum Nachfassen wird für andere wichtige Tätigkeiten – sprich Tagesgeschäft – genutzt.

Kurzum: Welche Möglichkeiten bieten sich einem Gründer oder Jungunternehmer, um die alles entscheidende Auftragssituation zu verbessern? Es müssen verschiedene Maßnahmen zu einem Verkaufssystem

(Kunden-Sog-System) zusammengefügt werden, welches immer wieder automatisiert neue Interessenten erzeugt. Aufgrund der technischen Entwicklungen im Internet ist das jetzt für Gründer und Jungunternehmer

mer leicht und in kurzer Zeit machbar. Erleichtert wird die individuelle Umsetzung auch noch durch einen staatlichen Zuschuss von 1.500,- € unter Einhaltung bestimmter Voraussetzungen.



EHMENS

Ohne Strategie kein dauerhafter Erfolg

Zahlreiche Selbständige arbeiten schon seit vielen Jahren nach der „Engpass-konzentrierten-Strategie“ (EKS®) und haben ihre Branchenprofilierung enorm gesteigert. Durch die neue Denkweise rückt der Interessent bzw. Kunde in den Mittelpunkt: Der Nutzen steht an erster Stelle und nicht der Preis!

Die Engpass-konzentrierte Strategie

Die Engpass-konzentrierte Strategie basiert auf einem Konzept des Frankfurter Systemforschers Prof. h.c. Wolfgang Mewes. Das müssen Sie dabei im Vertrieb beachten: Analysieren Sie Stärken und Schwächen Ihrer Vertriebsausrichtung und -organisation – aus Sicht der Mitbewerber und der Zielgruppe.

Konzentrieren Sie sich auf eine genaue Zielgruppe und deren dringendsten Bedürfnisse, richten Sie Ihre Vertriebsmannschaft danach aus.

Spezialisieren Sie sich auf ein Marktsegment, dass Sie am besten mit Spitzenleistungen bedienen können. Motivieren und mobilisieren Sie mit Innovationsideen Ihre Vertriebsmitarbeiter. Profilieren Sie sich in Ihrer Kundenzielgruppe: bieten Sie ihr maßgenaue Lösungen an, die besser sind als die von den anderen Anbietern.

Erprobte Internet-Marketing-Tools

Ein Kunden-Sog-System ist auf Grundlage der EKS aufgebaut und bietet erprobte Marketing- und Vertriebswerkzeuge einschl. Controlling auf Internetbasis. Der Anwender wird von Marketingaufgaben eindrucksvoll entlastet und kann sich so ausschließlich auf seine Kunden und deren Wünsche konzentrieren. Wichtig: Mit einem geringeren Marketingbudget (als bisher eingesetzt), werden systematisch Interessenten gewonnen und Schritt für Schritt das notwendige Vertrauen aufgebaut. Zeitraubendes Nachfassen

auf Werbeaktionen (Briefe, Telefongespräche oder E-Mails) werden bei einem Kunden-Sog-System automatisiert und kostengünstig per E-Mail über das Internet erledigt.

Ein Kunden-Sog-System erledigt seine Aufgabe zu knapp 80% über das Internet. Von Interessenten angeforderte Ratgeber oder Zugänge zu Videokursen werden nach der Eingabe der Kontaktdaten (Name, Anschrift, Telefon, E-Mail-Adresse) automatisch rund um die Uhr verschickt. Danach folgt eine automatisierte Serie von verschiedenen nützlichen Informationen an die Interessenten per E-Mail. 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. Auch das Erfragen von Kundenwünschen und das lästige „Nachhaken“ von individuellen Werbeaktionen werden vom Kunden-Sog-System automatisch bearbeitet und protokolliert!



7

In 7 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 und hebt sich so vom Wettbewerb ab.

3. Plakate und Anzeigen in regionalen Medien und bei Google

Weil bei vielen jungen Firmen das Marketing-Budget gering ist, sollte im regionalen Bereich mit Plakaten auf den Ratgeber aufmerksam gemacht werden. In regionalen/überregionalen Zeitungen und im Internet (Google, Facebook) wird der Ratgeber beworben. Diejenigen welche sich augenblicklich mit der Thematik des Ratgebers (z. Bsp.: Bauen eines Kfz-40 Hauses oder energiesparender Hausumbau etc.) beschäftigen, fordern diesen Ratgeber auch an, weil sie das Thema interessiert und sie auch Bedarf an der Leistung des Unternehmens haben.

