

# 27 tolle Marketingstrategien

## für kleine Unternehmen mit kleinem Budget

In diesem Artikel erklären wir Ihnen alles rundum das Thema Marketing. Wir zeigen Ihnen, wie Sie eine **Marketing-Strategie** erstellen, geben Ihnen Tipps und erklären Ihnen, warum das Thema Marketing überhaupt so wichtig ist. Außerdem zeigen wir Ihnen gleich unterschiedliche **Marketing-Strategien**, die Sie mit einem kleinen Budget realisieren können.

### Marketing-Strategie: Übersicht und Definition

Einen guten Einblick zum Thema Marketing kann aus dem Bereich der Betriebswirtschaftslehre (BWL) erhalten. Daneben ist es wichtig die Bedeutung des Marketings selbst und die Wichtigkeit einer guten Marketing-Strategie zu erkennen. Ohne eine gute Marketing-Strategie kommen Unternehmen heutzutage nicht sehr weit.

### Definition von Marketing (Strategie)

Eine Marketing-Strategie ist ein **Verhaltensplan**, der auf einen **längeren Zeitraum** ausgerichtet ist und dazu dient, die **Unternehmensziele**, die von den **Marketingzielen** abgeleitet werden, zu erreichen. Die Marketing-Strategie richtet sich nach den **Wettbewerbsbedingungen** und dem **Leistungsvermögen** des Unternehmens. Sie besteht aus **vorgegebenen Zielen und Maßnahmen**, die zur Erreichung dieser führen sollen. Das Entwickeln einer Marketing-Strategie gehört zum Marketing Konzept und ist ein Teil der BWL. Auch bei der Erstellung eines [Businessplans](#) spielt das Thema Marketing eine entscheidende Rolle.

### Was gibt es für Marketing-Strategien?

In der heutigen Zeit werden die Methoden immer vielseitiger, weshalb es besonders wichtig ist, dass Sie den Überblick über die unterschiedlichen Marketing-Strategien behalten. Im Folgenden stellen wir Ihnen klassische Marketing-Strategien vor, die Sie unbedingt kennen sollten und die eine große Rolle in der BWL spielen.

Ein persönliches und einzigartiges Markenerlebnis bieten Sie Ihren Kunden mit dem sogenannten **Erlebnis-Marketing**. Beim erlebnisorientierten Marketing geht es darum, dass Ihre Kunden mit der Marke und den Produkten in Berührung kommen. Hier bieten sich z. B. Events an, bei denen Ihre potenziellen neuen Kunden, aber auch schon bestehende Kunden, Ihre Produkte probieren oder testen können. Diese Marketing-Strategie bewirkt zum einen, dass Ihre potenziellen Kunden Ihre Produkte ausprobieren können und zum anderen verbinden sie Ihre Marke mit einem großartigen Erlebnis, was sich wiederum auf die Markenbindung positiv auswirkt.

Vor allem für B2B-Unternehmen ist das **Marketing durch Messen** eine hervorragende Gelegenheit, Online- und Offline-Marketing zu kombinieren. Ausstellungen, Messen und

andere Events sind nicht nur dafür geeignet, neue Kontakte zu knüpfen, sondern bieten auch eine ausgesprochen hohe Zielgruppendichte. Deshalb lohnt sich ein Mehraufwand bei der Vorbereitung, da beispielsweise ein kreatives Plakat von Ihnen z. B. in den sozialen Netzwerken landen kann und Ihnen somit mehr Reichweite beschert.

**Direktmarketing**, also das direkte Ansprechen von Kunden, ist in unserem digitalen Zeitalter so einfach wie noch nie.

**Priorität-Marketing** und Newsletter sind einfache und effektive Möglichkeiten, um neue Kunden zu gewinnen oder mit Bestandskunden in Verbindung zu bleiben.

**Influencer-Marketing** hat sich in der B2C-Branche schon längst etabliert und auch im B2B-Bereich gewinnt es immer mehr an Bedeutung. Legen Sie hierbei Ihren Fokus auf die Wahl des geeigneten Influencers, da seine Bekanntheit bei der Zielgruppe und natürlich auch seine Expertise und Glaubwürdigkeit über den Erfolg der Marketing-Strategie entscheidet.

**Content-Marketing** eignet sich perfekt dafür, nicht nur für das Produkt zu werben, sondern darüber zu informieren. Vor allem im B2B-Bereich ist dies notwendig. Wenn Sie regelmäßig Ihr Wissen teilen, werden Sie zu einer beliebten Anlaufstelle.

Die sozialen Netzwerke und somit auch **Social-Media-Marketing** sind heutzutage nicht mehr aus dem Bereich Online-Marketing wegzudenken. Die Möglichkeiten sind fast grenzenlos.

**Guerilla-Marketing** eignet sich nicht für alle Unternehmen, sorgt aber für jede Menge Aufsehen. Der Vorteil liegt auf der Hand: Riesen Wirkung mit wenig Geld. Die Marketing-Strategie erregt Aufsehen, polarisiert und emotionalisiert. In Kombination mit **Social-Media-Marketing** ist es sogar noch effektiver.

## Was sind die Ziele von Marketing?

Die Marketing-Ziele sind die Grundlage für die Erstellung von Marketing-Strategien. Nur wenn vorab festgelegt ist, was in Zukunft genau erreicht werden soll, sind Sie in der Lage, zielführende Maßnahmen festzulegen.

Die Marketing-Ziele sind also die Richtschnur und der Kompass für Ihr Marketing und sollen sicherstellen, dass Ihre Abteilungen, [Teams](#) und Mitarbeiter alle auf dem gleichen Informationsstand sind und somit auch alle, an der Erreichung des gemeinsamen Ziels arbeiten.

Ihre Ziele müssen klar, konkret und unmissverständlich formuliert werden. Damit das funktioniert, gibt es die **SMART-Formel**.

Ihr Ziele sollten also folgende Kriterien erfüllen:

- **Spezifisch** (eindeutig, präzise und konkret formuliert)
- **Messbar** (überprüfbar)
- **Attraktiv** (begehrtestwert und positiv formuliert)
- **Realistisch** (auch tatsächlich erreichbar mit den zur Verfügung stehenden Mitteln)
- **Terminiert** (versehen mit einem festen Termin)

Die Marketing-Ziele richten sich zum einen nach den **Unternehmenszielen** und erfordern andererseits eine fundierte und umfassende **Situationsanalyse**, damit Sie überhaupt Marketing Ziele festlegen können.

