

# Marketing 1x1 für Selbstständige

Kunden mit den richtigen Maßnahmen gewinnen. Aktuelle  
Möglichkeiten und Best-Practice-Beispiele.



# Was du in den nächsten 45 Minuten erfahren wirst

Marketing? Das ist doch nur was für große Unternehmen mit viel Budget. Ich bin einfach kein Marketing-Mensch. Was bringt Marketing für so ein kleines Unternehmen wie ich es habe?

- ✓ Erwiesenermaßen funktionierende Grundprinzipien
- ✓ Echte Beispiele aus der Praxis
- ✓ Sofort umsetzbare Strategien

Wie du die richtigen Maßnahmen für dein Business ergreifst.  
Denn gutes Marketing muss nicht teuer sein.



# Warum gibt es dieses Live-Webinar?

- **Funktionierende Methoden:** Die Grundmechanismen des Marketings funktionieren auch noch Jahrzehnte später in 2022 und darüber hinaus.
- **Kundengewinnung 2022:** Die Kundengewinnung ist komplexer und vielschichtiger. Es gibt mehr Konkurrenz und es wird mehr verglichen.
- **Smarte Möglichkeiten:** Die richtigen Maßnahmen müssen nicht teuer sein – es geht um das Abwägen der Vorteile und nicht darum möglichst viel Geld auszugeben.

Häufig ist aufgrund der zahlreichen Möglichkeiten unklar was einem jetzt konkret weiterhilft um das Geschäft auszubauen.

adworld.online/app/talk/185

ADWORLD DAY 2

LOBBY STAGES SCHEDULE NETWORKING CHAT PERKS

Media Buying

POWERED BY HUAWEI Ads All About Quality

LEARN MORE

### How to Generate Quality Leads With YouTube [Exclusive SAV Formula]

STREAMING

STAGE 3

Results

Facebook Ads vs. YouTube Ads

Category	Facebook Ads	YouTube Ads
Insurance	~35	~75
Real Estate	~45	~75
Lose weight	~25	~65

Double your Sales with the right Leads

ADWORLD THE WORLD'S LARGEST ONLINE ADVERTISING EVENT

Stream not playing? Click here.

Stream 1 Stream 2 Stream 3 Stream 4

Share

Limited Time Only Downloadable Resources!

Marcel Sattler's Presentation Kit 139.0MB

Marcel Sattler's Presentation Kit.pdf 65.98MB

Marcel Sattler  
CEO, McAd-Consulting.com

#### OTHER STAGES

STREAMING NOW

Jordan Dekker  
How to Leverage Your Product Reviews to Win on Amazon

STREAMING NOW

Travis Chambers  
Writing Top 1% Ad Copy Without an Elite Copywriter

#### UPCOMING TALKS

Nycole Kelly Stage 1  
Drive Maximum Impact With Influencer Marketing [Bespoke Post Case Study]  
21:57 - 22:30 Ecommerce / DTC

