Raphael Knoche

24 KUNDEN IN 24 STUNDEN

Erst einmal möchte ich Sie beglückwünschen...

...Sie zählen zu den Unternehmern, die aktiv etwas für ihre erfolgreiche Kundengewinnung im Internet tun.

Wenn Sie daher Unternehmer sind und eine Dienstleitung oder ein Produkt auf Ihrer Webseite anbieten, dann sind Sie hier goldrichtig.

Und ich muss mich bei Ihnen entschuldigen, dass ich einen so reißerischen Titel gewählt habe. Aber ich musste Ihre volle Aufmerksamkeit gewinnen. Und offenbar hat es funktioniert, da Sie nun diese Zeilen lesen.

Ich möchte mit diesem Report ein für allemal Schluss machen, mit den leeren Versprechungen und scheinbaren Wunderpillen. Dass Sie hier und da ein paar Klicks machen sollen und schon kommen die Kunden wie von Zauberhand und Sie stehen bei Google auf Platz 1. Sie als smarter Unternehmer wissen doch längst, dass es solch eine Wunderpille nicht gibt.

Und vielleicht geht es Ihnen wie mir vor einigen Jahren, dass Sie sich erschlagen fühlen, von den vielen Informationen, welche über die Neukundengewinnung im Internet zu finden sind.

Schmerzlich musste ich feststellen, dass die vielen „Marketing-Experten“ ihre Kunden nur damit gewinnen, indem Sie anderen zeigen wie sie Kunden gewinnen...

Das ist völlig paradox...

Diese „Experten“ haben noch nie ein eigenes Geschäft aufgebaut und können nicht wissen, worauf es wirklich ankommt.

Es hat mich sehr viel Zeit und Geld gekostet, dies herauszufinden. Mit diesem Report möchte ich Ihnen das ersparen und Ihnen eine Abkürzung aufzeigen.

„7 Kunden in 7 Tagen“ klingt im ersten Moment sehr reißerisch. Trotzdem hat dieser Titel einen hohen Wahrheitsgehalt. Sie werden später noch erfahren warum.

Denken Sie kurz nach, wie sich Ihr Leben verändern würde, wenn Sie plötzlich viele neue Kunden gewinnen... und das täglich, per Autopilot! Wie würde Ihr Leben aussehen, wenn Sie plötzlich mehr Kunden, mehr Geld und dadurch mehr Freiheit haben?

Lassen Sie uns sofort loslegen!
Raphael – viele neue Kunden - Knoche

Es ist an der Zeit, alte Gewohnheiten endlich abzulegen. Die Kundengewinnung hat sich um 180 Grad gedreht. Während Sie früher aktiv nach Kunden suchen mussten, ist es heute genau andersherum.

Ihre potenziellen Kunden suchen nach Ihnen!

Sie müssen es Ihren potenziellen Kunden lediglich einfach machen, Sie zu finden und mit Ihnen in Kontakt zu treten. Denn eines ist sicher: Ihre potenziellen Kunden werden bekommen was sie suchen. Sie müssen nur entscheiden, ob sie das bei Ihnen bekommen, oder bei Ihren Mitbewerbern.

Wenn Sie bisher zu der großen Masse der Unternehmer gehören, welche mit ihrer Webseite und der Kundengewinnung über das Internet bisher keine großen Erfolge erzielen konnten, oder die Webseite vor sich hin dümpelt, dann ist das nicht Ihre Schuld und es geht Ihnen wie 96% der anderen Webseitenbetreiber, welche mit ihren Webseiten einfach keine Besucher, geschweige denn Kunden gewinnen.

Warum gewinnen 96% aller Webseiten keine neuen Kunden und verdienen kein Geld?

Problem 1:

Webseitenagenturen. Diese programmieren Ihnen toll designte Webseiten und verlangen dafür auch noch schwindelerregende Summen. Der Haken dabei ist nur, dass diese Webseiten keine neuen Kunden bringen, da sie den potenziellen Kunden keinen Anreiz geben sich näher mit Ihnen zu beschäftigen, geschweige denn seine Kontaktdaten bei Ihnen zu hinterlassen. (Dazu später mehr...)

Problem 2:

Falsche Kommunikation. Wenn ich mit Unternehmern spreche, dann höre ich immer nur, wie toll deren Produkte sind. Aber das interessiert mich herzlich wenig. Und auch deren Kunden interessiert es herzlich wenig. Denn die potenziellen Kunden möchten keine Produkte kaufen, sondern das Endresultat. Ich kaufe daher keine Bohrmaschine, sondern das schöne Gemälde an der Wand, welches ich durch sauber gebohrte Löcher sicher und ohne viel Kraftaufwand montieren kann. (Dazu später mehr...)

Problem 3:

Unattraktives Angebot. Wenn Sie Ihrem Kunden weniger geben, als Sie von ihm dafür nehmen, dann haben Sie ein unattraktives Angebot. Selbst wenn Ihre Webseite gut besucht ist, wird keiner bei Ihnen kaufen. Gestalten Sie Ihr Angebot attraktiv. (Dazu später mehr...)