Folgende Marketing Ziele sind häufig in der Praxis vertreten:

- Begrenzung der Kosten
- Stärkung der Kundenbindung
- Steigerung des Marktanteils
- Aufwertung des Images
- Erhöhung der Markenbekanntheit
- Steigerung des Gewinns / Absatzes/ Umsatzes
- Gewinnung neuer Kunden

Am wichtigsten ist jedoch, dass jedes Unternehmen seine ganz individuellen Marketing-Ziele formuliert, damit sie zu den Rahmenbedingungen, zur Zielgruppe und zu den Bedürfnissen passen.

### **Wie funktioniert gutes Marketing?**

Als Erstes sollten Sie sich bewusst machen, dass Marketing Chefsache ist, denn nur wenn Sie als Unternehmensleitung dahinterstehen, funktioniert Marketing nachhaltig. Selbstverständlich können externe Anbieter zur Hilfe herangezogen werden, jedoch kann das Thema nicht vollständig abgegeben werden. Unterstützt die Unternehmensleitung das Marketing nicht, kann es auch nicht funktionieren. Zu einem guten Marketing gehört also **Commitment (Engagement und Verpflichtung)**.

Als Zweites sollten Sie bedenken, dass das Thema Marketing zu wichtig ist, um es nur einer Abteilung allein zu überlassen. Das gesamte Unternehmen ist Teil des Marketings!

Die Vorstellung, dass die Marketingabteilung nur irgendwelche Mails verschickt und Flyer entwirft, ist längst veraltet. Schon bei der **Produktentwicklung** muss das erste Marketing-Know-how mit einfließen. Des Weiteren muss und soll der **Vertrieb mit beteiligt werden** und auch die **PR-Abteilung** spielt eine wichtige Rolle. Das gesamte Unternehmen handelt nur dann im Sinne der eigenen Marketing-Strategie, wenn alle an einem Strang ziehen.

Positionieren Sie sich und erreichen Sie so mehr Reichweite. Kein Kunde vertraut einem Unternehmen, das vorgibt, alles zu können. Tragen Sie Ideen zusammen, die Ihre Werte repräsentieren und seien Sie sich ganz klar darüber, was Sie anbieten möchten. Arbeiten Sie Ihre Stärken heraus und teilen Sie diese Ihren potenziellen Kunden mit. Legen Sie dabei besonders Wert auf, warum gerade Sie viel mehr Vorteile bieten als die Konkurrenz.

**Bessere Leistung** als die Konkurrenz anbieten – auf dieser Idee baut Marketing auf. Ihre Kunden haben viele Erwartungen an Ihr Unternehmen, weshalb Sie ständig an Ihrer Qualität arbeiten und Sie unter Beweis stellen müssen. Oberste Priorität hat dabei eine konsequente **Qualitätssicherung**. Dabei sollten Sie sich vornehmen, dass die heutige Qualität die schlechteste für die Zukunft sein soll.

Des Weiteren müssen Sie sich sichtbar machen. Nutzen Sie unbedingt **dieselben Kommunikationsmittel** wie Ihre potenziellen Kunden. Hierfür ist es erforderlich, dass Sie herausfinden, auf welchen Wegen Ihre Zielgruppe am meisten kommuniziert. Denken Sie immer daran, **nur wer weiß, dass Sie existieren**, kann auch Kunde von Ihnen werden.

Nicht zuletzt ist es notwendig, dass Sie aktiv sind. Warten Sie nicht darauf, dass die Kunden zu Ihnen kommen, sondern **gehen Sie direkt auf sie zu**. Das wichtigste, um Bestandskunden zu halten und Neukunden zu gewinnen, ist ein aktiver und zielgerichteter Vertrieb. Dabei ist vor allem in der heutigen Zeit eine aktive Strategie von hoher Bedeutung.

### Was ist ein Marketing Konzept?

Zu den wichtigsten Elementen eines Unternehmenskonzeptes und der BWL gehört ein Marketing Konzept. Dieses koordiniert die marktbezogenen Maßnahmen eines Unternehmens. Ein Marketing Konzept können Sie für ein bestimmtes Produkt oder eine Dienstleistung erstellen, für einen bestimmten Bereich oder für das gesamte Unternehmen. In der Regel wird der Prozess in 5 Phasen gegliedert.

Im ersten Schritt geht es um die **Situationsanalyse**. Hierbei geht es darum, die Position des Unternehmens zu ermitteln und die Chancen und Risiken auszuarbeiten. Dazu erfolgt eine gründliche Analyse des Unternehmens und der Umgebung, sprich der rechtlichen Lage, Marktsituation, Lieferanten und Konkurrenten. Als Endprodukt entsteht eine Übersicht der Stärken und Schwächen so wie der Chancen und Risiken.

Im zweiten Schritt legen Sie konkret Ihre **Marketingziele** fest. Als Ersten bestimmen Sie Ihr Marktsegment. Ihre Ziele können sich auf die Qualität, aber auch auf die Quantität beziehen. Qualitative Ziele sind beispielsweise Ihr Image und die Kundenzufriedenheit. Quantitative Ziele sind z. B. gewisse Absatz- und Umsatzzahlen.

In Schritt Nummer drei entwickeln Sie die Marketing-Strategie, also wie Sie Ihre Ziele erreichen können. Wie genau Sie das anstellen, erklären wir Ihnen weiter unten.

Im vierten Schritt legen Sie konkrete **Marketingmaßnahmen** fest, um Ihre Strategie umzusetzen. Der Beschluss wird auch als Marketing-Mix betitelt und besteht aus den vier Instrumenten Distributions-, Kommunikations-, Preis- und Produktpolitik. Bei der **Preispolitik** geht es darum, den passenden Preis herauszufinden, während es bei der **Produktpolitik** konkret um die Eigenschaften und Merkmale des Produktes geht. Unter der **Kommunikationspolitik** werden alle Kommunikationsformen sowie Werbung zusammengefasst. Mit der Frage, wie das Produkt zum Kunden gelangt, beschäftigt sich die **Distributionspolitik**.

Im letzten und fünften Schritt geht es ums **Marketing-Controlling**. In diesem Schritt definieren Sie gewisse Kontrollgrößen, um sicherzustellen, dass Ihre geplanten Maßnahmen funktionieren. Dadurch können Sie die Effektivität jederzeit nachverfolgen.

