

ALEXANDER RIEDL

30 KUNDEN

— IN NUR —

30 TAGEN

GARANTIIERT...

HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH

zur Entscheidung, viele neue Kunden zu gewinnen

„30 Kunden in 30 Tagen, und das auch noch garantiert...“

Ganz schön markiger Spruch oder?

Aber genau das ist es, was ich mit Dir gemeinsam bewirken möchte!

Zudem will ich Dir ein paar Ideen und Möglichkeiten an die Hand geben, die dafür sorgen, dass Du in Zukunft Dein Einkommen mindestens verdreifachst.

Denn letztendlich geht es in diesem Report vor allem darum, Dir so viel Geld wie nur irgendwie möglich zu verschaffen.

Und ich weiß, dass Du es kannst. Was ich Dir zeigen werde ist einfach, sofort einsetzbar und es funktioniert GARANTIERT auch für Dich in Deinem Geschäft.

Mit mehr Kunden kannst Du zusätzlich mehr von den Dingen tun, die Dir Spaß machen und einen Lebensstil pflegen, von dem die meisten Menschen nur träumen!

Also, lass uns loslegen!

Alex

Die drei Faktoren für ein höheres Einkommen

Letztendlich gibt es nur drei Wege, um in Deinem Geschäft mehr Geld zu verdienen, Die alle aufeinander aufbauen und die sich gegenseitig zudem noch einmal multiplizieren.

1.) Mehr neue Kunden:

Das ist der erste, zentrale Baustein, auf den wir uns heute gemeinsam konzentrieren wollen, denn wenn dem nicht so wäre, dann würdest Du diesen Report nicht lesen, oder?

Und das ist auch gut so.

Denn ohne Neukunden kann ein Geschäft nicht überleben... aber das ist nur die Spitze des Eisbergs.

Denn ohne die anderen beiden Faktoren verbauen wir uns die Möglichkeit, ein echtes Vermögen aufzubauen und mehr Geld zu verdienen.

Deshalb werde ich Dir in diesem Report Strategien an die Hand geben, mit denen Du in den nächsten 30 Tagen mindestens 30 neue Kunden gewinnst...und noch viel mehr!

Die beiden anderen, genauso wichtigen Punkte sind folgende:

2.) Höhere Preise:

Das klingt zwar im ersten Moment etwas kontraproduktiv, ich bin aber der Meinung, dass es einer der wichtigsten Punkte ist, warum so viele Menschen nicht das aus ihrem Geschäft herausholen, was sie sich wünschen.

Mit immer mehr Konkurrenz und so vielen neuen Menschen, die sich als Unternehmer versuchen, werden nur diejenigen überleben (und gutes Geld verdienen), die in der Lage sind, ihren Kunden zu zeigen, was ihre Leistung bzw. ihre Produkte wirklich wert sind.

Aber die meisten Menschen gehen diesen Weg nie und sind einfach froh, wenn irgendwann ein Kunde endlich „Ja“ sagt.

Egal zu welchem Preis.

Das ist verdammt wichtig, denn viele Menschen übersehen es total!

Sie konzentrieren sich darauf, neue Kunden zu bekommen, arbeiten sich dann für ein paar Euro den Hintern auf und kommen nie auf einen grünen Zweig.

Und deshalb müssen wir dafür sorgen, dass die Kunden endlich das bezahlen, was Du eigentlich wert bist!

Da komme ich gleich dazu, aber lass uns erst diese Übersicht fertig machen....

3.) Eine Möglichkeit, mit Deinen Kunden und Interessenten immer wieder in Kontakt zu kommen.

Lass mich hier einmal den Unterschied zwischen Marketing und Verkauf definieren:

Verkauf ist die Situation, in der Du mit Deinem potenziellen Kunden 1:1 am Tisch oder am Telefon bist, um ihn davon zu überzeugen, Geld bei Dir auszugeben.

Und Marketing ist der gesamte Prozess davor bzw. ein Prozess, bei dem Du persönlich keinen Kontakt zum Kunden hast und er trotzdem kauft.

Nicht jeder ist zu jedem Zeitpunkt bereit, Dein Kunde zu werden und Geld zu investieren.

Deshalb gibt es immer drei Gruppen, die wir kategorisieren können:

1. Die Käufer

2. Die Warter

3. Die Nicht-Käufer

Die „Käufer“ sind all diejenigen, die mit Dir zum ersten mal in Kontakt kommen und sofort kaufen.

Das sind die Menschen, die allen immer am liebsten sind.

Aber ehrlicherweise muss man sagen, dass diese Gruppe die kleinste ist.

Die „Warter“ machen die größte Gruppe aus... das sind all die Menschen, die zwar interessiert sind, die aber noch mehr Informationen, mehr Vertrauen oder längeren Kontakt brauchen, bis sie bereit sind, ihren Geldbeutel zu öffnen.

Und genau an diesem Punkt können wir ansetzen:

Mit Systemen, mit denen Du den Kontakt zu diesen Menschen behältst und die zudem dafür sorgen, dass Du an Deine bestehenden Kunden mehr und häufiger etwas verkaufen kannst.