Problem 4:

Keine Besucher, keine Kunden. Vielleicht hat man Ihnen erzählt, dass Sie bei Google gefunden werden müssen und dass Sie Suchmaschinen Marketing betreiben müssen, wofür Sie erst einmal noch mehr Geld auf den Tisch legen sollen. Und als Sie keine Erfolge sahen, erzählte man Ihnen, dass es eine Weile dauert, bis Google Sie auf der ersten Seite listet und Sie Geduld haben müssen. Vielleicht wollte man Ihnen auch

weismachen, dass Sie täglich bei Facebook posten sollen. (Streichen Sie das alles von Ihrer Liste, es bringt Ihnen rein gar nichts! Dazu später mehr...)

Problem 5:

Kein intelligentes Nachbearbeitungssystem in Form von z.B. einer E-Mail Marketing Software, welches dafür sorgt, dass Sie eine Beziehung zu Ihren Interessenten aufbauen können und diese in Kunden verwandelt werden. (Es hört sich komplizierter an, als es tatsächlich ist. Dazu später mehr...)

Problem 6:

Keine weiteren Angebote an bestehende Kunden. Laut einer Studie ist es zehnmal einfacher, einem bestehenden Kunden zu weiteren Käufen zu bewegen, als einen Neukunden zu gewinnen. Trotzdem lassen viele Unternehmer Ihre Kunden links liegen, wenn diese einmal gekauft haben. (Dazu später mehr...)

Problem 7:

Sie verkaufen sich unter Wert. Aufgrund von aufkommender Konkurrenz oder gleich bleibenden schlechten Besucherzahlen, machen Sie Ihr Angebot günstiger.
Das ist allerdings für beide Seiten ein schlechter Deal und ich möchte Ihnen auch erklären warum das so ist. (Dazu später mehr...)

Problem 8:

Fehlende Reputation. Ihre potenziellen Kunden glauben und vertrauen Ihnen nicht. Wenn ausschließlich Ihre eigene Webseite im Netz gefunden wird und keine weiteren Informationen von anderen Webseiten über Sie vorhanden sind, dann werden Ihnen Ihre potenziellen Kunden wenig Vertrauen schenken und demnach nicht mit Ihnen in Kontakt treten, geschweige denn bei Ihnen zu kaufen. (Dazu später mehr...)

Aber was macht diese kleine elitäre Gruppe von 4% anders als die große Masse?

Vielleicht fragen Sie sich jetzt, wie Sie diese Probleme lösen können. Gerne gehe ich mit Ihnen gemeinsam in diesem Buch etwas mehr in die Tiefe. Aber bevor ich das tue, möchte ich mich kurz bei Ihnen vorstellen und Ihnen meine Geschichte erzählen, wie es überhaupt dazu kam, dass Sie nun dieses Buch von mir lesen:

Nach 17 Jahren Interneterfahrung weiß ich, dass die meisten Versprechungen der scheinbaren „Experten“ absoluter Schwachsinn sind.

Diese haben noch nie ein reales Geschäft aufgebaut und gewinnen ihre Kunden nur dadurch, indem sie anderen zeigen wie man Kunden gewinnt. Das ist doch paradox. Für mich war das Thema Kundengewinnung im Internet immer ein Buch mit sieben Siegeln und ich dachte, dass die erfolgreichen Webseiten irgendwelche Tricks und geheimnisvolle Techniken anwenden.

Es kam mir wie ein dichter Nebel vor, den ich nicht durchschauen konnte. Heute weiß ich, dass es absolut keine Tricks gibt und jede erfolgreiche Webseite auf einem soliden System basiert, welches zwar einfach umzusetzen ist, wenn man das nötige Wissen hat, aber trotzdem mit Arbeit verbunden ist.

Diese Systeme sind dafür verantwortlich, die Kundenzahlen von erfolgreichen Webseiten in schwindelerregende Höhen zu skalieren.

Diese Systeme gilt es zu verstehen und ich möchte Ihnen gerne dabei helfen.

Als mein Modem im Jahr 1998, ich war gerade 16 Jahre alt geworden, sich zum ersten Mal ins Internet einwählte und dabei seltsame Geräusche machte, hatte es mich gepackt. Zwei Jahre später habe ich ein Online-Versandhandelsunternehmen gegründet, welches weitere drei Jahre später zum größten eBay Verkäufer Europas und Nummer vier der Welt herangewachsen ist.

An Spitzentagen versendete mein Unternehmen bis zu 600 (!!) Pakete. Das waren über 10.000 Pakete im Monat. Täglich rollten die LKW's von DHL an und transportierten unsere Waren in die ganze Welt. Die eBay Führungsetage flog zu uns in den Süden, nur um uns zu besuchen und zu beglückwünschen. Es war fantastisch.

Als die „guten Jahre" vorbei waren und ich feststellte, dass eBay allmählich an Glanz verloren hatte, kamen meine Ideen zur Kursänderung bei den mittlerweile anderen zwei Geschäftsführern gar nicht gut an. Um nun eine lange Geschichte etwas abzukürzen... Ich wurde aus meiner eigenen Firma gedrängt. (Heute bin ich sehr froh darüber, aber dazu später mehr...)

Sie können sich vorstellen, in welches Loch ich damals gefallen bin.

Da stand ich nun... mit nichts.

