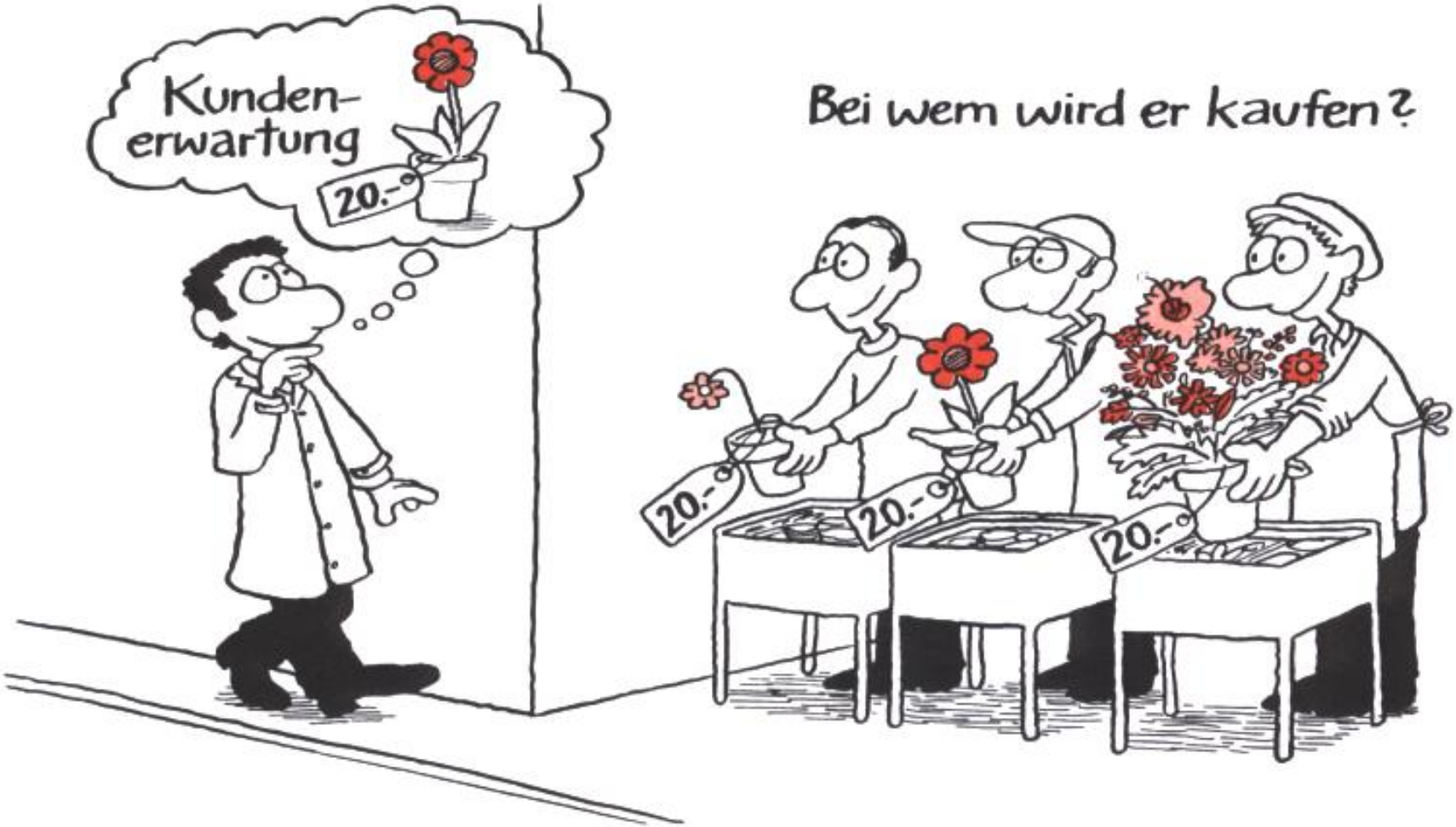
Hofmann



Hofmann

Beratung . Schulung . Kommunikation

Gehören Sie dazu?

Wir haben zu viele ***ähnliche*** Firmen,
die ***ähnliche*** Mitarbeiter beschäftigen
mit einer ***ähnlichen*** Ausbildung,
die ***ähnliche*** Arbeiten durchführen.
Sie haben ***ähnliche*** Ideen und
produzieren ***ähnliche*** Dinge
zu ***ähnlichen*** Preisen in
ähnlicher Qualität.