Aber dazu später mehr...

Die dritte Gruppe sind die Nicht-Käufer, also Leute, die „nur mal schauen“ oder Informationen sammeln wollen, die aber nie kaufen.

Für diese Leute (von denen Du sicherlich auch ein paar kennst) lohnt es sich nicht, Zeit zu opfern, weil sich der Aufwand nie auszahlen wird.

Deshalb ist es immer sinnvoll, Marketing zu betreiben, das die richtigen Menschen anzieht, aber auch die falschen abstößt, damit Du Dich auf diejenigen konzentrieren kannst, die für Dich und Dein Geschäft geeignet sind.

Lass uns jetzt wie versprochen mit dem ersten Teil beginnen: Den neuen Kunden!

TEIL 1: Neue Kunden und Klienten gewinnen

„Du bist nicht was Du tust!“

Bevor wir tiefer ins Thema einsteigen, möchte ich mit ein paar Mythen aufräumen und Erkenntnisse bei Dir erzeugen, die dafür sorgen, dass Du Deine Kommunikation mit Deiner Umwelt massiv verbesserst... allein das wird in Zukunft viel mehr Leute zu Dir bringen als je zuvor.

Wenn ich bei Unternehmern herumfrage, was sie denn tun, dann bekomme ich immer wieder folgende Antworten:

„Ich bin Personal Trainer“

„Ich bin Coach“

„Ich bin Maler“

„Ich bin Unternehmer im XY Bereich“

„Ich bin...“

etc.....

Bei einer solchen Kommunikation ist es klar, dass die Leute keine neuen Kunden gewinnen KÖNNEN.

Denn wenn ich so kommuniziere, dann könnte ich auch sagen:

„Ich bin langweilig und mache das, was alle anderen auch tun“.

Wenn Du Dich über Deinen Titel oder Deine Jobbeschreibung definierst, dann gehst Du in der Masse der anderen vielen tausend Unternehmer unter, die unsere Welt bevölkern.

Und dann bist Du für den Kunden nicht nur unsichtbar, sondern auch noch uninteressant.

Niemand, wacht morgens auf und sagt:

„Heute möchte ich eine Dienstleistung oder einProdukt kaufen!“

Was die Menschen wollen, ist eine klare Lösung für ein Problem oder einen klaren Weg zu den Dingen, die sie sich wünschen!

Und genau das müssen wir ihnen auch kommunizieren.

Was tust Du für Deine Kunden? Welche Ergebnisse bewirkst Du für sie? An welche Ziele bringst Du sie? Oder welches Problem löst Du für sie?

DAS IST ENTSCHEIDEND!

Menschen kaufen keine Jobbeschreibung, sondern immer ein **ERGEBNIS!**

Hier kannst Du aufschreiben, was Du für Deine Kunden tun kannst:

Ich bringe meine Kunden zu folgendem Ergebnis:

Okay, nachdem wir das aus der Welt geräumt haben, können wir uns darum kümmern, was Dir neue Kunden und mehr Geld bringt!

Der einfachste Weg, neue Kunden zu gewinnen ist, wenn Du mit Menschen persönlich oder am Telefon sprichst, die genau nach der Lösung suchen, die Du anbietest.

Und deshalb ist es unsere Aufgabe, genau solches Marketing zu machen, das diese Leute dazu bringt, bei Dir anzufragen oder auf Dich zuzukommen.

So gehts:

1. Über Deine Webseite!

„Wow, das ist ja was ganz Neues... haben wir noch nie von gehört! GENIAL ALEX! :-)“

(Sorry für den Sarkasmus)

Aber ehrlich gesagt bin ich immer wieder schockiert, wenn ich die Webseiten von Kunden anschau und feststelle, dass sie viel Geld und Mühe in eine Homepage gesteckt haben, die **niemals funktionieren** kann.

Hier ist das Problem:

Die meisten Webseiten sind aufgebaut wie Broschüren und nur dazu geeignet, Informationen zu vermitteln und den potenziellen Kunden zu informieren.

Und wenn wir den Kunden nicht dazu bringen, etwas zu TUN, dann wird er verschwinden, wahrscheinlich nie wieder kommen und dann bei jemand anders kaufen.

Was wir deshalb für Deine Webseite brauchen ist ein klarer Plan, wie wir den Kunden einfangen, ihn verarbeiten und dann zu einer Handlung bewegen.

Folgender Plan hat sich bewährt:

- 1. Zeige dem Kunden, welches Ergebnis Du für ihn bewirken kannst**
- 2. Gib ihm ein paar weitere Informationen, WIE Du es tust**
- 3. Fordere ihn auf, etwas zu tun**

Okay, so gehts im Detail:

1. Zeige dem Kunden, welches Ergebnis Du für ihn bewirken kannst

Hier kommunizierst Du AUSSCHLIESSLICH das ERGEBNIS Deiner Leistung oder Deines Produkts, denn wenn Du Dir nicht sofort das Interesse des Besuchers sichern kannst, dann ist er sofort weg.