### Was gehört alles zum Marketing dazu?

Der Bereich Marketing ist wirklich groß, denn im Allgemeinen gehören **sämtliche Aktivitäten, die als Ziel eine Steigerung des Absatzes und Gewinns haben**, zum Marketing. Auch alles, was sich um die **Bedürfnisse der Zielgruppe und der Kunden** dreht und diese **realisiert und analysiert**, gehört zum Marketing. Natürlich gehören auch interne Aufgaben wie:

- **Wettbewerbs-, Markt- und Kundenanalyse**
- **Social-Media- und Content-Marketing**
- **Produktpräsentation**
- **Gestaltung von Preisen und Produkten**
- **Erstellung von Marketingkonzepten**
- **Interne und externe Kommunikation**

so wie externe Aufgaben wie:

- **Content Marketing**
- **Direktmarketing**
- **Reporting von Offline- und Online-Aktivitäten**
- **Suchmaschinenoptimierung (SEO)**
- **Kontrolle und Steuerung des Erfolges und der Nachfrage**
- **Gestaltung von Preisen und Produkten**
- **Entwicklung eines Marketing Konzeptes**

mit dazu. Die externen Aufgaben können durch einen Marketing-Manager übernommen werden

### **Wie erstelle ich eine Marketing-Strategie?**

Bevor Sie sich Gedanken über eine Marketing-Strategie machen, müssen Sie sich zuallererst **klare Ziele setzen**. Wenn Sie ein festes Ziel im Blick haben, wissen Sie, wie Sie Ihren Erfolg messen können, wofür Sie Geld einplanen müssen und welche Ansätze am besten geeignet sind. Da kleine Unternehmen oft auch nur über ein geringes Budget verfügen, müssen Sie sich **hauptsächlich auf den Vertrieb** Ihrer Produkte fokussieren. Datenverkehr und Datenvolumen sind zwar sehr schön, aber auch nur dann, wenn der Besuch Ihrer Webseite auch zu einem Verkauf führt.

Setzen Sie sich **für die nächsten 6 Monate Ihre Ziele**. Planen Sie, was Sie mit Ihrer Marketing-Strategie erreichen möchten, und schreiben Sie Ihre Ziele auf. Wollen Sie Ware im Wert von 200.000 Euro vertreiben? Möchten Sie 100 neue Leads gewinnen? Sie müssen Ihre Ziele klar und realistisch formulieren, damit Sie diese auch erreichen können und damit sie auch überprüfbar sind.

### **Online-Marketing Strategie**

Online-Marketing ist der Teil des Marketings, das **im Internet** stattfindet. In der heutigen Zeit gewinnen Online-Marketing Strategien immer mehr an Bedeutung und sind durch die Digitalisierung nicht mehr wegzudenken. Der Gegenpart zum Online-Marketing ist das **Offline-Marketing**. Der Bereich Online-Marketing gliedert sich in Unterbereiche wie Affiliate-Marketing, Influencer-Marketing, Suchmaschinenmarketing und E-Mail-Marketing.

## **Online-Marketing Strategien für wenig Geld**

### Bauen Sie eine E-Mail-Liste auf

Sicher haben Sie es schon abermals gehört: Eine [E-Mail-Liste](#) ist Gold wert. Der beste Weg, um mit Ihrem Unternehmen online Geld zu verdienen, ist eine E-Mail-Liste. Um solch eine Liste zu errichten, müssen Sie auch nicht Unmengen an Geld ausgeben. Mailchimp bietet Ihnen eine kostenlose Variante für den Anfang, wobei die ersten 2.000 Abos umsonst sind. Sie haben auch die Möglichkeit, eine Opt-in-Box in Ihre Webseite zu integrieren. Auch wenn Sie bisher noch kein E-Mail-Marketing verwenden, sollten Sie bereits eine Liste aufbauen. In den nächsten Jahren haben Sie dann die Möglichkeit, jede Menge Geld damit zu verdienen.

### Tragen Sie Ihr Unternehmen auf Google ein

Ihr Unternehmen wird nicht auf Google Maps angezeigt, wenn Sie es nicht bei Google eintragen lassen. Dieses Problem lässt sich ganz einfach beheben, indem Sie auf Google Business gehen und dort auf „Jetzt Starten“ klicken. Danach folgen Sie ganz einfach den Anweisungen. Anschließend greift Google auf die eingegebenen Daten zurück, um lokale Suchergebnisse liefern zu können. Diese Suchergebnisse bieten Ihnen die Möglichkeit, viel Geld zu verdienen, da Sie durch den Eintrag bei Google eine Online-Präsenz errichten und die Chance haben, eine große Zahl an [neuen Kunden zu gewinnen](#).

### Veranstalten Sie ein Gewinnspiel

Sie können mit einem Gewinnspiel richtig großartige Ergebnisse erzielen. Überprüfen Sie aber zuerst die Bedingungen für die Durchführung eines Gewinnspiels. Jedes Land hat andere Richtlinien, die Sie unbedingt einhalten müssen. Die Gestaltungsmöglichkeit und Inhalte von Gewinnspielen sind fast grenzenlos. Sie können beispielsweise eine Produktprobe oder ein eigenes Produkt verlosen oder etwas anderes, was zu Ihrer Zielgruppe passt. Geschenkgutscheine, z. B. für Amazon kommen natürlich ausgezeichnet an, bieten aber keine Assoziationen mit Ihrem Unternehmen. Das hat zur Folge, dass der glückliche Gewinner rasch wieder vergisst, von wem er den Gewinn überhaupt bekommen hat. Achten Sie deshalb unbedingt darauf, dass die Geschenke im Zusammenhang mit Ihrem Unternehmen stehen. Dabei kommt es nicht darauf an, dass die Preise teuer oder groß sind. Schon Gewinnen im Wert von 10 Euro bringen Ihnen neue Kunden, Leads und Traffic.

### Influencer-Marketing

Über die besten ROI-Raten verfügt nachweislich das Influencer-Marketing. Sie haben die Möglichkeit, Influencer zu bezahlen, es gibt aber auch viele, die dies kostenlos machen. Bevor Sie jedoch einen Influencer bitten, Werbung für Sie zu machen, sollten Sie unbedingt einen Mehrwert liefern. Kontaktieren Sie einfach die wichtigsten Personen Ihrer Branche und stellen Sie sich kurz vor. Am besten eignet sich dafür eine E-Mail. Sie können aber auch auf die [sozialen Netzwerke](#) ausweichen. Teilen Sie dem ausgewählten Influencer mit, dass Sie seine Arbeit ausgezeichnet finden, und versuchen Sie, eine Beziehung aufzubauen, und finden Sie einen Weg, ihn zu unterstützen. Fragen Sie nicht gleich als Erstes, ob er Lust hat, Werbung für Sie zu machen. Lernen Sie ihn erst ein paar Monate lang kennen und tauschen Sie sich mit ihm aus und beobachten Sie seine Onlinepräsenz. Danach können Sie ihn auch fragen, ob er beispielsweise ein Produkt von Ihnen bewerben würde. Sollte die Beziehung sehr gut sein, können Sie den Influencer auch des Öfteren fragen.