Ad World Stage 3  
Stage Closed  
22:00 - 22:30 Media Buying

Ad World Stage 2  
Stage Closed  
22:00 - 22:30 Content Marketing

Ad World Stage 1  
Stage Closed  
22:30 - 23:00 Ecommerce / DTC

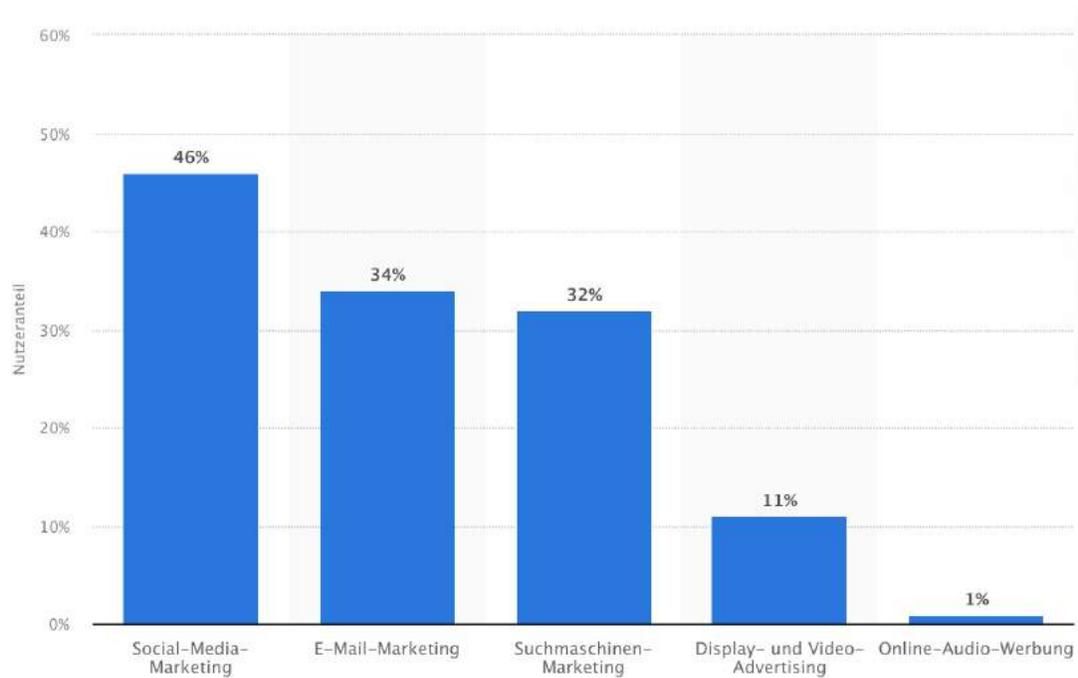
Sir Martin Sorrell Stage 2  
Advertising Industry: An Insider's View on Digital Transformation, The Integrated Agency, and The Rise of 24/7 Marketing

# Über 9+ Jahre Erfahrung im Marketing

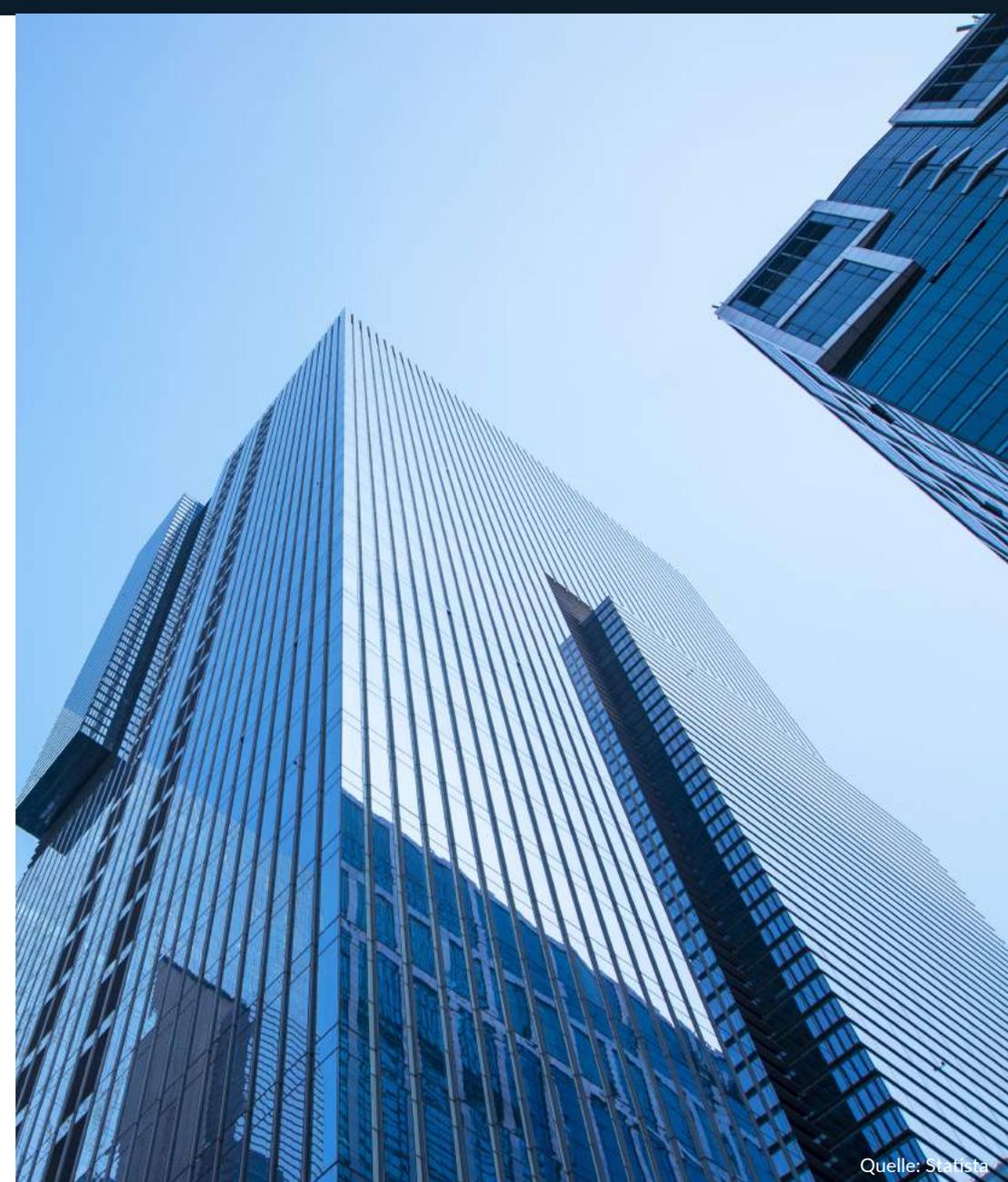
- Zahlreiche Unternehmen aufgebaut und im Marketing unterstützt
- Selbst viel Geld verloren – daher weiß ich auf was es ankommt und wie du Fehler vermeidest
- Heute gefragter Speaker und Experte wie z.B. auf der Ad World