Also setzte ich mich hin und ging in mich. Ich überlegte mir, worin ich richtig gut bin und mit welcher Fähigkeit ich den Menschen einen Mehrwert liefern kann. Welches Wissen habe ich, wofür andere Menschen sogar bereit wären Geld dafür auszugeben?

Und dann kam mir ein Gedanke, welcher mein Leben noch einmal grundlegend verändern sollte.

In der Zeit als Geschäftsführer in meinem Versandhandelsunternehmen ärgerte ich mich immer wieder darüber, welch schlechte Bewerbungen ich auf unsere offenen Stellen erhalten habe und wie miserabel diese Bewerber auf Vorstellungsgespräche vorbereitet waren.

Oft dachte ich mir, dass diese Menschen zuerst einen Bewerbungscoach aufsuchen sollten, weil sie sich ansonsten die Chance auf den Job bereits in der Bewerbung verbauen...

Um nun eine weitere lange Geschichte abzukürzen... Ich beschloss Bewerbungscoach zu werden, ein Buch darüber zu schreiben, Coachings und Seminare zu geben und den Menschen dabei zu helfen, eine perfekte Bewerbung zu kreieren und optimal auf das Vorstellungsgespräch vorbereitet zu sein.

Das Problem war nur, dass mir 33.833 Treffer angezeigt wurden, als ich „Bewerbung“ bei amazon eingab und ich war mir nicht sicher, ob die Welt wirklich auf ein weiteres, sprich 33.834 Bewerbungsbuch wartet...

Da ich der Überzeugung war, dass meine Kenntnisse über die Bewerbung und das Vorstellungsgespräch wirklichen Mehrwert für die Menschen bietet und es ihnen wirklich helfen kann, beschloss ich einen völlig anderen Weg zu gehen.

Ich beschloss, mein Buch nicht als gedruckte Version über amazon (wie alle anderen), sondern ausschließlich als Ebook zum Download über meine eigene Webseite anzubieten und über eigenes Online-Marketing zu vertreiben. Da ich somit keinen teuren Verlag bezahlen musste und die saftige Provision an amazon ebenfalls entfällt, konnte ich dieses Budget komplett in Online-Marketing investieren.

Das Problem war nur, dass ich mit meinem Versandhandelsunternehmen ausschließlich die Handelsplattformen wie eBay und amazon genutzt habe und somit kein Online-Marketing oder die Neukundengewinnung im Internet notwendig war, da diese Plattformen uns täglich neue Kunden geliefert haben.

Sprich, zu diesem Zeitpunkt hatte ich nicht die geringste Ahnung, wie ich an Kunden für mein Buch oder für meine Coachings- und Seminare kommen sollte, geschweige denn wie ich eine eigene Webseite erstelle.

Da die Kundengewinnung im Internet absolutes Neuland für mich war, war ich auf andere „Experten“ angewiesen und kaufte sämtliche Bücher und Kurse zu diesem Thema

Ich las bis zu drei Bücher in der Woche, arbeitete etliche Online-Kurse durch und reiste zu unzähligen Seminaren und Vorträgen. Ich habe tausende Dinge probiert, von welchen nur ein Bruchteil wirklich funktionierte.

Ich habe Unsummen für Online-Marketing einfach „verbrannt“, weil ich den Tipps der vermeintlichen „Experten“ gefolgt bin. Ich investierte tausende von Euros in das Wissen an sich und habe über die Jahre hinweg bis zum heutigen Zeitpunkt einen sechsstelligen Betrag in mein Online-Marketing investiert.

Diesen Betrag würde ich übrigens jederzeit wieder investieren, da es mir ein Vielfaches davon eingebracht hat. So wie ich eben bin, wollte ich zum absoluten Profi auf diesem Gebiet werden... Um eine weitere lange Geschichte abzukürzen...

Heute erzeugen meine Webseiten täglich neue Kunden im Internet und bescheren mir einen soliden sechsstelligen Jahresumsatz. Und das in einem der schwierigsten Märkte überhaupt, denn meine Kunden sind in der Regel arbeitslos und haben schlichtweg kein Geld, welches sie investieren können, selbst wenn sie es wollten. Ich habe daher mit wenigen Ausnahmen Produkte, welche im Niedrigpreissegment liegen, damit sie für meine potenziellen Kunden bezahlbar bleiben.

Da ich sehr neugierig bin und unbedingt wissen wollte, wie dieses System in anderen Märkten funktioniert, habe ich es befreundeten Unternehmern gezeigt.

Und was soll ich sagen... die Rückmeldungen waren gigantisch und haben alle meine Erwartungen übertroffen.

Übertroffen deshalb, weil es bei ihnen (in anderen Märkten) besser funktionierte, als bei mir selbst.

Zu diesem Zeitpunkt wurde mir klar, dass ich dieses System mit ausgewählten Unternehmern teilen muss, einfach nur deshalb, um die Welt ein kleines Stück besser zu machen und etwas Großartiges zurückzugeben.

Auch wenn meine Geschichte über mich nun etwas länger dauerte, wollte ich dennoch, dass Sie über meinen Hintergrund Bescheid wissen. Nun aber genug zu mir... machen wir weiter ☺

Okay, das war bereits ganz schön viel... Aber der Report heißt „7 Kunden in 7 Tagen“ und diese Informationen reichen noch nicht aus, um sofort loslegen zu können. Mir liegt sehr viel daran, dass Ihnen dieser Report WIRKLICH weiterhilft und Sie echten Mehrwert daraus ziehen können.

