



Heiko T. Ciesinski

Der Experte gegen Rabatte

Marketing Tipps

Durch Online-Marketing in
11 Schritten
zu mehr Kunden & Mitarbeitern

Durch Online-Marketing in **11** Schritten zu mehr Kunden & Mitarbeitern

Wenn Du eine Werbeanzeige in den klassischen Medien wie Zeitung oder Radio schaltest oder Werbeflyer verteilst, ist das größte Problem dabei, dass die meisten Menschen, die Deine Anzeige sehen, gar nicht zu Deiner Zielgruppe gehören. Dies sind die sogenannten Streuverluste. Und viele Deiner Zielgruppe schauen vielleicht gerade an dem Tag, an dem Deine Anzeige in der Zeitung steht, gar nicht in die Zeitung. Oder Deine Zielgruppe liest gar keine Zeitung. Oder hört kein Radio oder hat ein Schild am Briefkasten „keine Werbung“. Die Menschen, die Du erreichen willst, erreichst Du gar nicht, weil Du auf das falsche Medium setzt. Dumm gelaufen!

Im Online-Marketing wird die Anzeige Deiner Zielgruppe genau dann angezeigt, wenn Deine Zielgruppe online ist. Du legst vorher fest, wer zu Deiner Zielgruppe gehört. Je genauer Du Deine Zielgruppe festlegst, umso geringer sind die Streuverluste.

In wenigen Schritten gewinnst Du so gezielt und automatisiert Neukunden über das Internet. Dies kann über die Suchmaschine Google geschehen oder über die sozialen Medien wie Facebook oder Instagram.

Im Folgenden erfährst Du wie Du in 11 Schritten ganz einfach über Online-Marketing neue Kunden gewinnst. Diese Strategie kannst Du natürlich auch dazu nutzen, um Auszubildende oder Fachkräfte zu gewinnen. Das Thema „Fachkräftemangel“ hat sich damit für Dich bald endgültig erledigt.

Durch Online-Marketing in **11** Schritten zu mehr Kunden & Mitarbeitern

1

Zielgruppe festlegen

Zu Beginn leg erst einmal Deine Zielgruppe fest. Wo befindet sich Deine Zielgruppe? In welchem Land, welcher Region oder Stadt? Wie alt ist Deine Zielgruppe? In welcher Branche arbeitet Deine Zielgruppe, welchen Beruf übt sie aus? Welches Auto fährt sie und wie ist der Familienstand? Welche Hobbies und Interessen hat Deine Zielgruppe? All diese Punkte und noch einige mehr sind wichtig, wenn Du eine Werbeanzeige bei Facebook oder Instagram schalten möchtest. Mach Dir dazu unbedingt vorab ausführlich Gedanken.

2

Werbeanzeige bei FB oder Instagram schalten

Über den Werbeanzeigenmanager bei Facebook kannst Du sowohl bei Facebook als auch bei Instagram Werbeanzeigen schalten. Hierzu gibt es verschiedene Formate wie Beiträge, Stories und Reels – um nur die bekanntesten zu nennen. Im Werbeanzeigenmanager legst Du fest, in welchem Zeitraum die Anzeige geschaltet werden soll und wie hoch das Werbebudget für die gesamte Laufzeit oder pro Tag sein soll. Im Werbeanzeigenmanager gestaltest Du die Anzeige auch. Du lädst Bilder und Videos hoch und schreibst den Werbetext dazu. So findest Du heraus, welche Variante erfolgreicher ist – Bild oder Video. Vermutlich ist es die Video-Anzeige, aber bitte teste es immer. Lass Deine Zielgruppe entscheiden.

Durch Online-Marketing in **11** Schritten zu mehr Kunden & Mitarbeitern

3 Interessent gelangt auf Deine Landingpage

Nachdem die Anzeige Deiner Zielgruppe angezeigt wurde, wird jemand auf die Anzeige klicken und landet nun auf Deiner Landingpage. Leite die Besucher nicht auf Deine eigentliche Internetseite. Dort könnten Sie durch zu viele Klickmöglichkeiten vom Eigentlichen abgelenkt werden. Sehr sinnvoll ist es, eine Landingpage mit einer separaten Domain zu erstellen.

Die Landingpage ist eine Internetseite, die nur den Zweck hat, die Kontaktdaten des Seitenbesuchers einzusammeln. Damit Besucher dies tun, solltest Du ein Geschenk als Dankeschön für die E-Mail-Adresse anbieten. Dies kann ein E-Book, eine Checkliste oder ein Video sein. Einfach so – ohne Geschenk - wird keiner die E-Mail-Adresse oder weitere Kontaktdaten hinterlassen. Du solltest immer 2 Anzeigen gleichzeitig laufen lassen - eine Bild- und eine Video-Anzeige.

