

SICH EFFEKTIV VERMARKTEN LERNEN

Vermarkten ist ein großer Spaß. Das gilt meist jedoch leider nur solange man nicht selbst oder auch nicht das eigene Unternehmen betroffen sind. Lösungen für andere sind schnell gefunden, doch wenn es um Selbstvermarktung geht wird guter Rat schnell teuer. Denn was sie wirklich bedeutet und wie sie aussehen kann hat der ein oder andere vielleicht noch nicht so ganz verstanden.

Text: Elke Bauer. Foto: Marcel Leeb

Das mit dem Marketing ist so eine Sache. Es wird gerne mal so nebenbei mitgemacht. Oder steht als Aufgabengebiet neben Sales auf unheimlich vielen Visitenkarten. Aber „Vermarktung“ ist ein weites Feld. Und wenn dann die Umsätze des Unternehmens, das wie groß oder klein auch immer geartet ist, nicht über ein gewisses Level klettern wollen, gar nicht klar ist wohin man sich überhaupt entwickeln will und ob noch ein paar Aussendungen bei denen keiner nachhakt wirklich den Erfolg bringen ist es ratsam einen externen Fachmann heranzuziehen. Soweit so gut. Und schon beginnt eine hilflose Suche nach dem richtigen Begleiter, desto renommierter der Marketingspezialist desto unerschwinglicher und vor allem nicht abwartbar, die edle Beratung. Später die Umsetzung, die dann wieder ins Allein geworfen erneut Probleme macht und schon beginnt der mühsame Absatzweg von vorn. Marketingstrategien zu entwickeln ist ein Unterfangen auf unbestimmte Zeit und kostet meist genauso viel Kraft und Aufwand wie gleich ein neues Unternehmen zu gründen.

„Kein „Schema F“, dafür 100 Prozent Sie selbst“ hat sich deshalb Marcel Leeb, Spezialist für Marketing- und Vertriebslösungen auf die Fahne geschrieben. Neben seinem Hauptberuf als Marketing- und Vertriebsdirektor von MGM Channel Deutschland, bietet Leeb je nach Bedarf Beratung, Coaching und Projektarbeit sowie Blitzanalysen

oder intensive Workshops und Seminare zu durchaus erschwinglichen Preisen an. Eine strukturierte Anleitung die zu langfristigem Erfolg führen soll, das benannte Ziel. Sein Angebot richtet sich sowohl an Unternehmer wie auch an leitende Angestellte und Mitarbeiter. Das innovative an Leeb: Er ist ausgebildeter Kinesiologe und Coach und nutzt systemische Unternehmens-Aufstellungen als effektives Werkzeug. So verlässt er sich nicht nur, wie andere Marketingspezialisten auf sein Erlerntes, Erfahrenes und Erlebtes und betrachtet mittels der Technik des Aufstellens den Marketing- und Vertriebsansatz seiner Kunden als ganzheitliches System. Die erarbeiteten individuellen Lösungen werden durch das „Aufstellen“ direkt nachvollziehbar und auf Wirksamkeit prüfbar.

Für unsere finest.finance! Leser hat Marcel Leeb schon einmal einen kleinen Vermarktungsratgeber zusammen gestellt:

10 SCHRITTE ZUR ERFOLGREICHEN VERMARKTUNG

Schritt 1: Produktportfolio

Hinterfragen Sie Ihr Produktportfolio: was zeichnet ihre Arbeit aus? Was macht Ihr Angebot auf dem Markt einzigartig? Bieten Sie Mehrwerte, Lösungen und Erfüllung von Wünschen an und stellen Sie Ihr Angebot so dar, dass es Begehrlichkeiten weckt.

Schritt 2: Preisgestaltung

Können, Wissen, Talente und Lösungen bietet man zum Höchstpreis an. Achten Sie dabei auf ein ehrliches Geben und Nehmen.