Also, wie lösen Sie die genannten 8 Probleme in der Praxis?

Lösung 1:

Webseiten mit viel Design, aber wenig Sinn.

Der Kunde soll wissen, dass er bei Ihnen goldrichtig ist und seine Kontaktdaten hinterlassen soll.

Sorgen Sie dafür, dass der Besucher sofort erkennt, dass er bei Ihnen goldrichtig ist und im nächsten Schritt glasklar gezeigt bekommt, was er auf Ihrer Webseite tun soll.

Das kann z.B. das hinterlassen von seinen Kontaktdaten sein, oder die Aufforderung Sie direkt anzurufen. Im Ausnahmefall kann das auch die direkte Aufforderung zu einem Kauf oder einer Buchung sein.

Platzieren Sie auf Ihrer Webseite eine aussagekräftige Überschrift, welche exakt das Hauptproblem Ihres Interessenten beschreibt. Überlegen Sie sich daher, welches

Hauptproblem Ihren Interessent beschäftigt und fügen Sie dies als Überschrift in Ihre Webseite ein. Ich nenne das die „magnetic message“.

Der Interessent fühlt sich dadurch sofort verstanden und wird sich Ihre Webseite genauer anschauen. Im zweiten Schritt zeigen Sie Ihrem Interessenten, was Sie für ihn vorbereitet haben und welchen Nutzen er von Ihnen erwarten kann. Im Idealfall ist das die Lösung für sein Problem.

Im dritten Schritt fordern Sie Ihren Interessenten auf, die Lösung für sein Problem bei Ihnen anzufordern. Dies kann ein Anruf bei Ihnen bedeuten, die Eintragung in ein Kontakt-Formular, oder der direkte Kauf Ihres Produktes oder Dienstleistung.

Beispielsweise könnten Sie ein kurzes PDF-Dokument für Ihren Interessenten vorbereiten, in welchem Sie das Problem für Ihren Interessenten lösen. Als weiteres Beispiel könnten Sie die Top 10 Tipps für Ihren Interessenten vorbereiten. Wichtig ist, dass die Informationen schnell und sofort anwendbar sind.

Wenn Sie beispielsweise Immobilienmakler sind:
„10 Fehler, die Sie bei Ihrem Immobilienverkauf vermeiden müssen“

Geben Sie dem Interessent eine unmissverständliche Handlungsaufforderung, indem Sie ihn z.B. auffordern, seine Kontaktdaten zu hinterlassen und die Problemlösung anzufordern.

Die Handlungsaufforderung können Sie in einen Text, ein Bild oder in ein kurzes Video verpacken. Ich bevorzuge immer ein Video, da es schlichtweg persönlicher und sehr einfach zu erstellen ist.

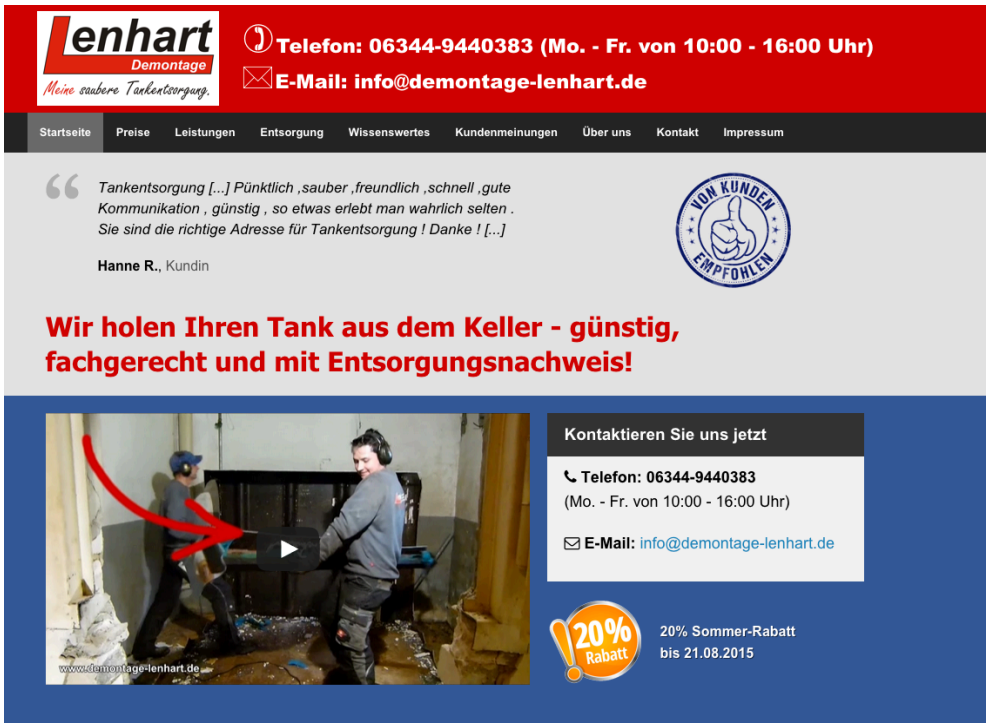
Zudem können Sie dieses Video auf YouTube hochladen, was wiederum für mehr interessierte Besucher sorgt, denn YouTube ist mittlerweile hinter Google die zweitgrößte Suchmaschine der Welt.