Zudem fühlen sich die „richtigen“ Kunden (also Deine Zielgruppe) sofort angesprochen und sie sehen, dass Du anders bist und nicht an Deinem Ego, sondern an ihrem Weiterkommen interessiert bist.

2. Gib ihm ein paar weitere Informationen, WIE Du es tust

Hier kommt es nicht darauf an, dass Du den Leuten all Deine Ausbildungen, Deine Qualifikationen etc... um die Ohren haust, sondern darum, dass die Leute eine grobe Vorstellung davon bekommen, wie Du sie von A nach B bringst.

Die Grundidee ist, den Interessenten mit den Informationen zu versorgen, die dazu führen, dass er Dir glaubt, dass Du ihm helfen kannst, dass Du ihm sympathisch bist und dass er bereit ist, sich alle Details in einem persönlichen Gespräch von Dir zeigen zu lassen.

Das gilt 1:1 genauso, wenn Du Produkte verkaufst... das ERGEBNIS zählt!

3. Fordere ihn auf, etwas zu tun

Genau hier scheitern spätestens 95% aller Webseiten absolut kläglich.

Denn viele Unternehmer haben tolle Webseiten mit wunderschönen Designs und genialen Texten, aber sie vergessen eine der wichtigsten Dinge, die zu neuen Kunden führen:

Den CALL TO ACTION (Die klare Handlungsaufforderung).

Wenn wir Menschen dazu bringen wollen, etwas zu tun, dann müssen wir ihnen das auch ganz klar sagen, sonst tun sie es einfach nicht.

Wenn Du also willst, dass ein Kunde mit Dir Kontakt aufnimmt, dann kommuniziere ihm das auch:

„Füllen Sie jetzt das Formular aus und nehmen Sie Kontakt zu mir auf!“

oder

„Rufen Sie mich jetzt an, um einen persönlichen Termin zu vereinbaren!“

Banal, ich weiß!

Aber genau das ist der Unterschied zwischen einem wohlhabenden und einem armen Unternehmer.

Es reicht einfach nicht aus, irgendwo auf der „Kontakt“-Seite seiner Homepage ein kleines Formular oder eine Emailadresse zu haben, wenn doch genau das der Sinn der Webseite ist:

Dass wir mit den Leuten in direkten Kontakt kommen.

Gib den Leuten viele Möglichkeiten, mit Dir in Kontakt zu treten und öffne ihnen Wege, auf Dich zuzukommen.

„Rufen Sie mich jetzt an unter 0.....“

„Tragen Sie hier Ihre Daten ein, wenn Sie _____ (Dein Ergebnis) wollen“

„Schicken Sie mir eine Email an anfrage@..., wenn Sie genau wissen wollen, was ich für Sie tun kann!“

... diese Liste könnte ich ewig so weiterführen und diese Idee ist ein Beispiel für kleine Veränderungen und große Wirkung.

Wenn Du Deine Webseite nach diesem Prinzip aufbaust und konsequent ergebnisorientiert kommunizierst, dann lässt Du schonmal 90% aller anderen in Deinem Markt hinter Dir, das ist sicher!

Eine gute und funktionierende Webseite zu haben ist der erste Schritt zu mehr Kunden, aber wenn wir mehr Kunden für Dich besorgen wollen, dann brauchen wir vor allem eines:

MEHR BESUCHER auf Deiner Seite!

Und zwar nicht irgendwen, sondern genau die Menschen, die nach dem suchen, was Du anzubieten hast!

2. Viele neue Besucher (Traffic)

Die meisten Menschen verlassen sich bei Ihrer Onlinemarketing Strategie auf eine einzige Quelle: Den Zufall!

Sie hoffen, dass über Netzwerke wie Xing, facebook und Google genug Menschen kommen, denen sie dann ihre Leistung anbieten und etwas verkaufen können.

Aber ich glaube einfach nicht, dass „hoffen“ eine gute Strategie ist, um neue Kunden zu gewinnen und deshalb möchte ich Dir jetzt eine Möglichkeit zeigen, mit der Du innerhalb weniger Minuten bis zu 27 Millionen Kunden erreichen kannst:

facebook!

Das hat aber in diesem Fall nichts mit Profilen, Fanpages und anderen Dingen zu tun, die jede Menge Zeit kosten und trotzdem wenig bringen, sondern mit einem genialen Tool, dass Du schon heute für Dich einsetzen kannst, um schon morgen neue Kunden und Klienten zu gewinnen... den **facebook Anzeigen**.

Facebook ist die mittlerweile meist besuchte Webseite der Welt und hier steht Dir eine ganze Welt von Möglichkeiten offen, um neue Interessenten und Kunden für Dich zu gewinnen.

Mit seinen Anzeigen, der „Facebook Werbung“, hast Du die Möglichkeit, regional aber auch global genau die richtigen und geeigneten Menschen anzusprechen, die für Dich interessant sind.