**Wenn Sie zu den *Ähnlichen* gehören,
werden Sie es künftig schwer haben.**

Leitfragen

Hofmann
Beratung . Schulung .
Kommunikation

- Wer sind meine Kunden?
- Wo und wie kann ich diesen eine Problemlösung bieten oder einen Bedarf befriedigen?
- Wer sind meine Mitbewerber/innen?
  Wie treten diese am Markt auf und
  wie stark ist Ihre Marktstellung?
- Was unterscheidet mein Produkt oder
  meine Dienstleistung vom Wettbewerb?

Hofmann

Beratung . Schulung . Kommunikation

Sie sind Problemlöser

Vermeiden Sie in Ihrer Kommunikation (Werbung) möglichst:

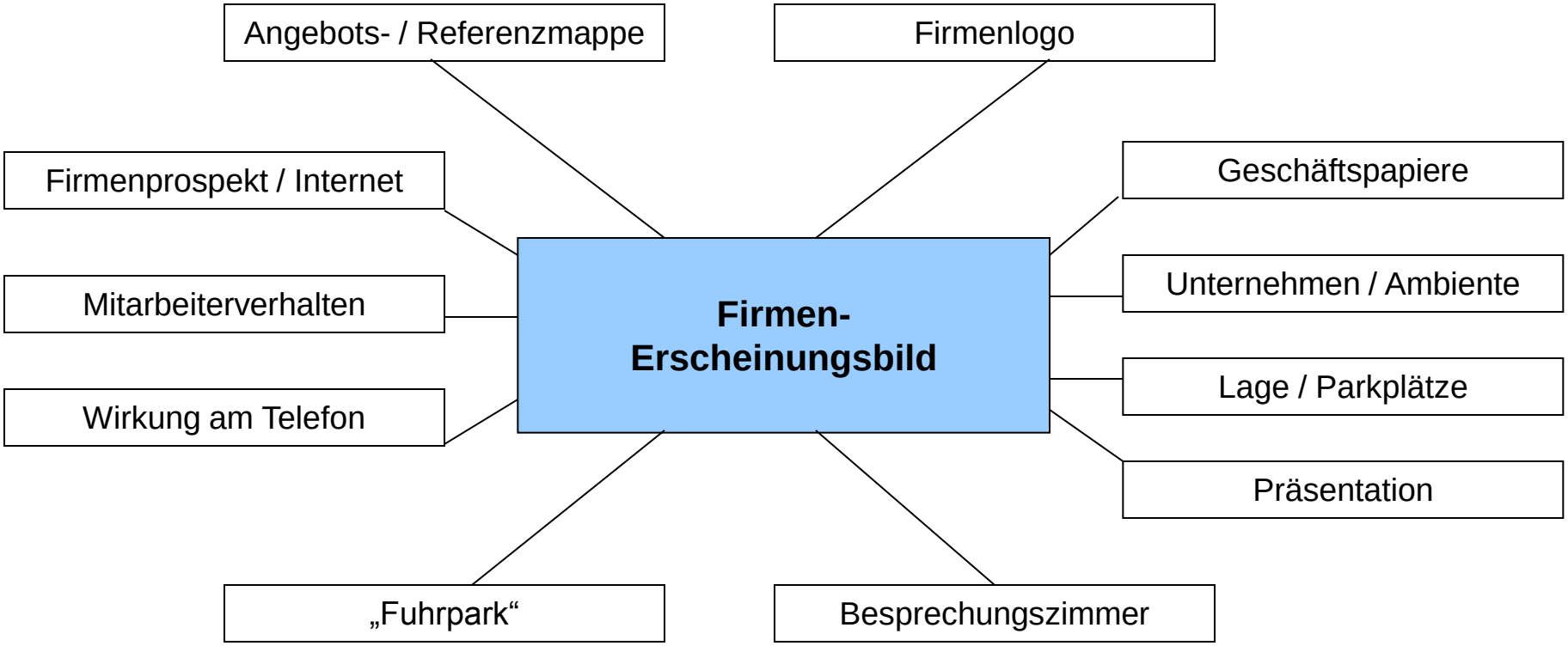
- Ich
- Wir
- Unser

Verwenden Sie kundennutzen-orientierte Aussagen wie:

- Sie erhalten
- Sie profitieren von …
- Sie gewinnen dadurch …
- Sie sparen
- Sie erleben
- Sie nutzen
- Sie spüren
- Sie sehen

Das Firmen-Erscheinungsbild

Hofmann
Beratung . Schulung . Kommunikation



Hofmann

Beratung . Schulung . Kommunikation

Die Werbeplan-Phasen

Pre-Phase	Durchführungs-Phase	Post-Phase
Allgemeine Analyse	Werbemittelselektion	Werbewirkungskontrolle
Zielgruppenanalyse	Medienschaltung	
Budgetbestimmung	Korrekturen	Erfolgsanalysen
Werbeziele		
Inhaltliche Strategie		
Werbemittelanalyse		

Hofmann

Beratung . Schulung . Kommunikation

Vertriebswege

- **Haben Sie alle relevanten Vertriebskanäle geprüft?**

Handelsvertreter

Online-Shop

Franchising

Einzelhandel

Network-Marketing

Telefonverkauf

Netzwerke bzw. Partnerstrukturen

Gute und schlechte Medien?

Hofmann
Beratung . Schulung . Kommunikation

Bei Ihrem Ziel, neue Kunden zu gewinnen, gibt es eine grundlegende und unverrückbare Aussage:

Es gibt keine guten oder schlechten Vertriebswege, sondern nur richtige oder falsche.

Dasselbe trifft auf Ihre **Medienauswahl** zu – ob Online oder Print.

Nicht was Sie als „gut“ oder „antiquiert“ einstufen, ist entscheidend, sondern nur die Frage, wie Sie Ihre Kunden effizient und möglichst ohne Streuverluste erreichen.

Ihre Angebote

Hofmann

Beratung . Schulung . Kommunikation

Warum verfehlen viele schriftliche Angebote immer noch ihr Ziel?

Manchmal ist es der Preis oder auch das falsche Produkt.

Oft aber sind es rein „optische“ Fehler, die dazu führen, dass der Kunde nicht (begeistert) reagiert.

- Trennen Sie bei komplexeren Angeboten immer den Begleitbrief vom eigentlichen Angebot (auch beim E-Mail)
- Beschreiben Sie kurz und präzise den Kundennutzen
- Machen Sie Ihr Angebot „einfach unvergleichlich“

Ihr Kundenbrief

Hofmann
Beratung . Schulung .
Kommunikation

- Nur eine Seite
- Genaues Datum
- Blaue Unterschrift
- keine Versalien,
  keine Kursivschrift
- Exakte Anschrift
- Richtige Anrede
- Flattersatz, kein Blocksatz
- keine Schachtelsätze

Kundennutzen

Hofmann

Beratung . Schulung . Kommunikation

Das e-Mail

- Professionelle Mail-Adresse verwenden
- Innerhalb von 24 Stunden antworten
- Keine Abkürzungen wie „mfg“ oder „lg“
- Form und Umfang der Anlagen prüfen
- Dateigröße beachten
- Massenaussendungen vermeiden