In meinem kostenlosen Internet-Seminar zeige ich Ihnen eine verblüffende Fallstudie von einem Unternehmer, der exakt diese Technik sehr erfolgreich einsetzt...

Damit Sie sich das Ganze etwas besser vorstellen können, möchte ich Ihnen ein paar Beispiele von sehr erfolgreichen Webseiten zeigen. Sie werden sehen, dass dieses System in jedem Markt funktioniert. Diese Beispiele reichen vom Finanzdienstleister, über einen Entsorgungsdienstleister, bis hin zur Gesangstrainerin.

Quelle: http://www.ihre-beste-geldanlage.de/

Quelle: http://web4handwerk.de/



Quelle: http://demontage-lenhart.de/

Quelle: http://www.einsinguebungen.com/

Lösung 2:

Falsche Kommunikation. Verkaufen Sie das Endresultat, nicht den Weg dorthin.

Sie sind kein Steuerberater, sondern Sie helfen anderen Menschen Steuern zu sparen, damit sie es für nützlichere Dinge ausgeben können.

Sie sind kein Fitnesstrainer, sondern Sie helfen anderen Menschen sportlich fit zu bleiben und sorgen dafür, dass diese sich in Ihrem Körper wohlfühlen.

Sie sind kein Maler, sondern Sie helfen anderen Menschen sich in ihren vier Wänden wohlzufühlen.

Hierzu eine kurze Geschichte:
Für einen Freund musste ich neulich einen guten Hochzeitsfotografen ausfindig machen. Also gab ich „Hochzeitsfotograf“ bei Google ein und erhielt tausende Treffer.

Die Preisspanne reichte von 250€ - 4.000€. Das war sehr interessant und ich dachte mir, wie schaffen es manche Menschen für dieselbe Dienstleitung das zwanzigfache einzunehmen?

Die Lösung war schnell gefunden. Denn diejenigen welche im oberen Preissegment lagen, hatten alle etwas gemeinsam: Sie haben verstanden, was der Kunde wirklich will.

Denn der Kunde möchte im Grunde genommen keinen Hochzeitsfotografen, sondern er möchte Folgendes:

Wunderschöne Erinnerungen vom schönsten Tag seines Lebens.

Und genau so haben es die Fotografen im höheren Preissegment auch kommuniziert.

Machen Sie sich bewusst, dass niemand eine Dienstleistung oder ein Produkt kaufen möchte, sondern immer das Endresultat.

Machen Sie sich daher Gedanken. Welches Endresultat liefert Ihr Angebot?

Bestes Beispiel ist Apple mit seinem iPod MP3 Player.
Während alle anderen Mitbewerber auf die technischen Details ihrer MP3 Player eingingen, mit 10GB Speicherplatz warben und sich mit den Abmessungen verkünstelten, sagte Apple einfach nur:

Der neue iPod. Tausend Songs in Deiner Tasche.

Was will Ihr Kunde wirklich? Diese Frage beantworten wir im Internet-Seminar...

Lösung 3:

Unattraktives Angebot. Schaffen Sie ein attraktives Angebot, indem Sie Ihrem Kunden mehr geben, als Sie von ihm dafür nehmen.

Wie machen Sie das?

Denken Sie daran, Sie verkaufen Ihrem Kunden nicht Ihre Dienstleitung oder Produkt, sondern das Ergebnis. Das Endresultat.

Ihre Dienstleistung oder Produkt ist nur der Weg zum Ziel. Der Kunde möchte lediglich von seiner Ausgangssituation A, zur Wunschsituation B kommen und Sie sollen ihn dort hinführen.

In meinem kostenfreien Internet-Seminar zeige ich Ihnen Schritt-für-Schritt wie Sie das machen...

Wenn Ihr potenzieller Kunde nun erkennt, dass das Ergebnis welches Ihr Angebot liefert, viel mehr wert ist, als der Betrag welchen er dafür aufbringen muss, dann wird er bei Ihnen kaufen. Es wäre völlig unlogisch, wenn er es nicht tun würde.

Wenn Sie Ihrem potenziellen Kunden etwas für 100€ verkaufen möchten, dann sollte Ihr Angebot aus der Sicht des Kunden mindestens 200€ wert sein.

Das ist ein attraktives Angebot!

Denken Sie daher immer aus Kundensicht und überlegen Sie sich, wie Sie Ihr Angebot aus seiner Sicht noch attraktiver und wertvoller gestalten können.

Entkoppeln Sie die vielen Stunden, welche Sie in Ihre Dienstleitung oder Produkt investiert haben. Es geht allein darum, welchen Wert Ihr potenzieller Kunde in Ihrem Angebot sieht und wie gut Sie sind, ihn von seiner Ausgangssituation A, zur Wunschsituation B zu bringen.

Lösung 4:

Keine Besucher, keine Kunden.

Leiten Sie die RICHTIGEN Besucher in der RICHTIGEN Menge auf ihre Webseite. Sie können am Tag 1.000 Besucher auf Ihrer Webseite haben. Aber wenn diese Besucher auf der Suche nach einer Klavierlehrerin sind und Sie Immobiliendienstleistungen anbieten, dann bringt Ihnen das herzlich wenig.