Dabei kannst Du Deine Zielgruppe genau definieren und die Werbung so gestalten, dass sie hocheffektiv wird und genau die Menschen erreicht, die Deine perfekten Kunden sind - wie z.B. Alter, Geschlecht, Ort, Interessen, Schulbildung, Job etc...

Wenn wir beispielsweise annehmen, dass ich so etwas absurdes wie Hundeyoga für alleinstehende Frauen über 40 in München anbieten würde, so könnte ich genau diese Zielgruppe ansprechen und über facebook laserscharf targetierte Werbung machen.

Meine Anzeigen werden dann nur Frauen über 40 angezeigt, die sich für Yoga interessieren, die einen Hund haben und die Single sind.

Das alles ist innerhalb von wenigen Minuten eingerichtet und facebook übernimmt den Rest für mich.

Das Beste daran ist, dass Dich diese Werbung nur etwas kostet, wenn jemand auf die Anzeige klickt und Deine Webseite besucht!

Jeder, der nur die Anzeige sieht, kostet Dich keinen einzigen Cent... und jeder, der klickt, kommt sofort mit Interesse auf Deine Homepage.

Ich habe allein mit facebook Anzeigen in den letzten 18 Monaten über 500.000 Besucher auf meine Webseiten geholt und damit einen Großteil meines Umsatzes bewirkt.

Insgesamt habe ich in diesem Zeitraum über 200.000 € investiert und ein vielfaches davon wieder verdient.

Wer jetzt sagt, Werbung wäre teuer, der hat das Prinzip einfach noch nicht verstanden:

Werbung ist eine Investition und keine Ausgabe!

Sehen wir uns einmal folgende Rechnung an:

Nachdem Du Deine Webseite nach unserem Prinzip optimiert hast, meldet sich nur jeder 20. Besucher, den wir auf Deine Webseite holen bei Dir und davon wird nur jeder fünfte zu einem Kunden, der Dir insgesamt 300€ bringt.

(Achtung, Mathematik! :-)

Nehmen wir einmal an, dass Dich jeder Klick auf Deiner Webseite 1€ kostet. Normalerweise ist es viel weniger, aber das macht es einfach zu rechnen- das heißt, Du investierst für 100 Besucher exakt 100€.

Aus diesen 100 Besuchern resultieren 5 Anfragen und damit ein Kunde. Dein Gewinn: 200€!

Und dann haben wir das geschafft, was ich MARKETING nenne! Ein kontrollierbares System, mit dem Du innerhalb kürzester Zeit aus 100€ ganze 300€ machst.

Und wenn Du 10 Kunden gewinnen willst, dann nimmst Du einfach 1.000€ in die Hand und investierst einfach etwas mehr in Dein Marketing, das Dir dann wieder Deine 3.000€ bringt.

Ich habe wie gesagt in den letzten 18 Monaten über 200.000€ in facebook Werbung investiert und kann Dir sagen: Ich liebe es, weil mir jeder Euro, den ich investiere, ein paar zusätzlich auf mein Konto bringt.

Egal ob Du mit 5 oder 500€ Budget pro Tag einsteigst: Wichtig ist, dass Du es **noch heute** tust!

Einen gewaltigen Zusatznutzen hat facebook Werbung noch:

Da Deine Anzeigen vielen Menschen eingeblendet werden, die sie NICHT klicken, baust Du Dir damit völlig kostenlos Deine Marke auf und bekommst ordentlich Publicity.

Hier kannst Du Dich für facebook-Werbung anmelden:

<https://www.facebook.com/advertising>

Und wenn Du Unterstützung dabei brauchst, wie Du von Anfang an perfekte Kampagnen aufsetzt, dann kann ich Dir das hier ans Herz legen:

<http://fbanzeigenfreaks.de>

3. Kundenquelle Youtube

Als nächstes möchte ich mit Dir über Video Marketing sprechen. Das ist eine der Innovationen des Internets, von denen wir noch bis vor einiger Zeit nicht gedacht hätten, dass sie möglich sind.

Denn heute ist es mit den einfachsten Mitteln möglich, Videos zu produzieren, die wir ganz einfach einer großen Menge Menschen zur Verfügung stellen können, ohne dafür irgendwie in die Tasche greifen zu müssen.

Webseiten wie beispielsweise Youtube machen es uns möglich, schnell, einfach und kostenlos unsere Videos zu veröffentlichen und Besucher und Interessenten zu erzeugen.

Die Vorteile des Videomarketing sind, dass es ein sehr schnell wachsendes Marktsegment ist, das kostenlos ist und bei dem für Dich keinerlei Risiko besteht.

Was kaum jemand weiß: Youtube ist mittlerweile eine der Top-Suchmaschinen im Internet - Video ist unglaublich wichtig geworden.

Youtube als Videoportal hat nämlich mehr Suchanfragen als viele „normale“ Suchmaschinen zu verzeichnen, und das macht es zu einem tollen Medium für Dein Marketing.

Video hat den Vorteil, dass es wesentlich wertiger wahrgenommen wird und besser konsumiert werden kann, als Audio oder schriftliche Kommunikation allein.