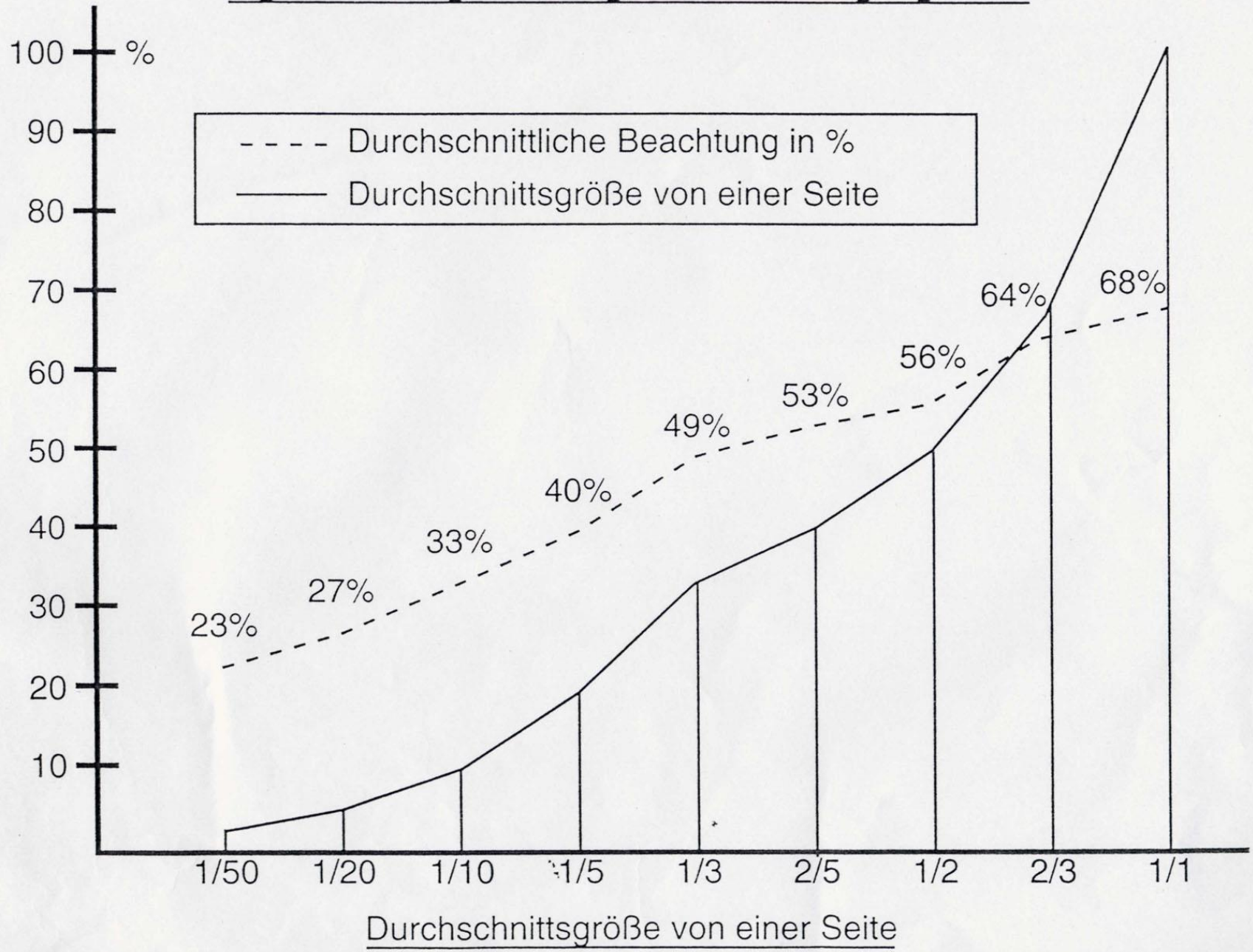
Hofmann

Beratung . Schulung . Kommunikation

Anzeigen

- Treffen Sie die richtige Medienauswahl
- Studieren Sie vor dem Inserieren die Mediadaten
- Vermeiden Sie Streuverluste
- Vereinbaren Sie Platzierungsvorgaben
- Schaffen Sie einen einheitlichen Anzeigenrahmen
- Schalten Sie möglichst kontinuierlich
- Verhandeln Sie die Konditionen

Beachtung von einfarbigen Handelsanzeigen in regionalen Tageszeitungen nach Anzeigengrößen



Hofmann

Beratung . Schulung . Kommunikation

„Neue“ Medien nutzen

- Sorgen Sie für eine aktuelle und kundenorientierte Website
- Nutzen Sie Blogs bzw. Newsletter
- Überlegen Sie sich u.a. eine XING-Mitgliedschaft
- Seien Sie dennoch vorsichtig beim „Twittern“
  und bei vielen anderen so genannten Netzwerken
- Überlegen Sie sich, wo Sie Ihre „Duftmarken“ hinterlassen
- Sehen Sie „Social Media“ gelegentlich auch mal kritisch

Hofmann

Beratung . Schulung . Kommunikation

Die Medienarbeit

- Legen Sie einen Presseverteiler an
- Binden Sie die Presseportale mit ein
- Machen Sie keine inhaltlichen Fehler
- Sehen Sie den Redakteur als Partner
- Verwechseln Sie Pressearbeit nicht mit „Werbung“