4 Interessent hinterlässt Kontaktdaten

Grundsätzlich gilt, dass Du nicht zu viele Kontaktdaten von Deinem Seitenbesucher abfragen solltest. Je mehr Infos Du haben möchtest, desto mehr Besucher verlassen die Seite, ohne Ihre Daten hinterlassen zu haben.

Durch Online-Marketing in **11** Schritten zu mehr Kunden & Mitarbeitern

Vor- und Zunamen sowie die E-Mail-Adresse hinterlassen die meisten Besucher, wenn sie hilfreiche Informationen dafür bekommen. Bevor Du eine Telefonnummer abfragst, überleg Dir, ob dies wirklich notwendig ist, denn dies wird die Eintragsquote deutlich senken.

5 Interessent kommt auf Danke-Seite

Nachdem der Besucher seine Daten hinterlassen hat, kommt er auf eine Danke-Seite. Auf dieser Danke-Seite bekommt der Nutzer den Hinweis, dass er eine E-Mail erhalten hat, in der er seine E-Mail-Adresse bestätigen muss, damit er sein Geschenk erhält. Dies ist das sogenannte Double-Opt-In-Verfahren.

Außerdem ist diese Danke-Seite wichtig, um messen zu können, ob der mit der Werbeanzeige beabsichtigte Erfolg - nämlich das Eintragen und Hinterlassen der Kontaktdaten - auch erfolgt ist. Denn nur derjenige, der auch auf die Danke-Seite geleitet wird, hat auch seine Kontaktdaten eingegeben. Derjenige, der seine Kontaktdaten nicht eingegeben hat, wird nicht auf die Danke-Seite geleitet.

Diese Danke-Seite wird beim Erstellen der Werbeanzeige hinterlegt. Wichtig ist, dass auf der Danke-Seite der Pixel von Facebook, Instagram oder Google gesetzt ist - je nachdem wo Du Deine Werbeanzeige schaltest.

Durch Online-Marketing in **11** Schritten zu mehr Kunden & Mitarbeitern

6 Interessent bekommt Checkliste, E-Book oder Video

Hat Dein Interessent nun seine E-Mail-Adresse bestätigt, bekommt er per E-Mail oder per Link zu einer Download-Seite sein Geschenk. Egal, was Du Deinem Interessenten schenkst, es sollte ihm einen Mehrwert bieten. Denn wenn das Geschenk keinen Mehrwert verspricht, dann wird der Interessent auf der Landingpage erst gar nicht seine Kontaktdaten hinterlassen. Ein ansprechender Titel wie „Die 5 teuersten Fehler ...“ oder „Die 5 miesen Tricks der ...“ wird den Interessenten neugierig machen und ihm das Gefühl geben, wenn er sich dieses Geschenk nicht holt, dann verpasst er etwas und könnte viel Geld verlieren.

7 E-Mail-Liste, um Mehrwerte zuzusenden

Nachdem Dein Interessent seine Kontaktdaten hinterlassen und sein Geschenk bekommen hat, ist er automatisch Teil Deiner Liste. Diese Liste ist ein E-Mail-Verteiler. Hierfür nutze bitte eine professionelle E-Mail-Marketing-Software – niemals Outlook oder ein ähnliches Programm. Meine klare Empfehlung ist der Marktführer Klicktipp <https://app.klicktipp.com/webinar/73599> .

Über diese Liste kannst Du Deinen Interessenten anschreiben und interessante und hilfreiche Informationen mit Mehrwert zusenden.

Durch Online-Marketing in **11** Schritten zu mehr Kunden & Mitarbeitern

So zeigst Du Deine Kompetenz und baust Vertrauen auf. In aller Regel kaufen Kunden nicht beim 1. Kontakt, sondern brauchen bis zu 12 Kontakte bis sie kaufen – je nach Branche und Produkt. Du heiratest ja auch nicht nach dem ersten Date. 😊

Ganz wichtig: Du solltest das neue Mitglied Deiner E-Mail-Liste - Deinen Interessenten - mit hochwertigen Inhalten mit Mehrwert versorgen, auf keinen Fall mit Werbung bombardieren, so nach dem Motto „Unser Angebot für Sie“. Dies ist gerade am Anfang wichtig, um das Vertrauen zu stärken. Später kannst Du auch mal Werbung mit einfließen lassen, aber eher nach dem Motto „Wenn Du mehr wissen möchtest, dann klick hier“.