Du kannst per Video also auch genial einfach „Werbespots“ und Deine eigenen Produktpräsentationen einstellen.

Auf Youtube beispielsweise zeigen die Menschen alles mögliche:

Anfangen bei Tanzbewegungen über die richtige Handhabung von Make-Up bis hin zu Neuigkeiten über Stars und witzige Videos ist alles dabei.

Und auch für uns Profis bringt es viele Vorteile mit sich.

Was ich Dir wirklich empfehlen kann ist, dass Du Deinen eigenen „Werbefilm“ erstellst, der viele interessante Inhalte bietet, und in den Du dann Dein Produkt einbringst.

Auch hier geht es wieder darum, den Leuten eine Lösung oder einen echten Nutzen aufzuzeigen.

Wenn Du beispielsweise Coaching zum Thema Burnout anbietest und die potenziellen Kunden oft Schlafprobleme haben, dann zeige den Leuten einfach, wie sie in Zukunft besser einschlafen können und verweise sie für weitere Informationen auf Deine Webseite.

Easy, oder?

Das Tolle an Plattformen wie Youtube ist, dass Du Deine Videos mit Hilfe einfachster Mittel mit einem kleinen Code in jede E-Mail oder Webseite einbinden kannst.

Dafür musst Du Dir nur einen Account erstellen, eine kleine Videokamera besorgen und schon kann es losgehen.

Hier noch ein paar Tipps zum Thema Video Marketing:

- Hol Dir am besten eine kleine „Flip“-Videokamera oder nimm Dein iPhone für die Aufnahmen... Perfektion ist hier nicht gefragt!
- Am besten machst Du Videos, die Deinen potenziellen Kunden die Ergebnisse zeigen, die sie sich wünschen.
- Schreibe gute Überschriften und Beschreibungen, die dem Nutzer nichts anderes tun lassen, als sich das Video anzusehen.

Das ist wirklich easy und bringt jede Menge neue Interessenten und Kunden, die Dich von Deinem Video kennen, die Deine Inhalte gut fanden und die mit dieser Einstellung auf Dich zukommen, dass sie noch mehr von Dir wollen.

Mein meist besuchtes Video hat im Moment knappe 70.000 Aufrufe und es bringt mir, nachdem ich es einmal hochgeladen habe, Tag für Tag neue, völlig kostenlose Besucher auf meine Homepage.

Das geht super einfach:

Wenn die Leute das Video anklicken, sehen sie unter dem Video einen kleinen Text mit einem Link auf eine meiner Homepages.

Nimm Dir einfach eine kleine Videokamera, filme interessante und informative Videos und dann hol Dir ganz einfach jede Menge Besucher über Youtube und die ganzen anderen Videoportale.

4. Strategische Kooperationen: Gib mir Deine Datenbank!

Strategische Kooperation - das klingt zwar kompliziert, ist aber einfach genial.

Denn Du nutzt die Kunden Anderer, um neue Kunden für Dein Geschäft zu gewinnen!

Eine strategische Kooperation findet immer dann statt, wenn Du und eine andere Firma eine Partnerschaft eingehen, um sich gegenseitig dabei zu unterstützen, zusätzlichen Gewinn zu machen.

Ein Personal Trainer kann beispielsweise mit einem Fitnessstudio kooperieren und jeder gibt dem anderen 10% Provision auf jeden empfohlenen Kunden. Und plötzlich hat jeder einen „Vertriebler“, der für ihn arbeitet und neue Kunden bringt.

Die erste strategische Kooperation, die ich für einen meiner Kunden eingefädelt habe (das ist schon lang her), war die zwischen einem Heilpraktiker und den Esoterikgeschäften in seinem Landkreis.

Der folgende Leitfaden zeigt Dir, wie Du strategische Kooperationen für Dein eigenes Geschäft einfädelt, um ganz einfach jede Menge neue Kunden zu gewinnen.

Natürlich gibt es verschiedene Arten einer Kooperation, auf die ich eingehen werde.

Die strategische Kooperation mit anderen Unternehmen ist ein megamäßiges Tool, um Deine Marktposition zu stärken und zusätzliche Kunden zu gewinnen.

Aber was macht eine erfolgreiche strategische Partnerschaft aus?

Die richtige Einstellung:

Denke bei Deiner Strategie und der Kommunikation immer daran, dass Dein Partner auch einen Vorteil aus der Kooperation haben muss.

Wenn Du an ihn herantrittst, tu dies aus einer starken Position heraus.

Sei der „BIETER“ und nicht „BITTSTELLER“!

Wenn Du diesen Leitfaden durchgearbeitet hast, verfügst Du über alle notwendigen Informationen und kannst professionell agieren.

Natürlich muss Dein Angebot interessant und rentabel sein, sonst läufst Du zielsicher gegen Wände.

Zielgruppenorientierung:

Natürlich solltest Du nur mit Unternehmern kooperieren, die annähernd das gleiche Klientel bedienen wie Du.