### Bitten Sie Ihre Kunden um eine Bewertung

Einen sehr großen Einfluss auf die Entscheidung zum Kauf eines Produktes hat die Bewertung. Kundenbewertungen können zu einem Verkaufsanstieg von 18 % führen (laut Small Business Trends). Natürlich können Sie nicht kontrollieren, wie die Meinung Ihrer Kunden ist. Deshalb sollten Sie erst einmal Bestandskunden bitten, eine Bewertung abzugeben. Doch zuallererst müssen Sie sich überlegen, wo Ihre Kunden Sie bewerten sollen. Wenn Ihr Schwerpunkt auf dem Verkauf von Produkten liegt, ist Amazon hervorragend geeignet. Haben Sie ein Restaurant? Hier bietet Yelp die perfekte Plattform. Nach der Entscheidung senden Sie Ihren Kunden, vor allem diejenigen, denen Ihr Produkt gefällt, eine E-Mail mit der Bitte, Sie zu bewerten. Hat ein Kunde [schlechte Erfahrungen](#) mit Ihnen oder Ihren Produkten gemacht, bietet es sich an, dass Sie ein direktes Gespräch suchen und so die Möglichkeit ergreifen, dass [Problem sofort aus der Welt zu schaffen](#), also bevor es zu einer schlechten Bewertung kommt.

### Bieten Sie Coupons für Ihre E-Commerce-Seite an

Unabhängig von Ihrem Produkt, welches Sie verkaufen möchten, können Sie ganz einfach Coupons erstellen. Auf WordPress stehen Ihnen Plug-ins wie beispielsweise Coupon Creator oder WP Coupons zur Verfügung. Die erstellten Coupons können Ihre Kunden in Ihrem Online-Shop einlösen. Den Wert können Sie dabei individuell festlegen. Planen Sie Rabatte, richten Sie diese ein und teilen Sie diese im Anschluss mit Ihrer Zielgruppe. Verwenden Sie zum Verteilen einfach Ihre E-Mail-Liste und die [sozialen Netzwerke](#). Mit dieser Methode können Sie erreichen, dass Ihre Bestandskunden Ihre Produkte an Ihre Bekannten empfehlen und diese anschließend mit dem Rabattcode Ihre Produkte kaufen. Des Weiteren können Sie Ihre Coupons auch auf anderen Webseiten verbreiten.

### Auf anderen Webseiten Gastbeiträge erstellen

Sie können einfach einige Gastbeiträge erstellen, um potenzielle Kunden für Ihre Produkte zu gewinnen. Diese Aktivität gehört zum Inbound Marketing und ist bedeutungsvoll. Veröffentlichen Sie dafür einfach Artikel auf anderen Webseiten, um so neue Leser zu gewinnen, und für Ihr Angebot zu begeistern. Diese Artikel führen auf langer Sicht zu mehr Verkäufen und neuen Kunden. Die Leser vertrauen der Seite, auf der Sie Ihren Artikel veröffentlicht haben, also vertrauen sie auch Ihnen. Damit Ihr Gastbeitrag möglichst erfolgreich ist, müssen Sie eine Webseite wählen, die eine identische oder ähnliche Zielgruppe hat, wie Sie sie für Ihre Produkte benötigen. Des Weiteren sollten Sie darauf achten, dass Ihr Artikel interessant gestaltet ist und einen Bezug zu Ihrer Marke und Ihren Produkten herstellt. Bieten Sie beispielsweise den Lesern, die Ihren Newsletter abonnieren bzw. ein Produkt kaufen, ein kleines Geschenk an.

### Rufen Sie ein Referral-Programm ins Leben

Sie sollten definitiv eine Referral-Programm erstellen, wenn Sie über zufriedene und glücklich Kunden verfügen. Rufen Sie Bestandskunden dazu auf, Ihre Produkte mit Ihrem Bekanntenkreis zu teilen und neue Kunden zu werben. Ihr Referral-Programm muss auch überhaupt nicht kompliziert sein. Nutzen Sie die Referral-Candy-Software und laden Sie Ihre Kontaktliste hoch. Sie haben die Möglichkeit, neuen Kunden ihre eigene URL bereitzustellen, die sie für die Gewinnung wiederum neuer Kunden benutzen können. Informieren Sie Ihre Kunden auch darüber, was sie erhalten, wenn Sie neue Kunden anwerben. Achten Sie aber darauf, dass Sie mit der Aufforderung zum Teilen nicht zu aufdringlich sind. Sollten Ihre

Kunden Vertrauen zu Ihnen und Ihrem Unternehmen haben, teilen Sie Ihre Produkte auch sehr gerne.

### Optimieren Sie Ihre Webseite für mobile Geräte

Laut Nielsen verfügen mehr Menschen im selben Haushalt über ein Smartphone als über einen PC. Natürlich ist Mobile Marketing schon längst veraltet, aber wie können Sie dann Ihre Kunden gewinnen? Eigentlich ist die Antwort ganz simple: Optimieren Sie Ihre [Webseite für mobile Geräte](#). Das ist zudem unkompliziert. Überprüfen Sie als Erstes die Platzierung Ihrer Webseite. Öffnen Sie dafür einfach Ihren mobilen Browser. Drücken Sie anschließend Ihre rechte Maustaste und wählen Sie „Untersuchen“ aus. Nun klicken Sie auf das Symbol und Ihnen wird die mobile Version als Vorschau angezeigt. Jetzt wissen Sie, wie Ihre mobile Version aussieht und können diese optimieren und Fehler korrigieren. Sie haben die Möglichkeit, ein mobil-freundliches Design zu wählen oder eine separate Seite für mobile Geräte zu erstellen. Sie können ein weiteres Marktsegment erreichen und neue Marketingkampagnen einleiten, wenn Sie mit Ihrer Webseite auf mobile Besucher vorbereitet sind.