Vielleicht wurde Ihnen erzählt, dass Sie Ihre Webseite so gestalten müssen, dass Sie bei Google gut gefunden werden. Vielleicht posten Sie auch fleißig in den Sozialen-Netzwerken wie Facebook, Twitter und Co. Für diese Art von Marketing habe ich

einen Begriff. Ich nenne es „Hoffnungsmarketing“. Sie hoffen, dass irgendwann Besucher auf Ihre Webseite kommen.

Und wenn Sie es dann nach einem Jahr endlich geschafft haben bei Google in der Suche ganz oben zu erscheinen, dann aber auch nur so lange, bis Google sich entschließt den Algorithmus zu ändern und das ganze Spiel von vorne beginnt.

Ich gehe lieber den anderen, effizienteren und kalkulierbaren Weg.
Und auch meine Kunden haben damit die größten Erfolge.

Ich kaufe mir die RICHTIGEN Besucher in der RICHTIGEN Menge ein.

Das heißt ich nutze ebenfalls Google und Facebook als Besucherquelle, aber ich hoffe nicht auf Besucher, sondern ich kalkuliere wie viel ich bereit bin, für einen hochinteressierten Besucher zu bezahlen.

Wenn ein Besucher auf Google nach Hundetraining sucht und Sie Hundetraining auf Ihrer Webseite anbieten, wie viel sind Sie dann bereit zu bezahlen, dass diesem Besucher Ihre Werbeanzeige eingeblendet wird?

Diese Besucherquelle nennt sich Anzeigen-Marketing und Sie ist die wertvollste, die ich kenne. Das Beste daran, Sie können so viel Besucher auf Ihre Webseite leiten, wie Sie möchten. Ihr Geschäft wird dadurch extrem skalierbar.

Wenn Sie jetzt denken, dass diese Art von Marketing teuer ist, dann haben Sie es noch nicht verstanden. Es gibt hier kein teuer und kein billig, sondern nur profitabel und unprofitabel. Und wenn ich in diese Besucherquelle 1€ investiere und dafür 2€ herausbekomme, dann ist das ein profitables Geschäft für mich. Dann investiere ich auch gerne 10€, 100€, 500€ oder 1.000€ am Tag.

Es handelt sich daher nicht um Kosten, sondern um eine Investition.

Nicht nur Google, auch Facebook bietet Ihnen an, bezahlte Anzeigen zu schalten. Bezahlte Anzeigen sind dafür verantwortlich, dass sich mein Geschäft und auch das von vielen meiner Kunden zu einem sechsstellig skalierten Geschäft entwickelt hat.

Facebook geht noch einen Schritt weiter und bietet seinen Kunden zielgenaue Besucher an. Das heißt, Sie können Besucher auf Ihre Webseite lenken, welche mit extrem hoher Wahrscheinlichkeit an Ihrem Angebot interessiert sind.

Wenn Sie beispielsweise Fitnesstrainer sind und sich auf Frauen nach der Schwangerschaft im Umkreis München spezialisiert haben, dann ist es möglich Ihre Werbeanzeige nur den Frauen anzuzeigen, welche innerhalb der letzten Wochen ein Kind zur Welt gebracht haben und im Umkreis München leben. Das Ganze können Sie noch nach Einkommen, Alter usw. eingrenzen. Sie merken, es gibt absolut nichts, wonach Sie nicht filtern können.

Ein Rechenbeispiel:
Nehmen wir einmal an, Sie erreichen mit Ihrer Webseite (nach unserer Optimierung) eine Rate in Ihr Kontaktformular von 10%. Sprich, von einhundert Besuchern, hinterlassen nur 10 Besucher die Kontaktdaten oder nehmen mit Ihnen telefonisch Kontakt auf. (Das sind sehr vorsichtig gerechnete Zahlen. Meine eigenen und auch die meiner Kunden liegen weit darüber...)

Nehmen wir weiter an, von diesen hochqualifizierten Interessenten nehmen wiederrum nur 10%, sprich exakt 1 Interessent Ihr Angebot zu einem Preis von 300€ an. Dann macht das einen Gesamtumsatz von 300 €.

Nehmen wir nun an, Sie bezahlen für jeden Besucher auf Ihre Webseite 1€ (das ist etwas übertrieben, normalerweise ist es weitaus günstiger). Dann haben Sie für 100 Besucher = 100€ bezahlt.

Das heißt für Sie:
300€ Umsatz – 100€ Investition für Besucher = 200€ Gewinn

Das ist ein guter Deal für Ihr Geschäft. Und sobald Sie an diesem Punkt angekommen sind, können Sie Ihr Geschäft EXTREM nach oben skalieren.

Denn dann erzeugt Ihre Webseite aus 1.000€ = 3.000€ und aus 10.000€ = 30.000€ und Sie haben somit ein skalierbares System geschaffen.

Um Ihnen eine Zahl zu nennen. Ich habe in den letzten 5 Jahren über 250.000€ allein in Google Anzeigen investiert und würde es jederzeit wieder tun.

Über das Thema Anzeigen Marketing könnte ich noch weitere hundert Seiten schreiben, aber ich möchte Ihre Zeit an dieser Stelle nicht zu sehr beanspruchen. Wir werden im Internet-Seminar etwas mehr in die Tiefe gehen. Melden Sie sich jetzt hier kostenlos zum nächsten Termin an.

