



Erfolgreiche Kundengewinnung durch Positionierung als *Experte*

Wie man mit einem Ratgeber Problemlösungen aufzeigt, Alleinstellungsmerkmale kommuniziert und so über das Internet automatisiert Kunden gewinnt

Mit einem Ratgeber kann man sich als Experte positionieren und Vertrauen bei der Zielgruppe aufbauen. Bestimmte Regeln sollten eingehalten werden, damit aus einem Ratgeber kein Werbeprospekt wird. Potenzielle Kunden werden mit Werbeprospekten regelrecht erschlagen. Das will kein Mensch mehr haben. Sie wollen Ihr Problem gelöst haben und nicht Prospekte mit Fachbegriffen wälzen.

Das zeichnet einen professionellen Ratgeber zur Neukundengewinnung aus:

Ein Ratgeber ist keine Werbung und kein umgeschriebener Werbeprospekt. Er bietet dem Leser hohen Nutzen und keine Werbeinhalte. Er liefert dem Leser (also der Zielgruppe) Informationen zu einem oder mehreren Problemen. Der Ratgeber erklärt, was die Situation des Lesers ist, welche Probleme damit im Zusammenhang stehen, worauf man bei einer Lösung unbedingt achten muss und welche Lösungsmöglichkeiten es bisher gab und was jetzt neu und besser ist. Meistens wird auf aufwendige Gestaltung verzichtet, weil

die Informationen im Vordergrund stehen. Eine zu schön designte Gestaltung würde zu sehr vom Inhalt ablenken und schnell unerwünschte Assoziationen zur Werbung wecken. Ein Ratgeber wird als PDF-Datei im Internet zum Download angeboten und kann natürlich auch in gedruckter Form bereitgestellt werden.

Was ist der Nutzen eines Ratgebers zur Neukundengewinnung, wenn er keine Werbung beinhalten soll?

Sie informieren (schulen) Schritt für Schritt den Interessenten/Leser mit dem Ratgeber, dass Ihr/e Dienstleistung/Produkt die/das Beste ist. Sie

bauen Vertrauen auf. Das bekommen Sie so mit herkömmlichen Werbetexten nicht hin.

Der Verzicht auf Werbung bringt Ihnen eine Menge Vorteile:

Sie überwinden die Kundenmeinung „Vorsicht, hier will mir einer etwas verkaufen!“. Sie etablieren Ihren Expertenstatus, weil Sie Ihrem Leser fundierte Informationen liefern. Sie geben Ihrem Leser eine neutrale Entscheidungshilfe. Oft werden Ratgeber wegen der werbefreien Informationen auch gern an andere Menschen weitergegeben. So erreichen Sie zusätzliche Interessenten, an die Sie mit klassischer Werbung



kaum gekommen wären und sie initiieren Mundpropaganda. Sie haben ein Akquisewerkzeug mit extrem langer Haltbarkeit. Änderungen sind leicht zu realisieren, weil es sich um ein PDF-Dokument handelt und nicht gedruckt ist.

So schreiben Sie Ihren Ratgeber zur Neukundengewinnung:

Sorgen Sie dafür, dass sich Ihr Leser sofort angesprochen fühlt. Überlegen Sie genau: An wen schreiben Sie überhaupt? Wer ist Ihre Zielgruppe?

Konzentrieren Sie sich auf das Hauptproblem Ihrer Zielgruppe. Das Geheimnis erfolgreicher Ratgeber ist die Fokussierung auf ein eindeutiges aktuelles Kundenproblem, bzw. damit verbundenen (Folge-)Problemen.

Bei einem Ratgeber ist die ausführliche Problembeschreibung fast noch wichtiger als ihre Lösung.

Das hat folgenden Grund: Wenn Sie die „Probleme/Schmerzen/Wünsche“ der Zielgruppe beim Namen nennen, also seine aktuelle Problematik genau schildern, erzeugen Sie sofort eine hohe Glaubwürdigkeit: „Hier ist jemand, der meine Situation kennt und mein Problem versteht und mir nicht sofort etwas verkaufen will.“

Sie müssen informative, überzeugende Inhalte liefern. Ziel des Ratgebers muss sein, die Zielgruppe/den Leser zu dem Schluss kommen lassen: Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung ist für sein Problem die richtige Lösung. Damit Sie dies erreichen, müssen Sie wie folgt vorgehen: Geben Sie einen historischen Überblick: Wie konnte es zu dem derzeitigen Problem kommen? Bringen Sie neue, generelle Problemlösungen/aktuelle Trends ins Spiel. Helfen Sie Ihren potenziellen Kunden mit einer Checkliste, worauf er vor seiner Kaufentscheidung achten muss, damit sein Problem professionell gelöst wird. Listen Sie neben

allgemeinen Auswahlkriterien vor allem solche auf, die nur Sie erfüllen – OHNE Ihren Namen expliziert zu nennen. Liefern Sie anschauliche Beispiele, bei denen Ihre Lösung geholfen hat.

