



TECHNIK FÜR IHRE WEBSITE

5 ELEMENTE FÜR IHR AUTOMATISIERTES ONLINE-MARKETING-SYSTEM

Im Dokument erfahren Sie, mit welchen 5 Elementen Sie ein automatisiertes Online-Marketing-System aufbauen können. Als Anlage gibt es eine Checkliste mit den ersten Schritten.



TECHNIK FÜR IHRE WEBSITE

5 ELEMENTE FÜR IHR AUTOMATISIERTES ONLINE-MARKETING-SYSTEM

1. WEBSITE

Die Website ist ihre Heimat im Internet, der Ort an dem Sie sicher sind, dass alle Informationen Sie nur im besten Licht darstellen. Hier zeigen Sie, wer sie sind, was Sie können und was Sie anbieten. Dies ist der Ort, an dem sie Ihren Expertenstatus zeigen können. Hier entscheiden Ihre Interessenten, ob sie mit Ihnen arbeiten möchten oder nicht.

Sie gestalten die Website am besten so, dass Sie Ihre Logo-Farben verwenden und Sie einen gewissen Wiedererkennungswert beim Ansehen der Website und Ihrer sonstigen Werbematerialien erzeugen.

Sie müssen keinen Designer beauftragen, der Ihnen ein Layout für Ihre Website erstellt. Mit WordPress und einem Theme (Gestaltungsvorlage) für 20€ - 100€ sind Sie schon dabei. Die Funktionsweise erlernen Sie selber schnell oder Sie beauftragen einen Dienstleister, der für Sie eine Anfangsvariante erstellt, mit der Sie dann selbst weiterarbeiten können.

2. E-MAIL-PROVIDER/ E-MAIL LISTE

Sicherlich haben auch Sie im Internet schon den Satz "das Geld liegt in der Liste" unendlich oft gehört. Selbst wenn Sie ihn noch nie gehört haben, sollten Sie sich diesen Satz zu Herzen nehmen.

Wenn sie tatsächlich im Internet verkaufen möchten, benötigen Sie eine Interessenten-Liste, der Sie Ihre Angebote präsentieren können. Leider kaufen die Interessenten nicht sofort beim ersten Kontakt. Deshalb müssen Sie eine Möglichkeit schaffen, die Interessenten wiederholt anzusprechen, um Ihren Expertenstatus und Ihre Angebote zu präsentieren.

Haben Sie die E-Mail-Adressen und die Erlaubnis sie zu kontaktieren bekommen, können Sie das wieder und wieder tun. Und - Sie haben den großen Vorteil zu wissen, dass sich die Personen in Ihrer Liste tatsächlich für Ihr Thema interessieren!

Sie starten also die "Ausbildung" Ihrer Interessenten mit einer E-Mail-Serie, die automatisch versendet wird, sobald sich jemand in Ihre Liste einträgt.

AUTOMATISIERTES ONLINE- MARKETING- SYSTEM



Ein automatisiertes Online-Marketing-System (OMS) ermöglicht Ihnen, stetig neue qualifizierte Interessenten für Ihre Angebote zu gewinnen, während Sie an Ihren Projekten arbeiten.

Leider funktioniert ein einmalig eingerichtetes System nicht unendlich lange und Sie müssen ab und zu die Lead-Magneten austauschen und eine neues Geschenk erstellen.

Ansonsten sorgen Sie mit Ihrer kostenpflichtigen Werbung auf Facebook für laufend neue Interessenten.

Sie haben Angst, dass zu hohe Kosten für die Werbung entstehen? Haben Sie einmal die richtige Zielgruppendefinition gefunden, laufen die Anzeigen fast von selbst.



Das "organisieren" Sie am besten mit einem E-Mail-Provider. Das ist ein Dienstleister, der Ihnen Werkzeuge zum Sammeln und Verwalten der Interessenten-E-Mail-Adressen zur Verfügung stellt und Ihnen Möglichkeiten zur Planung, Strukturierung und Versand der E-Mails anbietet.

Bei der Auswahl dieses Anbieters sind die gesetzlichen Vorgaben des Datenschutzes zu beachten, z.B. dass die Server, die Ihre Daten speichern und die E-Mails versenden in Deutschland bzw. Europa stehen, dass Sie mit dem Anbieter einen Auftragsdatenverarbeitungsvertrag abschließen, der regelt, in welcher Form der Anbieter Ihre Daten nutzen oder eben nicht nutzen kann, usw.

Besonders wichtig ist hierbei, dass Sie unterscheiden können, welcher Interessent hat sich wofür interessiert, wer hat schon mal gekauft und wenn ja, was. Nichts wirkt unprofessioneller, als einem Kunden das gleiche Produkt ein zweites Mal zum Kauf anzubieten.