Lösung 5:

Kein intelligentes Nachbearbeitungssystem.
Bauen Sie zu Ihren Interessenten eine Beziehung auf, schaffen Sie Vertrauen und wandeln Sie diesen Interessenten in einen Kunden um.

Das klingt zunächst sehr kompliziert, aber das ist es absolut nicht. Selbstverständlich könnten Sie sich hinsetzen und jeden Kunden einzeln per E-Mail anschreiben oder anrufen, aber das ist nicht unser Ziel und mit der richtigen E-Mail Marketing Software auch absolut nicht mehr nötig.

Wir haben in der heutigen Zeit die genialsten Werkzeuge, welche wir mit unserem Laptop kinderleicht steuern und vor allem automatisieren können.

Beispielsweise können Sie Ihrem Interessent nach der Eintragung per E-Mail auf Ihrer Webseite eine sogenannte „Follow-Up“ E-Mail Serie senden. In dieser E-Mail Serie können Sie sich und Ihr Unternehmen vorstellen und weiteres Vertrauen zum Interessenten aufbauen. Auch Ihr Angebot können Sie dort geschickt platzieren.

Sie haben somit die Möglichkeit, Ihren Interessenten zu kontaktieren und ihn davon zu überzeugen, dass Sie der richtige Mann / die richtige Frau für sein Problem sind.

Das geniale daran, diese E-Mail Sequenz läuft vollautomatisch und Sie müssen sie nur ein einziges Mal aufsetzen. Beispielsweise geben Sie dort an, dass 2 Tage nach der Eintragung eine E-Mail mit weiteren hilfreichen Tipps zum Problem Ihres Interessenten versendet werden soll. 4 Tage später soll dann eine weitere E-Mail raus, u.s.w.

Aber das absolut geniale daran ist Folgendes:
Jedes Mal, wenn Sie ein neues Produkt veröffentlichen oder eine Aktion starten möchten, können Sie Ihre E-Mail Liste anschreiben und haben mit nur einem Klick hunderte, tausende oder zehntausende interessierte Besucher auf Ihrem Angebot.

E-Mail Marketing hat mein Geschäft und auch das meiner Kunden auf ein völlig neues Level gehoben. Mit einer E-Mail Liste sind Sie absolut frei und unabhängig von jeglichen Besucherquellen und erzeugen per Knopfdruck Ihren eigenen Besucherstrom, so oft Sie möchten und wann Sie möchten.

„Geld verdienen auf Knopfdruck“ ist daher kein reißerischer Marketingspruch mehr, sondern die pure Realität. Mehr dazu im Internet-Seminar.

Lösung 6:

Keine weiteren Angebote an bestehende Kunden. Bauen Sie zu Ihrem Kunden eine Beziehung auf, schaffen Sie Vertrauen und geben Sie ihm so viel Mehrwert, dass er immer wieder bei Ihnen kauft.

Nachdem Ihr Kunde sich entschieden hat, bei Ihnen zu kaufen, geht es erst richtig los. Ich verstehe nicht, warum sich die meisten Unternehmer nur auf Neukunden konzentrieren, was den absolut schwierigsten Teil darstellt.

Laut einer Studie ist es zehnmal einfacher, einem bereits bestehenden Kunden weitere Angebote zu machen um dafür zu sorgen, dass er wieder und wieder bei Ihnen kauft. Ich habe dieselbe Erfahrung gemacht und auch meine Kunden können das bestätigen.

Das heißt, auch nach dem Kauf müssen Sie Ihren Kunden optimal betreuen.

Das Gute daran, auch hier können Sie wieder das meiste automatisieren. Eine gute E-Mail Marketing Software erkennt, wenn ein Interessent zum Kunden wird.

Für Sie heißt das, dass Sie auch hier wieder eine spezielle Follow-Up E-Mail Serie aufsetzen können, in welcher Sie weiteren Mehrwert für Ihren Kunden liefern und gleichzeitig Folgeprodukte anbieten.

Viele meiner Kunden machen den größten Gewinn mit Folgeprodukten, da sie für diesen weiteren Verkauf absolut keine Marketing Kosten aufbringen müssen.

Lösung 7:

Sie verkaufen sich unter Wert.
Eine Preissenkung Ihres Angebots ist nur so lange wirkungsvoll (wenn man überhaupt von einer positiven Wirkung sprechen kann), bis die Konkurrenz ebenfalls den Preis senkt. Zudem werden Sie auf Dauer frustriert sein und werden nicht mehr 100% geben können. Dies wirkt sich wiederum auf das Ergebnis Ihrer Kunden aus und Sie befinden sich in einer Abwärtsspirale.

Verkaufen Sie sich nicht unter Wert. Wenn Sie Ihre Dienstleistung oder Ihr Produkt unter Wert verkaufen, dann fehlt Ihnen das nötige Budget für Marketingmaßnahmen und für die Weiterentwicklung Ihres Angebotes. Das ist zum einen schlecht für Sie, aber vor allem auch schlecht für Ihren Kunden.

Ihre potenziellen Kunden mögen im Grunde genommen kein „billig“, sondern sie wollen Qualität. Und ein höherer Preis wird automatisch mit einer höheren Qualität verbunden.