Hofmann

Beratung . Schulung . Kommunikation

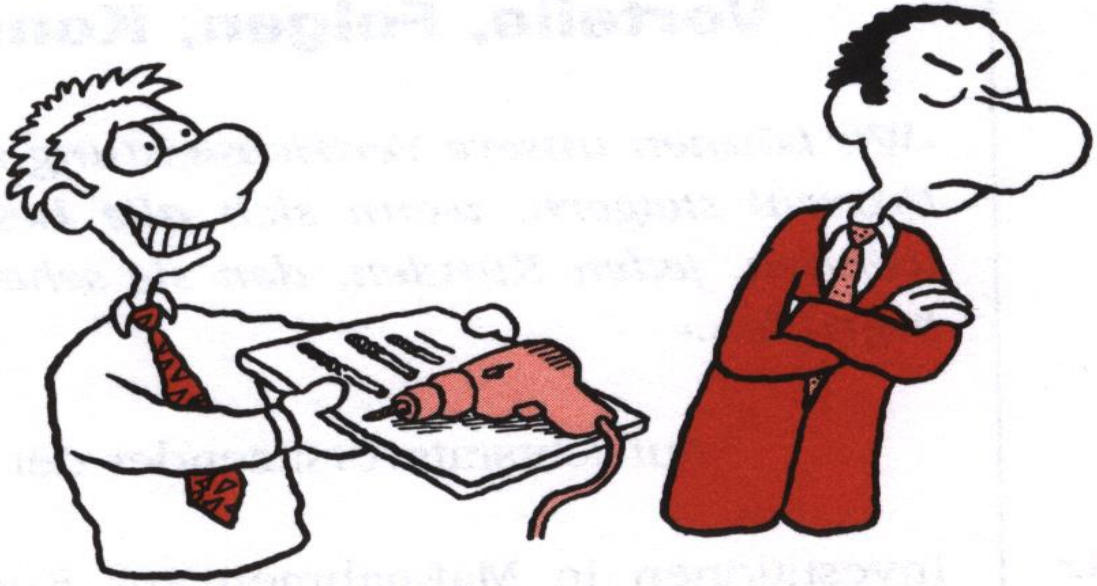
Erfolg im Marketing

Stellen Sie alles unter diesen Leitsatz:

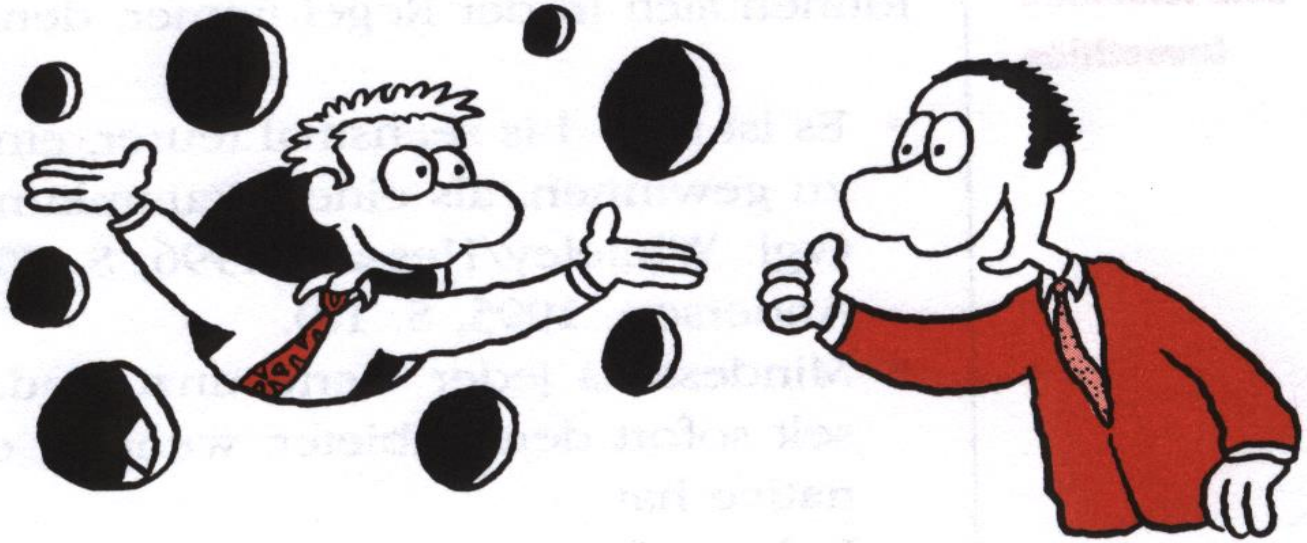
„Wahr ist nicht, was A sagt, sondern was B versteht“

(Paul Watzlawik)

Kunden wollen mehr als Produkte...