# Marketing ist doch nur etwas für große Unternehmen



✔ Social-Media-Marketing kann jede/r machen



Quelle: Statista

# Zeit und Geld in Marketing investieren

Die Ziele von Marketing-Maßnahmen:

- ✓ Neue Kunden gewinnen
- ✓ Umsatz mit bestehenden Kunden ausbauen
- ✓ Emotionale Verbindung, daher kein einfacher Austausch mit günstigerem Anbieter



# “Ich bin einfach kein Marketing-Mensch“

- ✓ Du brauchst keinerlei Vorkenntnisse
- ✓ Prinzipien sind dein roter Faden für die wirkungsvolle Erstellung von Maßnahmen





Marketing 1x1 für Selbstständige

# Zielgruppenverständnis

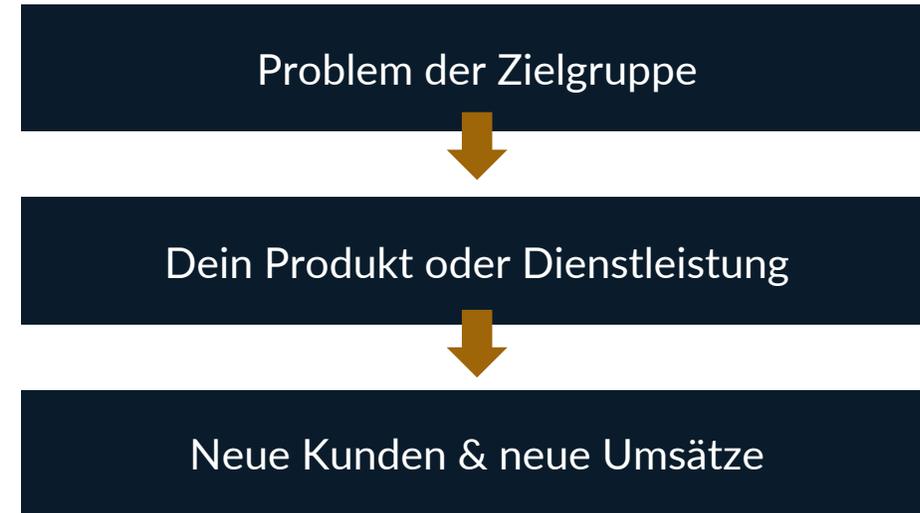
# Die wenigsten kennen ihre Zielgruppe richtig

Welches Problem löst dein Produkt / deine Dienstleistung?