Daher, erhöhen Sie Ihre Preise. Zeigen Sie Ihren potenziellen Kunden dass Sie Qualität liefern und dass Sie es wert sind, in Sie zu investieren. Achten Sie nicht auf die Konkurrenz, sondern investieren Sie in Ihr Angebot und in Ihr Marketing. Denn wenn Sie ein gutes Marketing mit einem guten Angebot kombinieren, dann rückt der Preis für Ihren Kunden in den Hintergrund.

Daher, lernen Sie nicht die Konkurrenz zu unterbieten, sondern lernen Sie Ihren Kunden zu zeigen, was Sie wert sind. Das ist der Weg zu wirklichem Reichtum.

Im Internet-Seminar werden Sie erfahren, warum langfristig nur die Unternehmer überleben werden, welche es verstanden haben Ihren Kunden zu zeigen was ihre Dienstleitung oder Produkte wirklich wert sind.

Lösung 8:

Fehlende Reputation. Ihre potenziellen Kunden glauben und vertrauen Ihnen nicht. Schaffen Sie eine hohe Reputation, indem Sie auch auf anderen Webseiten präsent sind. Wenn Sie beispielsweise ein Coach oder Berater sind, dann gibt es sicherlich ein „Experten-Verzeichnis“ in welches Sie sich eintragen können. Dieser Eintrag wird dann angezeigt, sobald Ihre potenziellen Kunden nach Ihrem Namen oder Firmennamen suchen.

Eine weitere Möglichkeit ist YouTube, die mittlerweile zweitgrößte Suchmaschine der Welt. Seit YouTube von Google übernommen wurde, werden direkt in den Google Suchergebnisse auch Videos angezeigt. Was wäre, wenn dort ein kurzes Video von Ihnen zu Ihrem speziellen Thema zu finden ist?

Das muss nicht aufwändig produziert sein und es ist günstiger als Sie im Moment denken. Ein kurzes Video, in welchem Sie sich, Ihr Unternehmen oder Ihr Angebot vorstellen und über Ihr Thema sprechen. Es geht hier wirklich nicht um Perfektion. Viele Videos meiner Kunden wurden mit einer simplen Smartphone Kamera aufgenommen.

Und wenn Sie sich nicht selbst vor die Kamera trauen, dann filmen Sie mit einer speziellen Software Ihren Bildschirm ab und besprechen eine Bildschirmpräsentation.

Wie Sie schnell & einfach ein Video produzieren, werden Sie übrigens ebenfalls im Internet-Seminar erfahren...

Um Ihnen eine Zahl zu nennen. Mein erfolgreichstes Video auf YouTube wurde aktuell 108.225 mal angeschaut.

Die Theorie kennen Sie nun. Jetzt geht es an das umsetzen. Setzen Sie alle 8 Punkte um und Sie werden staunen, was alles möglich ist und in welche Höhen Sie Ihr Geschäft skalieren können. Dabei wünsche ich Ihnen gutes Gelingen!

Vielleicht sind meine Ansätze eine völlig neue Welt für Sie. Und vielleicht haben Sie von dem einen oder anderen Punkt noch nie etwas gehört... Vielleicht denken Sie jetzt auch, dieser Raphael hat sie doch nicht mehr alle... Wenn dem so ist, dann können Sie sich sehr glücklich schätzen...

Denn dann haben Sie jetzt die Gewissheit, dass in Ihrem Geschäft ein gewaltiges Wachstumspotenzial steckt, welches Sie sich in diesem Moment vielleicht noch gar nicht vorstellen können.

Ich bin mit allen Wassern gewaschen und stehe für Loyalität und Offenheit. Ich bin ein absoluter Fan von Einfachheit, Automatisierung und Skalierbarkeit. Ich halte nichts von kurzen neuen Marketing Hypes, sondern stehe für ein langfristiges solides Wachstum. Wenn Sie systematisch neue Kunden für Ihr Geschäft gewinnen wollen und diese langfristig an Sie binden möchten um damit Ihr Geschäft auf ein höheres Level zu heben, dann bin ich Ihr Mann!

Ich werde mich Ihnen gegenüber wie ein Geschäftspartner verhalten, wenn es darum geht, Ihnen die Wahrheit knallhart vor Augen zu halten. Und ich werde mich Ihnen gegenüber wie ein Freund verhalten, wenn es darum geht, dass Sie echte Hilfe von mir benötigen, um Ihr Geschäft auf ein höheres Level zu heben.

Wie geht es nun weiter? Wenn Sie sich noch nicht zum kostenlosen Internet-Seminar angemeldet haben, dann sollten Sie dies jetzt hier tun.

Im Seminar werde ich Ihnen eine spannende Fallstudie eines Unternehmers zeigen, welcher von Null an ein Geschäft mit exakt der vorgestellten Strategie aufgebaut hat.

Diese Strategie funktioniert in jedem Markt und Sie können diese ganz legal mit meiner Erlaubnis „klauen“ und auf Ihr Geschäft übertragen.

Zur Internet-Seminar Anmeldung...

Wir “sehen“ uns im Seminar!

Raphael – viele neue Kunden – Knoche

www.Internet-Kundengewinner.de