Das können für einen Personal Trainer beispielsweise „sportinteressierte Männer“, „Frauen über 30 mit Hautproblemen“, „Musikfans“ oder „wohlhabende Gourmets“ etc... sein.

Deine Zielgruppe sollte anhand von Alter, Geschlecht, Interessen oder Einkommen definierbar sein.

Das Angebot:

Dein Angebot entscheidet auch bei Kooperationen über Erfolg und Misserfolg.

Wenn Du mit einem starken Angebot in den Markt gehst, dann kann es sein, dass eine einzige gute Kooperation mehr Kunden bringt als Du im ersten Moment verkraften kannst.

Dabei spielen immer zwei Faktoren mit hinein: 1. Das Angebot, das Du dem Partner machst und 2. das Angebot, das Du dem Kunden machst.

Wenn Du Dir die volle Unterstützung des anderen Unternehmers sichern kannst, dann verbessern sich Deine Erfolgschancen auf viele neue Kunden erheblich....

Wenn Du nach Deiner Überzeugungsarbeit eine Kooperation in Richtung „mal sehen,

was kommt“ eingehst, dann vergiss es!

Zieh den Partner mit auf Deine Seite und zeige ihm den gemeinsamen Nutzen. Arbeite nach dem Motto „Zusammen geben wir richtig Gas!“, dann kommt der Erfolg und beide profitieren davon.

Erinnerst Du Dich an das Beispiel vom Anfang? Mit meinem Kunden, dem Heilpraktiker, habe ich zahlreiche Kooperationen zu Esoterikshops in seiner Region aufgebaut.

Denkst Du, dass Menschen, die sich für Esoterik interessieren, auch in größerem Maße an Behandlungen beim Heilpraktiker interessiert sind? Ganz bestimmt!

Und auch für Dich gibt es perfekte Partner, mit denen Du eine strategische Kooperation eingehen kannst!

Mach Dir am besten jetzt sofort eine Liste mit all denen, die für eine Kooperation in Frage kommen und geh sie Schritt für Schritt durch.

Häufig gibt es auch schon bestehende Partner, mit denen Du schon in der Vergangenheit locker zusammengearbeitet und Empfehlungen ausgesprochen hast.

Dann ist es an der Zeit, diese Sache zu vertiefen und zu professionalisieren.

Bereite Deine Partner aber auch darauf vor, dass nicht gleich von Anfang an alles funktionieren muss und dass es sich lohnt, an der Kooperation zu arbeiten, um für beide Seiten das Maximum herauszuholen.

Provisionen sind der Klassiker, wenn es um die direkte Vergütung von Empfehlungen geht.

Denn fast jeder reagiert darauf. Oder kennst Du jemanden, der was gegen etwas extra Kohle auf dem Konto hat?

Wenn Du ein Angebot machst, dann gib Deinem Gegenüber ein Gefühl dafür, wie viel er pro Monat machen kann, anstatt mit Pauschalen zu arbeiten.

Das könnte bei 10% Provision folgendermaßen aussehen:

„Lieber Partner, Du hast ca. 100 Kunden pro Woche, richtig? Wenn Du davon 1 von 10 an mich weiterempfehlst, dann sind das 10 Stück. Mein Durchschnittsverkauf sind

250 Euro pro Kunde. Das sind bei 10% Beteiligung 250 Euro pro Woche für Dich. Alles was Du dafür tun musst, ist jedem einen Gutschein für ein Erstgespräch zu geben und ein paar gute Worte über mich zu sagen.“

Merkst Du den Unterschied?

Natürlich darfst Du NIEMALS vergessen, eine Win-Win Situation herzustellen. Beide müssen etwas davon haben und gemeinsam profitieren!

Bist Du bereit? Dann gehts los! Suche Dir für den Anfang 3-5 Partner und fang an, Deine ersten Kooperationen aufzubauen!

Wenn Du diese Dinge für Dich umsetzt, dann bin ich mir zu 100% sicher, dass Du innerhalb kürzester Zeit mindestens 30 oder mehr Kunden für Dich gewinnen wirst!

Wichtig dabei ist, dass Du JETZT damit loslegst!

Such Dir einfach das Medium und die Strategie, die Dir am besten gefällt oder am meisten liegt und dann lass es krachen! Du hast es in der Hand!

Teil 2: Die Preiserhöhung!

Als Unternehmer erleben wir zur Zeit eine regelrechte Schwemme von neuen Marktteilnehmern, die mit mehr oder weniger Qualifikation der Meinung sind, dass sie selbstständig sein wollen.

All diese Menschen kommen in den Markt und ich höre immer wieder eine Beschwerde, die ich langsam nicht mehr hören kann:

„Ja Alex, aber ich kann nicht mehr Geld von den Leuten nehmen...“ und „Alle anderen kosten auch nur so viel“ etc...

Meine Meinung dazu: Das ist absoluter Schwachsinn!