### Zeigen Sie Kundenbewertungen auf Ihrer Webseite

Mit den Kundenbewertungen können Sie potenzielle Kunden vom Kauf Ihres Produktes überzeugen. Zeigen Sie also auf Ihrer Webseite Kunden, die mit Ihren Produkten komplett zufrieden sind. Kontaktieren Sie einfach Ihre Kunden und fragen Sie, was Ihnen gefällt. Im Detail können Sie sie fragen, warum sie sich für dieses Produkt entschieden haben, welche Funktionen in ihren Augen überzeugen und ob das Produkt ihr Leben bereichert. Sie haben auch die Möglichkeit, Screenshots von Kommentaren auf Facebook oder anderen sozialen Plattformen als [Kundenmeinungen in Ihre Webseite zu integrieren](#). Sie können auch Kunden nach der Erlaubnis fragen, ein Foto mit anzuhängen.

### Verbessern Sie die Ladegeschwindigkeit Ihrer Webseite

Sollten Sie nur geringen Such-Traffic generieren, kann es sein, dass Google Sie für lange Ladezeiten abstrafte. Dieses Problem können Sie jedoch zügig in Erfahrung bringen. Mit Page Speed, einem Tool von Google, können Sie die Ladezeit Ihrer Webseite ermitteln. Wenn Sie das Problem gefunden haben, können Sie es beheben und anschließend verbessert sich auch Ihre Platzierung. Sollten Sie nicht wissen, wie Sie das Problem beheben können, sollten Sie einen Entwickler beauftragen oder vielleicht sogar einstellen. Ein großer Teil der Probleme können aber von Ihnen selbst schnell und einfach gelöst werden. Das Gute daran ist, dass das Ganze auch nicht viel Geld kostet.

### Benutzen Sie Pop-ups

Sie müssen Ihre Besucher der Webseite zum Abonnement Ihres Newsletters bewegen, wenn Sie eine E-Mail-Liste erstellen möchten. Dafür gibt es jede Menge Plug-ins, mit denen Sie Pop-ups einblenden lassen können und so neue Abonnenten gewinnen können. Sie sollten unbedingt einmal Convertful ausprobieren, wenn Sie großartige Funktionen zu einem niedrigen Preis nutzen möchten. Dieses Programm kosten nicht viel und bietet Ihnen zahlreiche Funktionen zum Auspielen von Pop-ups. Daneben bietet es auch andere Strategien, die Sie für die Gewinnung neuer Abonnenten nutzen können. Um mehr Traffic zu erzielen, können Sie Overlays, Kopfzeilen oder Pop-ups erstellen. Wenn Sie eine E-Mail-Liste errichten wollen, ist es wichtig, dass beste aus Ihrem Webseiten-Traffic herauszuholen.

## Testen Sie das Design Ihrer Webseite

Jede Webseite bietet Fläche zur [Verbesserung](#). Sie müssen Ihre Webseite testen und Verbesserungen vornehmen, damit Sie Ihre Produkte verkaufen, neue Leads generieren und viele Besucher gewinnen. Laden Sie sich als erstes Optimizely herunter. Damit können Sie verschiedene Bestandteile Ihrer Webseite testen. So finden Sie heraus, welche Bestandteile gut und welche weniger gut funktionieren. Auch wenn sich Ihre Conversion-Rates steigern, sollten Sie stetig am Ball bleiben und Ihre Webseite optimieren. Lassen Sie einfach immer wieder einen Split-Test laufen. Nehmen Sie stetig kleine [Veränderungen](#) vor und probieren Sie aus, welchen Einfluss das auf Ihr Ergebnis hat.

## **Content-Marketing-Strategie**

Content-Marketing ist ein Geschäfts- bzw. Marketingprozess, bei dem **auf eine gewisse Zielgruppe ausgerichtete wertvolle und relevante Inhalte** geschaffen werden. Das Ziel ist es, interessierte Neukunden durch diese Inhalte zu gewinnen und profitable Handlungen zu erreichen. Eine Content-Marketing-Strategie kann beispielsweise für die Steigerung der Bekanntheit einer Person oder eines Produktes, für die Modifizierung oder Verbesserung des Images des Unternehmens oder für die Gewinnung neuer Kunden eingesetzt werden.

## **Content-Marketing-Strategien für ein kleines Budget**

### Einen Blog erstellen

Laut dem Content Marketing Institute wollen in den nächsten Jahren ca. 70 % der B2B-Unternehmen ihr Content-Marketing erweitern. Der Grund dafür ist einfach: Es funktioniert! In früheren Zeiten konnte ein kleines Unternehmen kaum etwas gegen ein millionenschweres Großunternehmen ausrichten. Heute ist das jedoch anders. Dienliche Inhalte stehen in Konkurrenz zueinander. Deshalb sollten Sie, wenn Sie ein Spezialist auf einem bestimmten Gebiet sind, unbedingt dieses [Wissen an andere Menschen weitergeben](#), denn Inbound Marketing ist ein wichtiger Bestandteil des Marketings. Die Strategie ist eher etwas, das länger dauert, sich im Endeffekt aber bezahlt macht. In ein paar Jahren werden Sie sehr froh sein, dass Sie jetzt damit begonnen haben.

### Auf StumbleUpon werben

Wenn Ihr Blog viral gehen soll, benötigt er Unterstützung. Wenn Sie einen guten Artikel erstellt haben, sollten Sie die Chance nutzen und auf StumbleUpon für wenig Geld Werbung schalten. Die Plattform zeigt den Nutzer zufällige Webseiten, die zu den jeweiligen Interessen passen. So haben Sie die Möglichkeit, mit wenig Geld Hunderte oder sogar Tausende neue Besucher zu generieren. Sollte den Besuchern Ihre Webseite gefallen, können sie auf StumbleUpon dafür abstimmen und ihre Webseite sogar mit ihren Freunden teilen. Dadurch können Sie mit der Zeit, ohne Geld auszugeben, von der Plattform empfohlen werden. Durch StumbleUpon erhalten Ihre Inhalte einen kleinen Schubser in die richtige Richtung, damit sie Tausende oder vielleicht auch Millionen von neuen Usern begeistern.