4. Landingpage gewinnt wertvolle Interessentenadressen

In allen Medien wird eine neue Internet Landingpage beworben. Diese spezielle Ein-Seiten-Internet-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.

5. Automatisierter E-Mail-Versand

Ein Autoresponder (spezielle E-Mail-Software und Datenbank) erledigt im Hintergrund alle Aktivitäten (Versand 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. Außerdem baut sich das Unternehmen einen langfristigen Vorrat an Interessenten und Aufträgen auf. Immaterielles Vermögen wird aufgebaut.

6. Newsletter baut Vertrauen auf

Mit einem Newsletter informiert der Unternehmer alle ein bis zwei Monate



über Neuigkeiten aus seinem Unternehmen. So wird der Kontakt mit dem Interessenten gehalten und Vertrauen aufgebaut. Das bedeutet einen großen Wettbewerbsvorsprung.

7. Fragebogen im Internet ermittelt Kundenwünsche

Per speziell ausgearbeitetem Fragebogen im Internet wird eine Vorselektion der Interessenten vorgenommen. Diese Informationen sind Gold wert, weil der Betrieb sich jetzt ein Bild von dem Interessenten machen kann und seine Bedürfnisse genauer kennt. Und das ohne zu 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.

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 auführen, 2. Kalkulieren Sie für jedes Angebot immer drei Alternativen (möglichst visualisieren), das heißt: ein Minimal-Angebot, ein Optimal-Angebot 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 Gründern und jungen Unternehmen mit kleinem Werbebudget Woche für Woche neue Interessenten anfragen 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 mit aktuellen E-Mail-Adressen
- neue Aufträge/Kundengewinnung
- mittelfristig Senkung der Werbekosten

Und so geht's weiter...

In der nächsten Ausgabe lesen Sie, was man als Gründer oder Jungunternehmer tun kann, wenn man dringend Antworten zu Fragen der Unternehmensführung benötigt.

Netcoo-Leser können unter

<http://www.kunden-sog-system.eu/ratgeber>

einen kostenlosen Ratgeber mit dem Titel „Die zehn gefährlichsten Fallen im Marketing und Vertrieb ... und die strategische Lösung!“ downloaden.



Engpass-konzentrierte Strategie – Was ist die EKS?

Die Engpass-konzentrierte Strategie wurde von dem Frankfurter Systemforscher Prof. h.c. Wolfgang Mewes 1979 in Form eines Fernlehrganges veröffentlicht. Mit der Wirksamkeit der Strategie beschäftigten sich rund 80 wissenschaftliche Veröffentlichungen. Mittlerweile haben über 100.000 Teilnehmer den von der staatlichen Zulassungsstelle für Fernlehrgänge zugelassenen Lehrgang absolviert und tauschen ihre Erfahrungen in Regionalgruppen aus. Das Ziel der Strategie liegt darin, die eigene Anziehungskraft oder die des Unternehmens durch Spezialisierung zu steigern. Aus der Kombination der Fähigkeiten, Beziehungen und der Stärken ergibt sich ein einmaliges unverwechselbares Profil. Die Kunst liegt darin, für sich oder sein Unternehmen eine Marktlücke zu finden, in die dieses Profil hineinpasst wie ein Schlüssel in ein Schloss.

Weitere Info in Form eines Videos finden Sie hier: <http://kunden-sog-system.eu/erfolgs-methode>

Starten Sie jetzt Ihre Karriere mit Vegas Cosmetics

Starten Sie mit dem umsatzstärksten Vegas Cosmetics Partner in ein erfolgreiches Jahr 2016!

Kontaktieren Sie mich:

Mail: jl@juergen-liebig.de
Mobil: +49 (0) 170 45 88 303
HP: www.juergen-liebig.de

Ihre Vorteile bei Vegas Cosmetics:

- hochwertige Konsumprodukte ohne Parabene und Formaldehyde zu einem unschlagbaren Preis
- Bio Aloe Vera Drink aus Frischblattgel aus ökologischen Anbau in Spanien ohne Verdickungsmittel Xanthan und ohne Konservierer Natriumbenzoat
- hochwertiger Echtschmuck aus Pforzheim und Modeschmuck aus Italien
- personalisierte Düfte mit Buntdruck auf der Flasche und Kartonaage für individuelle Gestaltung
- sensationelle Verdienstmöglichkeiten mit einer Ausschüttung von bis zu 50% an die Partner
- Handelsspanne mit bis zu 65%