- Fast kaum ein Selbstständiger kennt seine Zielgruppe so richtig – **GEFAHR!**
- Ohne ZG-Verständnis ist jede Marketing-Maßnahme umsonst, weil du den Nerv deiner potenziellen Kunden nicht triffst.
- Es geht also nicht darum die Zielgruppe eingrenzen zu können (z.B. Installateure, Maler usw.) sondern auch genau zu wissen wo der Schuh drückt.



**Dabei hilft dir das  
richtige Zielgruppen-  
Verständnis**



**„Die meisten Selbstständigen  
verfügen lediglich über irgendein  
Pseudo-Zielgruppen-Verständnis  
und wundern sich dann, warum sie  
nicht vorankommen.“**

# Wissen wo der Schuh drückt

Lerne deine Zielgruppe heute noch besser kennen

- Sprich mit deinen potenziellen Kunden und frage aktiv nach deren Probleme
- Clustere die Bereiche in Überkategorien wie z.B.
  - Mitarbeiter-Gewinnung
  - Kunden-Gewinnung
  - usw...

## Cluster 1

Zu wenig neue Kunden

Keine neuen Aufträge

Kunden kaufen nur 1x

Günstigere Konkurrenz

## Cluster 2

Ich muss Aufträge ablehnen,  
weil keine Leute

Niemand will mehr  
Handwerker werden

Viele Mitarbeiter gehen in  
Pension

Keiner bewirbt sich mehr



# Praxistipp bei breiten Themen

Bei Massenthemen wie Fitness, Abnehmen, Selbstvermarktung usw. anwendbar

**Kundenrezensionen**  
★★★★☆ 4,4 von 5  
229 globale Bewertungen

5 Sterne	71%
4 Sterne	11%
3 Sterne	7%
2 Sterne	8%
1 Stern	2%

Wie werden Bewertungen berechnet?

**Dieses Produkt bewerten**  
Sagen Sie Ihre Meinung zu diesem Artikel

Kundenrezension verfassen

Spitzenrezensionen

**Spitzenbewertungen aus Deutschland**

**Blackbiggy**  
★★★★★ **Endlich werde ich das Bauchfett los**  
Rezension aus Deutschland vom 2. März 2021  
**Verifizierter Kauf**

Der erste Satz dieses Buches trifft des Pudels Kern. Ich LEIDE an Bauchfett und zwar gewaltig. Darum möchte ich diese Röllchen (ich drücke das jetzt einmal höflich aus) auch schnellstmöglich loswerden.

Das Buch: "Fett verbrennen am Bauch" von FitLife verspricht mir ein Bauch-weg-Programm mit überwältigenden Abnehmerfolgen in Rekordzeit inkl. Ernährungsplan und Rezepten. So kann ich meinen Stoffwechsel auf Hochtouren bringen und werde gezielt Bauchfett los.

Bauchfett ist so gefährlich, weil dieses Fett ein sehr aktives Fett ist. Die Botenstoffe des Bauchfettes fördern viele Krankheiten, wie z.B. Arteriosklerose, Krebs, Diabetes, Bauchspeicheldrüsen-Erkrankungen, Bluthochdruck, Herz-Kreislauf-Erkrankungen und Entzündungen.

Diese Botenstoffe bringen den Stoffwechsel durcheinander und schütten zudem schädliche Hormone aus. Bei Menschen, die einen großen und deutlich sichtbaren Bauch haben, hat sich viel zu viel Viszeralfett angesammelt und dieses sendet kontinuierlich diese Botenstoffe aus.