...sie wollen Lösungen!



Hofmann

Beratung . Schulung . Kommunikation

Die klare Mission

Für Websites, Angebote oder Flyer gilt immer:

Wem helfen Sie mit Ihrem Produkt
oder Ihrer Dienstleistung?

Welches Problem überwinden Sie
oder welches Ziel Ihres Kunden müssen Sie erreichen?

„Unsere Mission ist es, dafür zu sorgen, dass unsere Kunden bessere Geschäfte machen“.

Warum werden Empfehlungen immer wichtiger?

Hofmann
Beratung . Schulung . Kommunikation

A) „Wer soll das bezahlen“?
Die Informationskosten steigen rasant.

B) „Keine Werbung bitte“.
Die Kommunikationskanäle sind dicht.

C) „Nur kein Risiko eingehen“.
Das Sicherheitsbedürfnis der Kunden wächst.

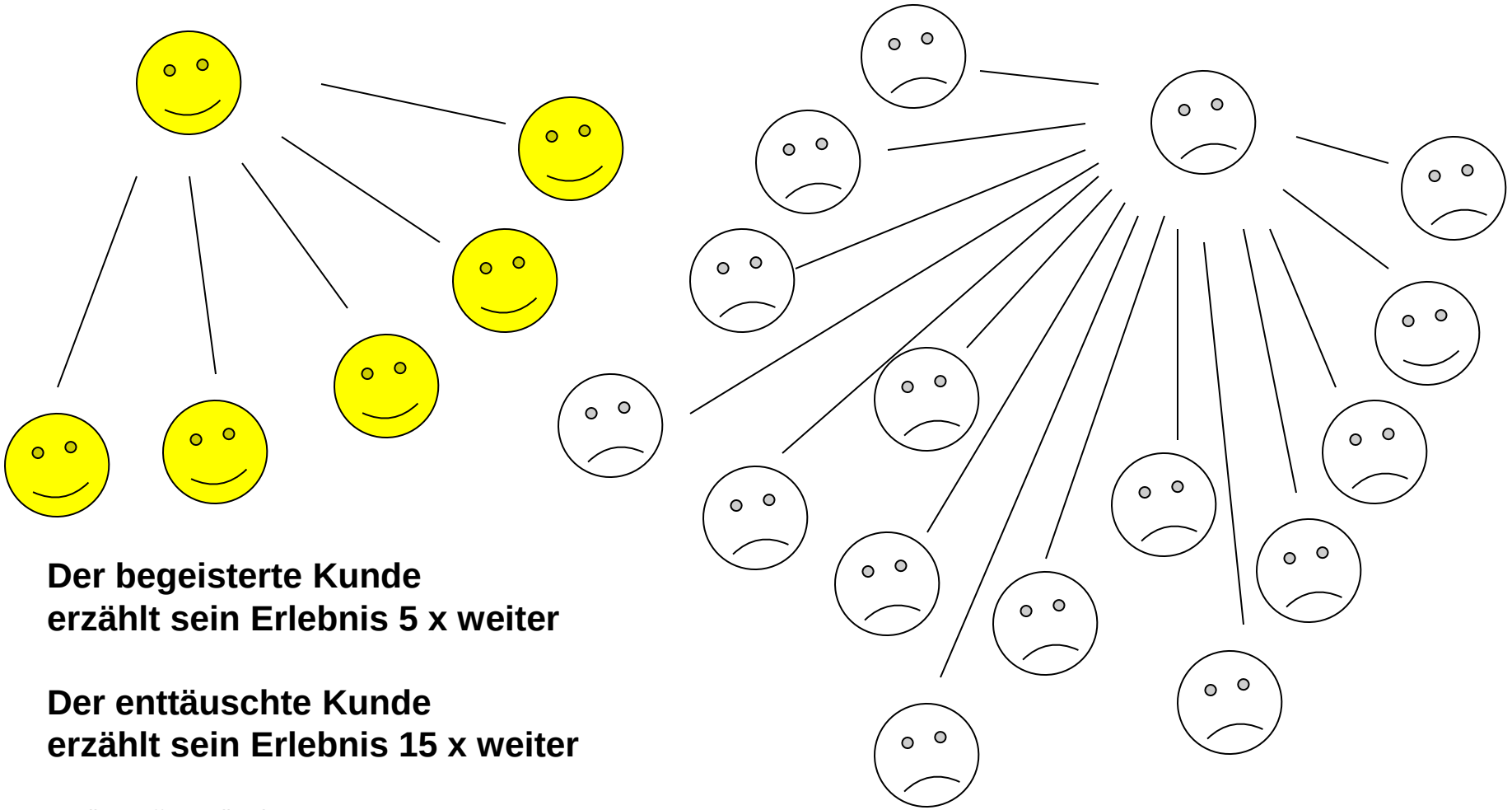
D) „Ich verlasse mich ganz auf mein Gefühl“.
Kaufentscheidungen werden emotional getroffen.