Wann sollten Sie Ihre Lösung zur Sprache bringen?

Hier ist sehr viel Fingerspitzengefühl gefragt. Der ideale Zeitpunkt ist, wenn Sie Ihren Leser ausreichend informiert haben. Im nächsten Abschnitt können Sie näher auf Ihr Produkt oder Dienstleistung eingehen und zeigen, wie Ihr Unternehmen in geradezu idealer Weise die Checklisten-Anforderungen erfüllt. (Das ist kein Wunder, denn Sie haben ja die Checkliste selber erstellt). Durch Ihre neutrale Schreibweise und die vorher gelieferten Informationen wird Ihre Zielgruppe Ihre „Beratung“ mittels des Ratgebers als sehr hilfreich empfinden.

Wie sollte der Ratgeber zur Neukundengewinnung gestaltet sein?

Am besten so wenig Werbung wie möglich. Dies erhöht die Authentizität Ihres Ratgebers und hebt ihn deutlich von übriger Werbung ab.

Beginnen Sie mit einer Ideensammlung.

Schreiben Sie alle Ihnen bekannten Probleme Ihrer Zielgruppe auf und bewerten Sie diese. Machen Sie sich Gedanken zum Titel des Ratgebers. Der potenzielle Kunde muss sich angesprochen fühlen (haben wollen). Dieser muss das Gefühl haben, mit dem Ratgeber bekomme ich meine Probleme gelöst. Dafür gibt er dann auch gerne seine Daten her. Der Domain-Name der Landingpage, auf der der Ratgeber angefordert werden kann, ist ebenso wichtig. Der Domain-Name sollte das Problem beinhalten. Der potenzielle Kunde muss sich angesprochen fühlen.



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





Mit einem Ratgeber als PDF-Datei werden die E-Mail-Adressen von Interessenten gewonnen.

7. Erfolgstitps zur Positionierung als Experte mit einem Ratgeber

1. Suchen Sie alle brennenden Probleme Ihrer Zielgruppe, welche Ihre Produkte oder Dienstleistungen lösen können.
2. Das dringendste Problem sollte Bestandteil des Ratgeber-Titels sein.
3. Erstellen Sie eine Landingpage zum Anfordern des Ratgebers und das Erfassen der E-Mail-Adressen der Interessenten.
4. Bewerben Sie Ihren Ratgeber in Ihren Anzeigen in den Printmedien.
5. Verfassen Sie eine Pressemitteilung und versenden Sie diese an alle relevanten Zeitungen.
6. Bewerben Sie den Ratgeber in XING, Facebook, mit Google-Adwords, YouTube, Blog, Webseite.
7. Halten Sie automatisiert per E-Mail Kontakt mit den Lesern des Ratgebers um Vertrauen aufzubauen.

Gratis:
4-teiliges Video-Seminar für Netcoo-Leser

Gratis für Leser dieses Magazins: 4-teiliges-Video-Seminar „Innovationen und neue Wege zur Kundengewinnung“. Hier kostenlos anschauen:

Fazit

Ein Ratgeber ist eines der besten Instrumente um an Kunden zu kommen, weil er eine Brücke zwischen aktuellem Zielgruppen-Problem und der Lösung ist. Der Respons von Anzeigen aller Art wird drastisch erhöht, wenn man einen Ratgeber anbietet. Mit Hilfe des Internets kann der Versand automatisiert werden. Außerdem wertet die Möglichkeit einen Ratgeber downzuloaden jede Webseite enorm auf und sorgt für wertvolle Interessentenadressen, die man sehr leicht zu Kunden machen kann.

Und so geht's weiter...

In der nächsten Ausgabe lesen Sie, wie Sie mit YouTube-Marketing und Videos neue Kunden gewinnen können.

www.kunden-sog-system.eu