Lesen Sie weiter

28 Personen fanden diese Informationen hilfreich

Nützlich | Missbrauch melden

**AK**  
★★★★★ **Fett verbrennen**  
Rezension aus Deutschland vom 7. März 2021  
**Verifizierter Kauf**

Also ich habe mir das Buch speziell ausgesucht, da ich derzeit einen komplett eingeschlafenen Stoffwechsel habe. Ich mache schon eine lowcarb Diät, aber es bringt irgendwie nichts.. mache eine Diät nicht zum ersten Mal! Hat immer geholfen mit low carb.

Nun brauch ich mal einen Ratgeber, der mir vielleicht paar neue Punkte aufzeigt!

Das Buch ist echt der knaller! Was ich ziemlich geil finde ist das entgiftungswochenende, das ist für mich mal ganz neu. Aber sau cool die idee.

Auch wird erklärt, das es gesunde fette und ungesunde fette gibt. Ich werde auf jedenfall die Punkte sofort umsetzen alle und vorallem wo ich mein Stoffwechsel wieder zum Leben erwecke.

Jeder weiß eigentlich das bauchfett extrem gefährlich ist, das wird in diesem Ratgeber auf jedenfall nochmal angesprochen.

Ich bin sehr sehr zu Frieden mit diesem Buch!! Hoffe das ich jetzt endlich abnehmen kann.

5 Sterne vernehe ich und ein riesen Loh!!!

# Sofort umsetzbare Maßnahmen

Ich weiß bereits welches Problem mein  
Produkt / meine Dienstleistung löst



Entwickle ein Angebot, welches das  
Hauptproblem deiner Zielgruppe löst

Ich weiß es noch nicht zu 100% oder bin mir  
nicht wirklich sicher



Greif zum Telefonhörer und rede noch heute mit  
potenziellen Kunden



Marketing 1x1 für Selbstständige

# Die 4Ps – ein effektives Grundprinzip das noch heute wirksam ist

# Die 4Ps im Überblick

- Grundform des Marketings welche es schon seit den 1960er Jahren gibt

*Das richtige **Produkt** muss zum richtigen **Preis** über den passenden **Distributionskanal** mit der wirksamsten **Kommunikation** zur richtigen Zeit im Markt platziert und angeboten werden.*

Product

Price

Place

Promotion



Das erste P

# Product

Ziel ist es das Produkt oder den Service genau zu definieren und sich über die Leistungen und Funktionen im klaren zu sein.

- Was zeichnet mein Produkt aus?
- Welche Leistungen beinhaltet mein Produkt?
- Ausgestaltung des physischen Produkten wie z.B. Farbe, Material, Design...
- Definition des Services bei Dienstleistungen wie z.B. Art der Dienstleistung, Zeitraum der Erbringung...
- Welche Funktion/Ziel/Ergebnis wird dem Kunden geboten?
- Wird das Produkt Privatkunden (B2C) oder Geschäftskunden (B2B) angeboten?

Das zweite P

# Price

Ziel ist es einen Gewinn zu erzielen und ein passendes und marktgerechtes Preismodell zu finden.

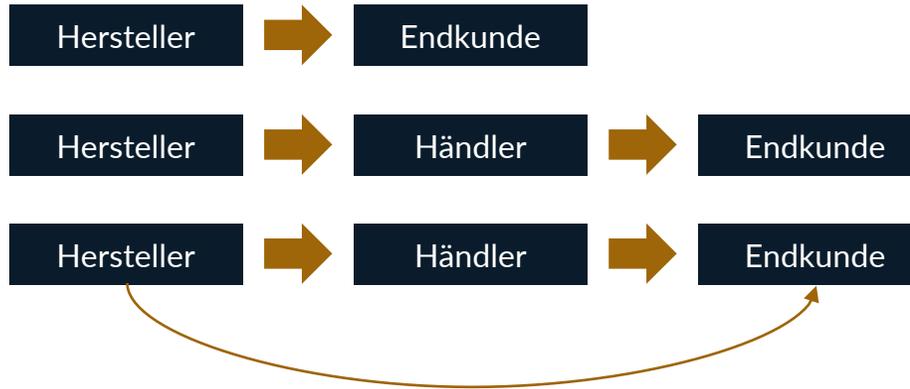
- Welchen Betrag zahlt der Kunde um das Produkt / die Dienstleistung zu erhalten?
- In welchen Abständen wird bezahlt? Ist es eine Einmalzahlung oder eine wiederkehrende Zahlung?
- Wie hoch ist meine Marge?
- Gibt es Rabatte oder Aktionen?
- Wie hoch sind meine Selbstkosten?
- Welche Preise verlangt meine Konkurrenz?