E) „Das verstehe ich nicht“.
Viele Leistungen lassen sich nicht mit konventionellen Methoden verkaufen.

Mundpropaganda:
Mal so und mal anders

Hofmann

Beratung . Schulung .
Kommunikation



Der begeisterte Kunde
erzählt sein Erlebnis 5 x weiter

Der enttäuschte Kunde
erzählt sein Erlebnis 15 x weiter

Quelle: Geffroy, Clienting

Mundpropaganda und mehr...

Hofmann
Beratung . Schulung . Kommunikation

Positive Mundpropaganda entsteht,

wenn Erwartungen deutlich übertroffen werden.

Negative Mundpropaganda entsteht,

wenn Erwartungen deutlich enttäuscht werden.

Aus welchen Gründen verliert man Kunden?

Hofmann
Beratung . Schulung . Kommunikation

durch Tod	1
durch Umzug	3
kaufen bei „Freunden“	5
kaufen woanders günstiger	9
haben sich ergebnislos beschwert	14
fühlen sich „zu wenig beachtet“	68

Quelle: Jerry Wilson, USA

Hofmann

Beratung . Schulung . Kommunikation

Ihre Strategie ...

„Don´t worry about what is best for the company.

Worry about what is best for the customer“.

Gary Comer,
Gründer von Lands´ End

Hofmann

Beratung . Schulung . Kommunikation

Gesättigte Märkte

- Märkte waren nie „gesättigt“ und werden es auch morgen nicht sein
- Märkte und „Zielgruppen“ werden ersetzt durch **Zielpersonen und Individuen**
- Märkte können künftig gar nicht mehr „bearbeitet“ werden.
  Denn kein Kunde lässt sich bearbeiten

Hofmann
Beratung . Schulung . Kommunikation

Zielgruppenmerkmale

Formal gleich und doch nicht gleich. Formale Kriterien alleine reichen lange nicht.

Geburtsdatum:	1948
Ort:	UK
Geschlecht:	männlich
Zivilstand:	verheiratet
Haushalt:	mit Kindern
Wohnen:	Hausbesitzer
Vermögen:	> 20 Mio.

Ozzy Osbourne

Prinz Charles

Hofmann

Beratung . Schulung . Kommunikation

Erfolgsfaktoren

- Mehr über den Kunden und seine Wünsche, Nöte, Sorgen, Bedürfnisse erfahren
- Sich mehr mit dem Kunden beschäftigen, ihn fragen, einbinden, ernst nehmen
- Abschied nehmen vom Kunden als reinen Umsatzbringer
- Empfehlungen gezielt auslösen und fördern
- Perfekte Datenbank anlegen

Hofmann

Beratung . Schulung . Kommunikation

Netzwerke

- Reden Sie mit Partnern, Unternehmern, Kammern, Verbänden über Ihr Unternehmen
- Tauschen Sie Visitenkarten aus
- Gehen Sie auf Veranstaltungen
- Lesen Sie Zeitungen und Fachliteratur

„Keiner gewinnt für sich allein“

(Edgar Geffroy)

Ihre Hotline

Hofmann

Beratung . Schulung .
Kommunikation

www.emil-hofmann.de

info@emil-hofmann.de

Hofmann

Beratung . Schulung . Kommunikation

Auf Wiedersehen

geförderte Workshops in der IHK Akademie:

„Kunden finden - Kunden begeistern“ am 17.12.2019 in München