Und ich kann es natürlich auch begründen (und beweisen!):

Wenn Du genau das tust, was alle anderen tun (und wenn Du genauso Deinen Preis und Dein Angebot gestaltest), dann wirst Du auch dorthin kommen, wo alle anderen

sind... und das ist niemals erstrebenswert.

Idee 1: Die meisten Menschen haben kein „Marketingproblem“, sondern ein Budgetproblem!

Denn wenn Du niedrige Preise aufrufst, dann bleibt einfach nach Abzug aller Kosten nichts mehr übrig, was ein vernünftiges Marketingbudget hergeben würde... und dann ziehst Du auch nur die Leute an, die wenig investieren können... und bist in einem Teufelskreis gefangen.

Idee 2: Die meisten Menschen wollen lieber Qualität statt billig!

Obwohl uns ständig suggeriert wird, dass wir in einer „Geiz ist Geil“ Gesellschaft leben, in der nur billig und der niedrige Preis zählt, geht es immer darum, Menschen einen akuten Mehrwert zu bieten.

Und wenn wir das tun können und den potenziellen Kunden das auch eindrucksvoll kommunizieren, dann sind sie auch bereit, mehr Geld in die Hand zu nehmen.

Zudem haben Menschen auch eine andere Wahrnehmung von der Qualität einer Dienstleistung oder eines Produkts, wenn es teurer ist.

Die einfache, in unseren Gehirnen verankerte Rechnung ist: TEURER = BESSER

(Kleine Anmerkung: Die „Geiz ist Geil“ Fraktion von Elektromärkten stellt selbst gerade fest, dass die Billig-Strategie nicht besonders profitabel ist und streicht neben einem Verlust von 44 Millionen € auch noch 3.000 Stellen ein. Wer auf diese Idee hört ist selbst schuld.)

Statt zu jammern, ist also meiner Meinung nach die richtige Frage folgende:

„Wie kann ich meinem Kunden eindrucksvoll zeigen, was ich für ihn tun und verändern kann, damit er mir das bezahlt, was ich eigentlich wert bin?“

Idee 3: Dein Angebot muss ein echter Kracher sein!

Um viele Kunden zu gewinnen, die Dir viel Geld für Deine Leistung bezahlen, ist eine Sache entscheidend: Dein Angebot!

Und genau hier scheitern auch wieder so viele, die sich dann wundern, warum die

Kunden und Klienten ausbleiben.

Wenn Dein Angebot ein echter Kracher ist, der einen hohen „Haben wollen“ Faktor hat, dann sind die Leute in Scharen bereit, sich von ihrem Geld zu trennen und bei Dir zu kaufen.

Wenn sie aber keinen ausreichenden Nutzen für sich erkennen, werden sie ihre Geldbörse in der Tasche lassen und sich irgendetwas anderes kaufen, was ihnen „wertvoller“ erscheint.

Letztendlich funktioniert ein gelungener Verkaufsprozess sehr einfach:

Person A (Dein Kunde) gibt Person B (Dir) Geld und bekommt dafür von Dir etwas, das MEHR (!) Wert ist als sein Geld.

Und hier liegt der Schlüssel: Wenn Du Deinem Kunden zeigst, welchen Nutzen Du ihm bringst und dass dieser größer ist als der Wert seines Geldes, dann kannst Du ihn kinderleicht überzeugen.

Das heißt, wenn Dein Kunde bei Dir 100€ ausgeben soll, dann gib ihm etwas, das für ihn mindestens 200€ wert ist und wenn er 10.000€ ausgeben soll, dann gib ihm etwas, das für ihn 20.000€ Wert ist.

Dabei zählt NICHT die Anzahl der Stunden, der Aufwand oder Deine harte Arbeit, sondern wie gut Du darin bist, Deinen Kunden von Punkt A (wo er gerade ist) nach Punkt B (wo er hin will) zu bringen.

Dabei spielt das Geld keine wichtige Rolle... es ist nur symbolisch für die Verbesserung, die Du im Leben Deines Kunden bewirken kannst.

Die Veränderung kann persönlich, finanziell, gesundheitlich, familiär, beruflich, spirituell oder irgendetwas anderes sein...

Teil 3: Eine Möglichkeit, mit Deinen Kunden und Interessenten immer wieder in Kontakt zu kommen.

Stell Dir vor, es gäbe eine Möglichkeit, in Deinem Geschäft auf einen Knopf zu drücken und innerhalb weniger Minuten käme Geld auf Dein Konto - in etwa so wie bei einem Geldautomat.

Gibt es nicht?

Gibt es doch!

Bis zu dem Zeitpunkt, an dem ich Direktmarketing und Newslettersysteme kennen gelernt habe, war mein Leben als Unternehmer ein komplett anderes.

Direktmarketing heißt, dass ich bei meinen Interessenten eine direkte Reaktion provoziere und sie direkt zum Handeln auffordere. Ich will, dass sie entweder etwas bei mir kaufen oder eine andere Handlung vornehmen, so dass ich den Kauf in Zukunft provozieren kann.

Das heißt, ich tue genau das Gegenteil von Marken- oder Imagebildung, was fast alle Unternehmer machen.