## Das dritte P

# Place

Ziel ist es die richtige Vertriebsform für das Produkt oder Dienstleistung zu definieren.

- Welche Vertriebswege gibt es?
- Gibt es Franchise-Partner?
- Wo wird verkauft?



Das vierte P

# Promotion

Ziel ist es die richtigen Werbe- und Verkaufs-Unterstützungen zu wählen um das Produkt/die Dienstleistung zu verkaufen.

- Gibt es Offline-Maßnahmen wie Zeitschriften-Werbung, Plakate, Radio-Werbung?
- Sind Online-Maßnahmen wie Facebook-Werbung oder Videowerbung auf YouTube sinnvoll?
- Welche Möglichkeiten gibt es das Zeitungen berichten?
- Erreiche ich mit E-Mail-Marketing potenzielle Kunden?

**Theorie**



**Praxis**



# Produkt

- Welches Produkt benötigt meine Zielgruppe?
  - Zielgruppenverständnis ist hier essenziell
- Machen Produktvariationen Sinn?
- Wie kann ich mein Produkt von Konkurrenten abheben?
  - Mache hier am besten eine Liste mit den Alleinstellungsvorteilen zwischen deinem Produkt und dem von deinen Konkurrenten



# Preis

- Menschen verknüpfen Preis häufig mit Qualität
- „Zu billig“ ist daher häufig ein negativer Faktor – gerade wenn es um “Qualität“ geht
- Eine Hochpreisstrategie ist der einzig sinnvolle Weg um langfristig am Markt zu bestehen

„Das Unternehmen mit dem höchsten Kundenwert in einer Branche kann sich schier unendlich Kunden einkaufen und erstklassigen Service bieten.“



# Niedrig- vs. Hochpreis-Strategie



## Niedrigpreis-Strategie

- Geringe Marge
- Genaue Kalkulation mit dem Rotstift
- Geringer Kundenwert
- Ziel ist es möglichst viele Kunden zu gewinnen um den Kostenapparat betreiben zu können

### Ergebnis

- Es kann kein Geld bzw. nur wenig in die Kunden-Akquise investiert werden
- Häufig kein exzellenter Service möglich

## Hochpreis-Strategie

- Sehr hohe Margen
- Die Extrameile für den Kunden ist machbar, weil genügend finanzieller Puffer vorhanden ist
- Hoher Kundenwert
- Wenige Kunden reichen aus um gutes Geld zu verdienen

### Beispiel:

- Du kannst mehr Geld in die Kunden-Gewinnung investieren als deine Konkurrenten
- Durch exzellenten Service sorgst du für rundum zufriedene Kunden