3. FREEBIES/ LEADMAGNETEN

Bekanntlich erhalten kleine Geschenke die Freundschaft oder in unserem Falle, helfen sie, eine Freundschaft aufzubauen. Bieten Sie Ihren Kunden ein kleines Geschenk an - im Austausch gegen deren E-Mail-Adresse.

Dieses Geschenk kann eine Checkliste oder eine Handlungsanleitung als PDF-Datei sein, genauso gut aber ein Video/ eine Videoserie oder ein kostenloses Webinar. Damit erhalten Sie von Ihren Interessenten eine E-Mail-Adresse und haben damit die Möglichkeit, sie erneut anzusprechen. Kein Interessent kauft beim ersten Kontakt im Internet. Deshalb ist es dringend notwendig, dass sie sich selbst die Möglichkeit schaffen, ihre Interessenten erneut anzusprechen.

Hat der Kunde Ihren Leadmagneten akzeptiert und Ihnen seine E-Mail-Adresse überlassen, dann beginnen sie seine Ausbildung. Das bedeutet, Sie entwickeln eine E-Mail Serie, in der Sie die grundlegenden Informationen zu Ihrem Thema vermitteln, so das der Interessent am Ende in der Lage ist, Ihr Angebot zu beurteilen. Diese E-Mails versenden Sie im Abstand von ein bis zwei Tagen. Dadurch sorgen sie dafür, dass sie beim Kunden länger im Gedächtnis bleiben.

Schreiben Sie eine Begrüßung E-Mail und informieren Sie den Kunden darüber, welche grundlegenden Dinge er zu ihrem Thema wissen muss- am besten mit ein paar Tipps, die er sofort anwenden und umsetzen kann. An den Folgetagen senden sie kleine Tipps, die am besten auch sofort umsetzbar sind. Am letzten Tag schreiben Sie darüber, wie sie mit ihren Kunden zusammenarbeiten und unterbreiten Ihr Angebot.

4. TRAFFIC-QUELLE: SOZIALE NETZWERKE

Doch wie kommen die Interessenten überhaupt auf Ihre Webseite?

Organischer Google-Traffic bringt nicht genug Interessenten auf Ihre Website. Werden Sie in den sozialen Netzwerken, wie z.B. Facebook aktiv, knüpfen Sie Kontakte. Konzentrieren Sie sich zunächst auf ein Netzwerk. Posten Sie Inhalte aus Ihrem täglichen Arbeitsleben, lassen Sie Ihre Interessenten an Ihren Projekten teilhaben.

Bieten Sie Ihre Freebies an, zum Beispiel durch ein kurzes Facebook-Live-Video, in dem Sie auf das Freebie hinweisen. Fordern Sie Ihre Leser zur Interaktion auf, stellen Sie Fragen und beantworten Sie die Fragen Ihrer Interessenten.



In einem nächsten Schritt können Sie durch bezahlte Anzeigenwerbung und geschickte Zielgruppenauswahl eine größere Anzahl von Interessenten (Traffic) auf Ihre Webseite leiten. Je mehr Besucher Ihre Webseite anschauen, umso mehr E-Mail-Adressen werden Sie durch Ihre nützlichen Leadmagneten einsammeln können. Voraussetzung dafür ist, dass Sie für Ihre Anzeigen eine spitze Zielgruppendefinition verwendet haben, sie also Besucher ansprechen, die sich mit großer Wahrscheinlichkeit für Ihr Angebot interessieren. Denn selbst ein großer Besucherstrom auf der Webseite nützt Ihnen nichts, wenn die Besucher das finden, was sie suchen. Ohne finanziellen Einsatz finden Sie nicht genug Interessenten für Ihr Angebot. Sobald der Umsatz die Kosten für die Anzeigen übersteigt, werden Sie dieses System nicht mehr missen möchten.

5. ANGEBOT

Mit diesen vorangegangenen Schritten haben sie einen kleinen Marketing-Trichter (engl. Funnel) erstellt. Ein Marketing-Trichter ist eine Abfolge von automatisierten Schritten, die einen Interessenten zu einem Kunden machen. Besonders wichtig ist, dass am Ende dieses Funnels ein Angebot steht. Wie könnten Sie sonst ihre Interessenten zu Kunden machen?

Auf den meisten Websites, fehlt das konkrete Angebot, das bei den Interessenten den Drang "haben wollen" auslöst. Deshalb ist es besonders wichtig, dieses Angebot so konkret wie möglich mit einer klaren Handlungsaufforderung zu formulieren. Dabei ist es nicht notwendig, ein halbes Jahr zu warten, bis sie Ihr erstes Angebot unterbreiten. Nein, der Kunde erwartet sogar von Ihnen, dass sie ihm einen einfachen Weg aufzeigen, seine Probleme in ihrem Fachgebiet zu lösen.