8

Kompetenz aufbauen

Über regelmäßige E-Mails hältst Du Kontakt zu Deinem Interessenten und bleibst in seinem Gedächtnis. Über einen sogenannten Auto-Responder kannst Du die Abfolge und Inhalte der E-Mails bereits im Vorfeld festlegen. Du kannst festlegen, dass Dein neuer Interessent beispielsweise 7 Tage nach dem Eintragen seine 2. E-Mail bekommt und alle weiteren E-Mails jeweils nach weiteren 7 oder 14 Tagen - immer zu einer bestimmten Uhrzeit. Oft wird die Frage gestellt, wie oft man jemandem eine E-Mail zusenden kann, ohne dass er oder sie genervt ist. Die Abfolge ist gar nicht so entscheidend. Entscheidend ist die Frage, ob die Inhalte interessant genug sind und Mehrwerte bieten.

Durch Online-Marketing in **11** Schritten zu mehr Kunden & Mitarbeitern

9 Retargeting

Sollte Dein Landingpage-Besucher nicht auf die Danke-Seite gelangt sein, ist klar: Er hat sich nicht auf Deiner Seite eingetragen und seine Kontaktdaten hinterlassen. Dies kann verschiedene Gründe haben. Vielleicht war er noch nicht restlos überzeugt oder er wurde gerade abgelenkt.

Vielleicht kennst Du diese Situation: Du hast nach etwas gegoogelt, warst auf der Internetseite eines Anbieters des gesuchten Produktes, hast aber nicht gekauft. Und nun wird Dir ein paar Stunden später, eine Werbeanzeige angezeigt, die genau das Produkt zeigt, nach dem Du kurz zuvor gegoogelt hast. Dies nennt man Retargeting. Und dies passiert nun auch Deinem Landingpage-Besucher der sich – noch – nicht eingetragen hat. Er bekommt nun weitere Anzeigen angezeigt, mit dem Ziel, dass er sich nun – endlich – einträgt.

10 Interessent gelangt wieder auf die Landingpage

Wenn der Nutzer immer noch grundsätzlich interessiert ist, wird er vermutlich noch ein weiteres Mal auf die Anzeige klicken. Mit einem Klick auf die Retargeting-Anzeige, also die erneut angezeigte Werbeanzeige, gelangt Dein Besucher auf dieselbe Landingpage, die er schon einmal besucht hat.

Durch Online-Marketing in **11** Schritten zu mehr Kunden & Mitarbeitern

Nach dem Motto „Steter Tropfen höhlt den Stein“ steigt die Wahrscheinlichkeit, dass der Interessent sich nun einträgt.

11

Interessent wird zum Kunden

Der Landingpage-Besucher, der als Interessent in Deiner E-Mail-Liste gelandet ist, bekommt von Dir nun regelmäßig E-Mails mit Informationen mit Mehrwert. Zwischendurch streust Du immer mal wieder Kaufangebote ein. Am besten niedrigschwellige, also günstige Angebote. Angebote, die es Deinem Interessenten leicht machen, zu sagen „Ich kaufe“. Irgendwann wird Dein Interessent zum Kunden! Es kann aber auch genauso gut sein, dass Dein Interessent irgendwann keine Lust mehr auf Deine E-Mails hat oder einfach nicht mehr interessiert ist. Er trägt sich dann möglicherweise wieder aus Deinem Verteiler aus. Dies ist ein ganz normaler Vorgang. Es kommen Interessenten, es gehen Interessenten - es bleiben die Kunden.

Klar ist: Es werden sich mehr Menschen eintragen als am Ende kaufen werden. D. h. es werden viele Menschen in Deinem Verteiler sein, die sich kostenfrei mit Deinen Mehrwert-Informationen versorgen, ohne jemals Kunde zu werden. Mach Dir darüber keine Gedanken. Du brauchst diese Menschen, um diejenigen herauszufiltern, die bei Dir kaufen wollen. Und dies werden am Ende genug sein, damit Dein Geschäft profitabel läuft.

So machst Du aus Menschen, die im Internet unterwegs sind und „zufällig“ Deine Werbeanzeige sehen, Kunden. Kunden, die vielleicht mehrmals kaufen und treue Fans von Dir werden.

Durch Online-Marketing in **11** Schritten zu mehr Kunden & Mitarbeitern

Tipps für Werbeanzeigen bei Google

Solltest Du Dich für eine Google- statt einer Facebook- oder Instagram-Anzeige entschieden haben, dann sehen die ersten Schritte vor dem Veröffentlichen der Anzeige etwas anders aus. Bis der Interessent auf Deine Landingpage gelangt, hast Du ein paar andere Aufgaben zu erledigen.