Schritt 3: Zielgruppe(n) und Vertriebsweg(e)

Wer gefallen will, muss seinen Gegenüber kennen. Lernen Sie Ihre Zielgruppe(n) kennen, deren Wünsche, Bedürfnisse, Sehnsüchte und Kaufmotive. Erarbeiten Sie ein Profil ihrer Kernzielgruppe und eine Liste der 10 effektivsten Wege, um eben diese zu erreichen.

Schritt 4: Werbemittel

Eine Fülle von Werbemöglichkeiten wartet auf Sie: Print, Online, Radio, TV, Events, Vorträge etc. Welches Medium ist am effektivsten, um Ihr Angebot adäquat in Szene zu setzen? Vorsicht vor dem Social Media Hype. Erst die Pflicht dann die Kür.

Schritt 5: Ziele und Vision

Jedes Unternehmen, aber auch jede Marketing-Kampagne, benötigt eine klare Vision und eindeutige, messbare Ziele. Sehen Sie Ihre Ziele als Meilensteine auf dem Weg zur Erfüllung Ihrer Vision.

Was möchten Sie mit Ihren Marketingmaßnahmen genau erreichen? Und welche Vision verfolgen Sie?

Schritt 6: Marketingbudget

Machen Sie sich eine detaillierte Aufstellung mit allen planbaren Kosten. Die Frage ist: wie können Sie mit minimalem Geldeinsatz maximalen Effekt erreichen? Welche nonmonetären Ressourcen stehen Ihnen außerdem zur Verfügung? Effektives Marketing funktioniert auch ohne Geldeinsatz. Das Zauberwort lautet „Gegengeschäft“.

Schritt 7: Marketingphilosophien

Es gibt vier Marketingphilosophien, die Ihrer Kampagne die nötige Würze geben. Kennen Sie diese vier?

Die 4 Ps: Product, Price, Place, Promotion alias „Vier gewinnt“

AIDA: Attention, Interest, Desire, Action alias „Die Kunst des Verführens“

KISS: Keep It Short & Simple alias „Rasseln statt Quasseln“

USPs: Unique Selling Points alias „Zeige was Du zu bieten hast“

Schritt 8: Kreative Vorbereitung

Nehmen Sie sich Zeit zum Fantasieren, Träumen und Ideen raus lassen. Denken Sie groß und lassen Sie neue

Impulse zu. Geben Sie Ihrer Kreativität den Raum, den sie braucht. Konzepte verkleinern können Sie später immer noch. Visualisieren Sie Ihre Kampagne, schreiben Sie Texte, entwickeln Sie Ihren Slogan, skizzieren Sie Ihre Anzeige/Ihren Flyer.

Schritt 9: Professionelle Unterstützer

Der erste Eindruck bekommt keine zweite Chance! Holen Sie sich professionelle Unterstützer und stimmen Sie diese mit einem detaillierten Briefing auf Ihr Projekt ein. Brauchen Sie einen Designer, einen Webseiten-Programmierer, einen Texter, einen Anwalt, einen Marketing-Coach? Wer soll Ihre Ideen zum erblühen bringen?

Schritt 10: Durchführen und Evaluieren Ihrer Kampagne

Nutzen Sie, abgesehen von klassischen Kommunikationswegen auch die Macht von Multiplikatoren und adäquaten Netzwerken, um Ihre Kampagne zu lancieren. Lassen Sie sich von anderen weiterempfehlen.

Evaluieren Sie Ihre Kampagne nach dem Grad der Zielerreichung und den Faktoren, die maßgeblich zu Ihrem Erfolg beigetragen haben. Lernen Sie aus Fehlern. Was werden Sie beim nächsten Mal wieder so machen, was anders?

Fazit: Der Schlüssel zum Erfolg steckt in einer effektiven Vorbereitung. Begehrlichkeiten kann nur derjenige wecken, der die Wünsche und Sehnsüchte seiner Zielgruppe verstanden hat und Angebote in Form von Lösungen und Mehrwerten offeriert.

**MARCEL LEEB**

Marketing- und Vertriebslösungen

Beratung, Coaching, Workshops, Projektarbeit

Tel.: 089.12 76 85 22; Mobil: 0162.26 00 319