Helfen Sie ihm, indem sie ein möglichst konkretes Angebot mit einer einfachen Möglichkeit organisieren, dieses Angebot anzunehmen und bei Ihnen zu kaufen.

Dieses Angebot präsentieren Sie ihm auf einer Landing-Page. Dies ist eine spezielle Website, auf der die Kunden nur 2 Möglichkeiten haben: das Angebot annehmen und Kaufen oder die Seite verlassen.

Achten Sie bei der Erstellung Ihrer Website und der Auswahl der Werkzeuge bereits darauf, dass Sie selbst neue Landingpages erstellen können.



CHECKLISTE

- Erstellen Sie eine Website, die Sie einfach selbst pflegen, erweitern, betreuen können. Holen Sie sich professionelle Hilfe, wenn Sie damit keine Erfahrung haben. Lassen Sie sich unbedingt zeigen, wie Sie selbst Inhalte auf der Website einstellen und ändern können.
- Erstellen Sie regelmäßig (wöchentlich, 14-täglich, monatlich, ... , ganz egal) neue Inhalte, also nützliche Informationen für Ihre potenziellen Kunden, die bezüglich Ihres Fachgebiets helfen, ihre Probleme zu lösen. Veröffentlichen Sie diese auf der Website oder im Blog.
- Erstellen Sie ein kostenloses Geschenk für Ihre Interessenten in Form eines PDF Dokuments, eines Videos, eines Podcasts oder eines Webinars. Tauschen Sie dieses Geschenk gegen die E-Mail-Adresse des Kunden.
- Suchen Sie einen E-Mail Anbieter, mit dem Sie automatische E-Mail-Serien an Ihre Interessenten versenden können. Achten Sie dabei auf die Bestimmungen des Datenschutzes.
- Erstellen Sie bei Ihrem E-Mail Provider ein Formular, über das die Interessenten ein kostenloses Angebot anfordern können.
- Erstellen Sie bei Ihrem E-Mail Provider eine mindestens fünfteilige E-Mail Serie, die Sie an mehreren aufeinanderfolgenden Tagen versenden, um einen festen Platz im Gedächtnis Ihres Interessenten zu bekommen.
- Erstellen Sie ein erstes Angebot, das Sie Ihren Interessenten unterbreiten möchten. Das Angebot sollte ein Paket sein, das der Kunde sofort kaufen kann. Verkaufen Sie Dienstleistungen, bieten Sie keine zeitabhängige Leistung an, sondern ein Dienstleistungspaket, welches aus X Stunden besteht.
- Erstellen Sie eine Landingpage, auf der Sie dem Kunden ein erstes Angebot präsentieren. Diese Landingpage darf nur Informationen zu Ihrem Angebot erhalten und keine sonstigen ablenkenden Links. Die einzige Entscheidung die Ihr Kunde auf dieser Seite treffen darf, wird sein „kaufe das Angebot“ oder „verlasse die Seite“.
- Richten Sie sich in den sozialen Netzwerken persönliche und geschäftliche Profile ein, starten Sie zum Beispiel mit Facebook.
- Teilen Sie auf Ihren Profilen in den sozialen Netzwerken Blogbeiträge, um Ihre Bekanntheit zu steigern und Vertrauen zu Ihren Interessenten aufzubauen.
- Erstellen Sie in den sozialen Netzwerken kostenpflichtige Anzeigen, die nur an Ihre Zielgruppe ausgeliefert werden. Versuchen Sie, so gut wie möglich Ihre Zielgruppe durch die Einstellungen in den Werbeanzeigen abzubilden.
- Leiten Sie Ihre Zielgruppe auf Ihre Landingpage weiter, auf der Sie Ihr Freebie anbieten.



IMPRESSUM

dose consult

Brita Dose

Friedensstraße 15
06667 Weißenfels/ OT Reichardtswerben

Telefon: +49 3443 23 74 52

Telefax: +49 3443 23 74 53

E-Mail: b.dose@dose-consult.de

Internet: <https://dose-consult.de>

Facebook: <https://business.facebook.com/britadose.de>



SIE SIND ÜBERWÄLTIGT VON DER VIELZAHL DER AUFGABEN?

Arbeiten Sie mit mir!

Als Dienstleistung „Done-for-you“ oder als Coaching-Projekt, wobei wir gemeinsam an Ihren Projekten arbeiten.

[Für mehr Informationen buchen Sie bitte hier ein kostenfreies Beratungsgespräch!](#)

Ich freue mich auf Sie!

Ihre Brita Dose