1

Answer the public

Wie wäre es, wenn Du genau wüsstest, was Dein potenzieller Kunde bei Google eingibt, wenn er nach Deinen Produkten oder Leistungen sucht? Du müsstest dann nicht mehr vermuten, was potenzielle Kunden möglicherweise bei Google eingeben. Und vielleicht mit Deiner Einschätzung komplett falsch liegen. Du könntest Deine Werbeanzeige ganz gezielt bei den „richtigen“ Begriffen anzeigen lassen. Dies erhöht die Erfolgsquoten sehr deutlich. Auf der Seite <https://answerthepublic.com/> kannst Du einen Oberbegriff eingeben und erfährst dann alle Suchkombinationen, die Menschen zu diesem Suchbegriff bei Google eingegeben haben. Genial! Dies sind manchmal bis zu 100 Suchbegriffe. Ein wirklich geniales Werkzeug, um Kunden zielgerichtet anzusprechen!



Finde heraus, was Deine Kunden suchen

1.
2.
- ...

Durch Online-Marketing in **11** Schritten zu mehr Kunden & Mitarbeitern

2 Keywordplaner bei GoogleAds

Jetzt kommt eine mühsame Fleißaufgabe. Diese Suchbegriffe – Keywords – gibst Du nun im Google Keyword-Planer ein, um herauszufinden, wie viele Menschen danach suchen. Du erfährst so die durchschnittlichen Suchanfragen pro Monat. Eine Werbeanzeige auf ein Keyword zu schalten, macht ja nur Sinn, wenn auch genügend potenzielle Interessenten vorhanden sind.

Damit Du nicht mit zu vielen anderen Unternehmen im Wettbewerb um dieses Keyword stehst, was die Kosten nach oben treibt, solltest Du nach Keywords schauen, die einen geringen Wettbewerb haben. Hohe Suchanfragen in Verbindung mit einem geringen Wettbewerb sind die perfekte Kombination.

Um die perfekte Kombination zu finden, reicht es nicht, nur ein paar wenige Keywords einzugeben. Gib lieber ein paar mehr ein als zu wenig. Es können ruhig 100 oder mehr Keywords sein, die Du eingibst. Dies steigert die Chance, die richtigen Kombinationen zu finden. Diese Aufgabe macht vielleicht nicht ganz so viel Spaß, ist aber extrem wichtig!

3 Keywords festlegen

Wenn Du die Keywords gefunden hast, die eine hohe Suchanfrage bei geringem Wettbewerb haben, dann nimmst Du diese Keywords, um darauf Deine Werbeanzeige zu schalten.

Durch Online-Marketing in **11** Schritten zu mehr Kunden & Mitarbeitern

Dies können auch mehrere Keywords sein, je nachdem wie viele Kombinationen Dir der Google-Keyword-Planer anzeigt.

5 Google-Anzeige erstellen

Mit Deinen Keywords gehst Du nun hin und erstellst eine Werbeanzeige im Rahmen einer Kampagne bei Google-Ads <https://ads.google.com/> . Du legst das Werbebudget sowie den Zeitraum fest, gibst die Danke-Seite ein und gestaltest die Werbeanzeige mit Überschrift und Text. Die Gestaltung der Werbeanzeige ist einfach und schnell gemacht. Das System ist da selbsterklärend.

Wenn die Anzeige nun veröffentlicht ist und Interessenten daraufklicken, gelangen sie auf dieselbe Landingpage wie Interessenten der Facebook und Instagram-Anzeigen. Der weitere Ablauf ist nun der gleiche wie bei den Facebook- und Instagram-Anzeigen.

Für den weiteren Ablauf kannst Du oben bei **Schritt 3 weiterlesen.**

Für weitere vertiefende Informationen zu diesen Inhalten schau Dir unbedingt das Video an.

Durch Online-Marketing in **11** Schritten zu mehr Kunden & Mitarbeitern

Du hast konkrete Fragen wie das mit der Umsetzung genau funktioniert? Das verstehe ich. Wenn man die Vorgehensweise das 1. Mal hört oder liest, klingt das alles kompliziert. Ist es aber gar nicht!

Ich beantworte Dir gerne all Deine Fragen. Reservier Dir dazu 30 Minuten meiner Zeit und Du bekommst Antworten auf Deine Fragen. Natürlich kostenfrei!

Hol Dir jetzt Deinen Termin unter:

<https://heiko-t-ciesinski.de/online-marketing>

Ganz viel Erfolg, immer genug Kunden & Mitarbeiter sowie gute Geschäfte ohne Rabatte

wünscht Dir



Heiko T. Ciesinski – Der Experte gegen Rabatte

Hansestr. 38

45721 Haltern am See

Tel. +49 2364 - 50 72 74

heiko@heiko-t-ciesinski.de