Und das hat auch einen Grund: Wir sehen jeden Tag Werbung von riesigen Konzernen wie BMW oder McDonalds und glauben dann, dass Marketing genau so funktionieren muss.

ÄÄÄÄPPPPP! FALSCH!

Das ist genau der gegengesetzte Ansatz dessen, was für uns funktioniert, außer Du hast auch 100 Millionen € Jahresbudget, die Du ungeniert raushauen kannst, um Deinen Marktanteil zu sichern, wie es die Großkonzerne tun.

Du muss es einfach schaffen, dass Deine Kunden auf Deine Maßnahmen reagieren und bei Dir kaufen.

Eine Marke ohne Umsatz aufzubauen hat bisher noch keinem etwas gebracht.

Ich bin ein absoluter Fan von Newsletter-Systemen und halte diese Erfindung für eine grandiose Entwicklung für uns Unternehmer.

Denn wir können den Kundengewinnungsprozess zu 100 % automatisieren und die Leute dazu bringen, bei uns zu kaufen, ohne dass wir dafür noch einen einzigen Handschlag tun müssen.

Das heißt, die Leute geben mir Geld, ohne das ich dafür etwas tun muss.

Um ein automatisiertes System für Dich aufzubauen, das Dir neue Kunden bringt, die „Warter“ weiter informiert und vorqualifiziert und die „Nichtkäufer“ für Dich aussortiert, brauchst Du nur zwei Dinge:

Ein Newslettersystem (wie z.B. Cleverreach www.cleverreach.de) und eine Landingpage.

Diese Landingpage kann entweder Deine Webseite sein, auf der sich Deine Interessenten zu Deinem Newsletter anmelden können, oder Du baust Dir etwas noch Effektiveres:

Eine eigene Webseite, die nur dazu da ist, Nutzerdaten für Dich einzusammeln und dann den automatisierten Marketingprozess für Dich zu starten:

Eine typische Landingpage bzw. „Squeezepage“ ist so gestaltet, dass ich schon nach den ersten zwei Sätzen die Hauptwünsche meiner Zielgruppe angesprochen habe und zudem biete ich gegen die Eingabe der Daten eine Lösung an.

(So wie es bei Dir wahrscheinlich mit diesem Report war.)

Dabei schaffe ich es durch die knappe und interessante Information, dass über 20 % der Seitenbesucher ihren Namen und ihre E-Mail-Adresse hinterlassen, so dass ich in der Folge immer wieder die Gelegenheit habe, mit ihnen in Kontakt zu treten und sie davon zu überzeugen, dass das, was ich anbiete, eine perfekte Lösung für sie ist.

Damit schlägt diese kleine, einseitige Webseite alle meine großen, informationsüberfluteten Homepages um Längen, wobei ich selbst Landingpages habe, bei denen sich ca. 40 % aller Besucher in meinen Newsletter eintragen, um von mir informiert zu werden.

Und weil diese Methode einer der effektivsten und besten Wege überhaupt ist, um neue Kunden zu gewinnen, empfehle ich Dir auch dringend, eine solche Landingpage zu erstellen.

Dort kannst dann gegen die Daten des Besuchers einen Report, ein Video oder irgendetwas anderes kostenlos hergeben, was der Person umgehend hilft, sein Problem zu lösen oder seine Wünsche zu erfüllen.

Das klappt in JEDER BRANCHE, mit JEDEM KUNDENKREIS und für JEDES PRODUKT!

So baust Du Vertrauen auf, erzeugst eine Beziehung und kannst Dich positiv von der Konkurrenz abheben, die eben genau das nicht schafft.

Und wenn Du dann einige Menschen in Deiner Datenbank hast, dann kannst Du jederzeit mit einem Knopfdruck Deine Marketingkampagne starten und musst nur noch zusehen, wie das Geld auf Dein Konto sprudelt.

Und das ist ein Moment, der einfach nur fantastisch ist!!!

Die wichtigste Nachricht, die ich Dir in diesem Report auf den Weg geben möchte ist folgende:

Sei anders als die Anderen, gehe neue Wege und Sorge dafür, dass Du in Kontakt mit den Menschen kommst, die dafür geeignet sind, bei Dir Kunde zu werden!

Und jetzt möchte ich Dir ein Angebot machen, das Du nicht ablehnen kannst:

Hey- hat Dir dieser Report gefallen?

Dann fang bitte an, diese Dinge für Dich umzusetzen und in Deinem Geschäft zu installieren!

Willst Du mehr davon?

Dann muss ich Dich leider enttäuschen... denn es gibt hier nichts zu kaufen oder zu bestellen, Sorry!

Wie geht es jetzt also bei uns weiter?

Ganz einfach: Wenn Du auf meiner E-Msailiste angemeldet bist, dann gibt es im Moment nichts zu tun. Und wenn Du noch nicht registriert bist, dann solltest Du es schnellstens nachholen!

Denn eines ist sicher:

DA KOMMT NOCH
VIEL MEHR! ;-)

Bis bald!

Alex