### Starten Sie einen Podcast

Eine Studie von Salesforce hat gezeigt, dass Podcasts total im Trend liegen und das bei Frauen und Männern. Leute und Unternehmen, die frühzeitig mit dem Bloggen angefangen haben, konnten in kurzer Zeit viele Besucher generieren und sind mittlerweile sogar Branchenführer. Doch auch für Sie besteht die Möglichkeit, diesen Hype zu nutzen. Wir wissen, dass auch hier viele Unternehmer die Meinung vertreten, dass ein Podcast professionell sein muss, wenn er Erfolg bringen soll. Doch auch das ist ein Trugschluss. Die kostenlose Software von Audacity und ein einigermaßen vernünftiges Mikrofon reichen schon aus, damit Sie Ihren Podcast starten können. Merken Sie sich einfach das ein Podcast, der amateurhaft wirkt, immer noch wesentlich besser ist als ein Profi-Podcast, der erst in mehreren Jahren reif für den Markt ist. Sollten Sie nicht wissen, worüber genau Sie sprechen sollen, können Sie ganz einfach die Fragen Ihrer Kunden beantworten. Geben Sie in den ersten Folgen Ihres Podcasts sehr ausführliche Anweisungen und antworten Sie. Wenn Sie bereits einen Blog besitzen, können Sie auch ganz einfach diesen vorlesen oder eventuell auch zusätzliche Informationen zu den Blogbeiträgen geben. So erschaffen Sie neuen Inhalt für andere Plattformen und betreiben wirksames Inbound Marketing.

### Infografiken selbst machen

Infografiken sind sehr überzeugend, toll und ein wichtiger Bestandteil des Inbound-Marketings. Mit diesen haben Sie die Möglichkeit, Ihr Markenimage zu stärken und viele Backlinks zu generieren. Auch kleine Unternehmen haben viele interessante Informationen. Sie können beispielsweise die Daten Ihres Unternehmens unter die Lupe nehmen und ein paar interessante Fakten für Ihre Kunden aufstellen. Ein Beispiel wäre die Frage: Welche Produkte werden zu welcher Zeit sehr gut gekauft und vor allem warum? Ein großer Teil der Unternehmen beauftragen professionelle Agenturen, um solche Infografiken zu erstellen. Das kostet sehr viel Geld, das Sie sich sparen können. Benutzen Sie einfach Canva für Ihre eigenen Grafiken. Hier können Sie aus vielen Vorlagen wählen und Ihre eigenen Informationen und Zahlen eintragen.

### Slideshare

Sollten Sie hauptsächlich in der B2B-Branche tätig sein, müssen Sie definitiv so viele Inhalte wie möglich auf Slideshare teilen. Hier haben Sie die Möglichkeit, Slides und Präsentationen zu veröffentlichen und so Inbound-Marketing zu betreiben. Vor allem in der B2B-Branche ist Slideshare sehr nützlich, da die Plattform 5-mal so viel Traffic bietet wie andere Anwendungen. Ihre Inhalte auf Slideshare sollten mit vielen Bildern ausgestattet sein. Sie sollten sich auf vielsagende Bilder konzentrieren und lange Texte vermeiden. Sollten Sie bereits ein paar Präsentationen in petto haben, können Sie diese dort ganz einfach einfügen. Sie haben die Möglichkeit, das Erstellen von Präsentationen in Ihre Marketingstrategie zu integrieren. Außerdem können Sie Podcasts, Videos und Blogartikel in Slides umwandeln.

### Hosten Sie ein Webinar

Um neue Kunden zu gewinnen und Ihr Unternehmen größer werden zu lassen, eignen sich am besten Webinare. Erstellen Sie im ersten Schritt eine kurze Präsentation. Achten Sie darauf, dass Sie ein Thema wählen, welches Ihre Kunden interessiert. Die meisten Webinare sind Anleitungen, in den Schritt für Schritt erklärt wird, was zu tun ist. Webseminare sind für alle Unternehmen und Branchen geeignet, am besten etablierten sie sich jedoch in der B2B-Branche. Wenn Sie Ihre Präsentation fertiggestellt haben, können Sie nun einen Termin festlegen. Bewerben Sie das Webinar unbedingt in den sozialen Netzwerken und in Ihrem Newsletter. Um Geld zu sparen, können Sie einfach kostenlos Google Handouts verwenden.

Bei dieser Anwendung genügt es den Interessenten einfach einen Link zu schicken, damit Sie an der Sitzung teilnehmen können. Starten Sie das Webseminar auf jeden Fall pünktlich! Am Ende können Sie dann Ihr Unternehmen kurz vorstellen und auf Ihre Produkte verweisen.

### Veröffentlichung eines E-Books

Mit einem E-Book haben Sie die Möglichkeit, sich als Experte zu beweisen. Durch das Internet ist dies heute kinderleicht. Sie können die besten Tipps von anderen Influencern Ihrer Branche zusammentragen oder einfach eine ausführliche Anleitung für ein bestimmtes Produkt von Ihnen geben. Dabei muss Ihr E-Book nicht so umfangreich sein. Die meisten Kindle-Bücher umfassen nur ca. 20.000 – 30.000 Wörter, was in etwa 25 Blogbeiträgen entspricht. Im Anschluss können Sie Ihr Buch im Kindle-Store anbieten. Je beliebter es ist, umso mehr Neukunden und Traffic generieren Sie und Ihr Unternehmen.

## **Social-Media-Marketing Strategie**

Mit einer Social-Media-Marketing-Strategie legen Sie Maßnahmen und Verhaltensweisen zur **Erreichung langfristiger Ziele unter Zuhilfenahme von sozialen Netzwerken** fest. Sie müssen die Nutzung von Video- bzw. Fotoplattformen, Wikis, Microblogs, Weblogs und Social Networks auf deren Bedeutung für Ihre Zielgruppe untersuchen und deren Relevanz für Ihr Unternehmen festlegen.

## **Social-Media-Marketing Strategien die nicht viel kosten**

### Reddit zum Teilen Ihrer Inhalte verwenden

Wir wissen, dass die Community auf Reddit etwas anders ist. Jedoch können Sie hier eine Menge Konversationen und vor allem kostenlosen Traffic gewinnen. Wichtig ist, dass Sie verstehen, wie das Portal funktioniert. Legen Sie zuallererst ein Konto bei Reddit an. Benutzen Sie eine E-Mail-Adresse, auf die Sie täglich zugreifen. Damit Sie nicht als Spammer, Troll oder Roboter wahrgenommen werden, sollten Sie Ihre E-Mail-Adresse verifizieren. Anschließend öffnen Sie SnoopSnoo und geben in die Suche Ihr Thema ein. Nun sehen Sie Subreddits Ihrer gesamten Branche. Dann klicken Sie auf den Titel und können sich auf der darauffolgenden Seite die Details anschauen und mehr über das Subreddit in Erfahrung bringen. Sollten Sie es gut finden, können Sie durch einen erneuten Klick auch den Titel des Subreddits öffnen. Scrollen Sie nun ganz nach unten. Hier finden Sie eine Schaltfläche zum Anmelden. Jetzt haben Sie die Gelegenheit, das Subreddit zu abonnieren und immer auf den neusten Stand zu bleiben. Nun können Sie täglich das Subreddit aufrufen und immer hilfsbereit und freundlich der Community helfen. Irgendwann haben Sie sich als eine sehr hilfsbereite Quelle etabliert und Sie können einen ansprechenden Artikel veröffentlichen. Achten Sie darauf, dass dieser Artikel nicht zu werbemäßig ist, da er sonst nicht so gut ankommt.