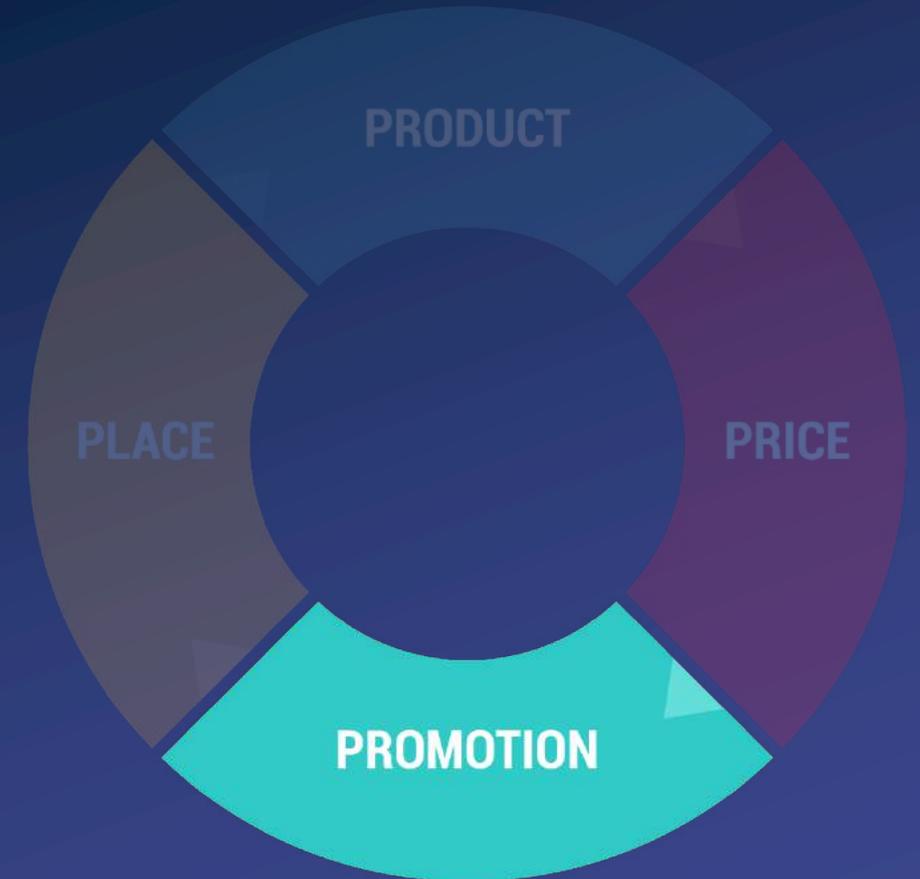
**„Es gibt keinen logischen Sinn  
am Markt der zweitgünstigste  
Anbieter zu sein.“**

# Werbung / Kommunikationspolitik

- Durch soziale Medien gibt es unendliche Möglichkeiten dein Produkt oder deinen Service in die Sichtbarkeit zu bringen



Quelle: HubSpot Research, globale Umfrage, Nov.-Dez. 2019



Geheimtipp

# Einfache Videos die viral gehen



**„Jeder kann heutzutage mit  
seinem Smartphone Videos  
für sein Business  
aufnehmen.“**

# Wie wird verkauft?

## Distributionspolitik

- Stelle dir die Frage ob du derzeit tatsächlich schon den besten Weg zu deinem Kunden verwendest?
- Hast du mehrere Vertriebskanäle wie z.B. ein Geschäft und einen Online-Shop oder nur einen Vertriebskanal?
- Nutzt du schon dein volles Potenzial wenn es um Vertriebspartner (z.B. Großhändler) geht?



# Von der Theorie in die Praxis

- Die 4Ps sind die Grundlage für Marketing-Maßnahmen
- Ungeachtet der Marketing-Wirksamkeit helfen sie jedoch vor allem dabei, selbst einen guten Überblick über das eigene Business zu bekommen

**EMPFEHLUNG:** Schreibe die 4Ps für dein Business auf und finde heraus wo du noch Unklarheiten im Prozess hast, bzw. wo noch dunkle Flecken auf deiner „Business-Karte“ sind.



Durch Aufschreiben der 4Ps werden häufig logisch sinnvolle und bisher nicht genutzte Chancen entdeckt.

A decorative graphic consisting of many thin, parallel blue lines that form a wavy, ribbon-like shape. It starts from the top left and flows towards the bottom right, curving and undulating as it goes.

Marketing 1x1 für Selbstständige

# Woran scheitern die meisten in der Praxis?

# Daran scheitern die meisten in der Praxis

- Keine direkte Umsetzung – “ich mache das am Wochenende...” – Aufschieberitis
- Verfall in alte Muster – “das habe ich immer so gemacht...”
- Aufgeben bei der ersten Umsetzung weil z.B. noch keine sichtbaren Erfolge da sind
- Falsche Umsetzung, weil zu stolz sich externe Unterstützung zu holen

Zielgruppen-Verständnis

4Ps im Marketing

AIDA Formel

Und viele „Shiny Objects“  
mehr...