### Einrichtung eines Videokanals

Das am schnellsten boomende Online-Format ist das Video. Deshalb sollten Sie sich unbedingt einen YouTube-Kanal erstellen. Wir wissen, dass viele kleine Unternehmen dem

Thema Videos skeptisch gegenüberstehen, da sie denken, dass jedes Video perfekt sein muss. Das ist jedoch nicht wahr. Viele der besten Videokampagnen stammen von Kleinunternehmen im Rahmen eines Mini-Projektes. Ein Beispiel dafür ist das Video von Tiertrainer Catmantoo. Dieses Video, indem eine Katze auf einem Skateboard fährt, wurde weit über 7 Millionen Mal angeklickt. Deshalb sollten Sie sich merken, dass ihre Videos authentisch und selbst gemacht sein sollten. Das ist viel besser. Ehrlichkeit ist die absolute Nr. 1 die Kunden in den sozialen Netzwerken und Medien von Unternehmen erwarten. Mit ehrlichen Clips können Sie sich also eine loyale Community aufbauen, die Ihre Marke liebt und mehr über Sie und Ihr Unternehmen wissen möchte.

### Bewerben Sie Ihre besten Facebook-Beiträge

Sollten Sie auf Facebook schon einmal Werbung geschaltet haben, kennen Sie sicher die Problematik. Der Werbeanzeigen auf dieser Social-Media-Plattform sind kompliziert zu kalkulieren. An manchen Tagen laufen sie richtig gut und an anderen Tagen gewinnen Sie nichts dazu. Diese Kampagnen, die einfach nicht funktionieren, verschlingen rasant Tausende von Euros. Doch wie können Sie das Problem lösen? Sie haben die Möglichkeit, Beiträge, die schon gut bei Ihrer Community ankommen, zu bewerben. Dafür müssen Sie lediglich auf „Beitrag bewerben“ klicken und schon kann es losgehen. Wenn Ihr Post eine Call-to-Action beinhaltet, sollte er auf Ihren Newsletter oder Ihren Online-Shop hinweisen. Sie können bereits mit 5 Euro Ihren Beitrag bewerben und so neue Kunden gewinnen und mehr Traffic erzeugen.

### Quora

Quora ist eine Plattform, auf der Fragen gestellt werden können und egal wie klein Ihr Unternehmen ist, Sie verfügen sicher über jede Menge Fachwissen. Hier haben Sie die Möglichkeit, Ihre Nachricht zu verbreiten und Aufbau von Vertrauen in Sie und Ihr Unternehmen zu fördern. Legen Sie sich zuerst einen Quora-Account an. Dieser ist kostenlos. Anschließend geben Sie Ihren Namen und eine kleine Biografie ein. Hier können Sie die Leser auf Ihre Webseite weiterleiten. Nun wählen Sie Ihre Interessen aus. Hier sollten Sie darauf achten, dass die Themen eng in Verbindung mit Ihrem Unternehmen stehen. Jetzt stellt die Community in diesen Kategorien Fragen und Sie können diese beantworten. Achten Sie darauf, dass Ihre Antworten ausführlich sind und eventuell ein paar Bilder angefügt werden. Denn wenn Ihre Antworten gut ankommen, können Sie viele neue Leser für Ihren Blog generieren und jeder einzelne von Ihnen ist ein potenziell zahlender Kunde. Wenn Ihre Antworten im späteren Verlauf immer gut ankommen, werden Sie feststellen, dass die Community irgendwann direkt nach Ihnen fragt. Dadurch gewinnen Sie Autorität und neue Kunden.

### Gründen Sie eine Facebook-Gruppe

Die Errichtung einer treuen Community ist die effektivste Methode, um eine bekannte und erfolgreiche Marke zu gründen. Bauen Sie sich eine kleine Fangemeinde auf, die Ihren Ruf voranbringt und gespannt auf Ihre Angebote wartet. Große Marken wie Pinterest und Apple sind den gleichen Weg gegangen. Die Unternehmen haben ein paar loyale Leute umsichtig geschart und die Community dann ausgebaut. Am besten geht dies mit Facebook-Gruppen. Hier haben Sie die Möglichkeit, eine Gruppe für Interessenten oder auch eine separate Gruppe für Bestandskunden zu errichten. Teilen Sie hauptsächlich exklusiven Content und gewähren Sie ruhig einen Blick hinter die Kulissen. Ihre treue Community wird diese Inhalte anschließend mit ihren Freunden, Bekannten und mit ihrer Familie teilen.

## Nutzen Sie Twitter Chats

Durch Twitter Chats haben Sie die Möglichkeit, sich eine treue Community aufzubauen und Ihr Unternehmen als Autorität und zuverlässige Informationsquelle darzustellen. Sie können Beziehungen aufbauen, an interessanten Gesprächen teilnehmen und neue Leute kennenlernen. Suchen Sie sich als Erstes einen Hashtag aus. Teilen Sie dies Hashtag mit Ihren Abonnenten, Ihrer E-Mail-Liste und mit anderen sozialen Netzwerken. Sie haben auch die Möglichkeit, diesen auf Ihrer Webseite bereitzustellen. Kommt der Chat sehr gut an, sollten Sie zukünftig des Öfteren Chats durchführen. Sie können Ihre Interaktionsrate durch einen wöchentlichen oder monatlichen Chat nach oben bringen.

## **Online-Marketing Konzepte**

Im Allgemeinen beinhaltet ein Online-Marketing Konzept Folgendes:

- **Analyse des Umfelds und der Ausgangssituation**
- **Definition der Ziele**
- **Definition der Mittel**
- **Planung der einzelnen Bestandteile oder Planung der Strategie**
- **Controlling und Umsetzung**

Die Synthese und Analyse der ermittelten Informationen im Zusammenspiel mit der individuellen Note ergibt ein Online-Marketing Konzept. Dies ist ein Plan zur Schließung der Lücke zwischen dem, wo Sie derzeit stehen und dem, wo Sie stehen möchten.

## **Marketing Strategie Vorlage**

Anhand eines Beispiels möchten wir Ihnen zeigen, wie eine gute Marketing-Strategie in der Praxis aussehen könnte. Stellen Sie sich folgende Situation vor:

Ein vor Kurzem gegründetes Unternehmen will seine selbst designte Freizeit- und Outdoor Bekleidung einerseits in einem lokalen Laden in der Stadt und andererseits im Online-Handel verkaufen. Wie folgt könnte die Erarbeitung der Marketing-Strategie aussehen:

- 1. SWOT-Analyse der Ist-Situation:**
  - In der näheren Umgebung keine Läden mit ähnlichem Angebot (Chance)
  - Große Konkurrenz im Online-Bereich (Risiko)
  - Vorteil gegenüber der Konkurrenz: eigenes Design (Stärke)
  - Kein Kundenstamm bisher (Schwäche)
- 2. Zielsetzung:**
  - Errichtung eines Kundenstamms im Laden und Online-Shop (Festlegung von Kundenzahlen als Ziel)
  - Bildung einer Marke
  - Umsatzplanung für das erste Jahr
- 3. Festlegung der Maßnahmen**
  - Entwurf eines Logos und Wahl der Unternehmensfarben
  - Zur Neueröffnung eine Gutscheinkarte (über Flyer und online verteilt)
  - Eine Sportveranstaltung in der Stadt sponsern
  - Einen Blog erstellen mit Verknüpfung zur Newsletter-Anmeldung per E-Mail

- Eine Facebook-Community errichten
- Affiliate-Kooperationen mit Influencern aus dem Bereich Outdoor

#### 4. **Erfolg messen:**

- Entwicklung des Kundenstamms beobachten (auch in Verbindung mit einzelnen Marketing-Strategien)
- Offline- und Online-Umsätze überwachen
- Kostenkontrolle

Sie finden auch im Internet zahlreiche Vorlagen für Marketing-Strategien. Wichtig ist jedoch, dass Sie eine Marketing-Strategie entwickeln, die auf ihr Unternehmen angepasst ist und Ihre individuellen Ziele erfüllen kann.

### **Marketing-Strategie entwickeln**

Das Hauptproblem liegt darin, dass viele Unternehmer nicht genau hinsehen, wenn es um die Betrachtung des eigenen Unternehmens und des Marktes geht. Oft fehlt die nötige Objektivität. Auch viele Mitarbeiter verlieren diese nach nur ein paar Monaten. In der Regel nehmen sie sich auch keine die Zeit dafür, weil das Tagesgeschehen mit der ganzen Planung, den Meetings und Vorstellungsgesprächen und vieles, vieles mehr, einfach schon jeden auslastet.

An dieser Stelle haben Sie genau zwei Optionen. Option Nummer 1 ist, dass Sie einen vertrauten Mitarbeiter oder sich selbst von allen anderen Aufgaben freistellen, damit Sie oder der Mitarbeiter sich voll und ganz auf diese Aufgabe konzentrieren können. Option Nummer 2 ist, dass Sie einen Marketing-Coach engagieren, der mit Ihnen zusammen den folgenden Prozess bestreitet.

Wenn es um eine gute Marketing-Strategie geht, müssen Sie sich im Endeffekt drei Fragen stellen und beantworten:

1. **Wo stehen Sie im Moment?**
2. **Wer ist Ihre Zielgruppe und wie finden Sie diese?**
3. **Wie können Sie diese Menschen erreichen und davon profitieren?**

### **Selbstreflexion**

Wenn Sie eine Marketing-Strategie erstellen möchten, müssen Sie zuallererst eine interne Bestandsaufnahme machen und sich einen **objektiven** Überblick über Ihr Unternehmen und seine Marketingtätigkeiten verschaffen. Sie müssen Ihre aktuelle Situation, Ihr Geschäft und Ihre Kunden gründlich analysieren. Folgende Fragen können Ihnen helfen:

1. **Was soll Ihre Zielgruppe mit Ihren Produkten und Ihrem Unternehmen verbinden?**
2. **Wo möchten Sie in 5 Jahren stehen? Haben Sie Visionen?**
3. **Existiert ein Kundenversprechen oder ein Claim?**

#### 4. **Wie steht Ihr Unternehmen in Bezug auf Kommunikation, Angebot und Preis im Gegensatz zur Konkurrenz?**

Selbstverständlich stehen in der heutigen Zeit die digitalen Kommunikationsmöglichkeiten an erster Stelle, jedoch ist diese Analyse in jedem Bereich zutreffend und unabhängig von analog oder digital. Welche Marketingkanäle Sie genau verwenden, sollte aber das Ergebnis dieser Analyse sein.

Auch wenn Sie beispielsweise einen E-Commerce-Shop betreiben, bedeutet dies nicht, dass Sie ausschließlich über digitale Kommunikationskanäle Werbung betreiben sollten. Nutzen Sie trotzdem das Offline-Marketing für sich. **Aber** dennoch bietet Online-Marketing mehr Vorteile und ist vor allem sehr gut anpassbar und messbar.

Im Anschluss an die Klärung Ihrer Position widmen Sie sich folgenden Fragen:

- **Was ist aktuell Ihre größte Herausforderung?**
- **Was wird Ihre größte Herausforderung in 3 Jahren sein?**
- **Was stellt für Ihr Geschäftsmodell die größte Bedrohung dar?**
- **Was ist die größte Chance für Ihr Geschäft?**
- **Was sind die Stärken und Schwächen Ihres Unternehmens?**

#### **Wer ist König?**

Nachdem Sie Ihr Unternehmen genauestens unter die Lupe genommen haben, widmen Sie sich jetzt Ihren Kunden. Wenn Sie in einen neuen Markt expandieren möchten oder einen neuen Shop eröffnen, existiert noch kein Kundenstamm. In diesem Fall geht es um Ihre Zielgruppe. Zur Zielgruppen- bzw. Kundenanalyse stellen Sie sich folgende Fragen:

- **Auf einer Skala von 1 bis 5, wie gut kennen Sie Ihre Kunden bzw. Ihre Zielgruppe?**
- **Wie alt sind Ihre Kunden bzw. ist Ihre Zielgruppe?**
- **Welches Geschlecht besitzen Ihre Kunden bzw. besitzt Ihre Zielgruppe?**
- **Wo leben Ihre Kunden bzw. lebt Ihre Zielgruppe?**
- **Was machen Ihre Kunden bzw. macht Ihre Zielgruppe beruflich?**
- **Wie ist die familiäre Situation Ihrer Kunden bzw. Zielgruppe?**
- **Was sind die Hobbys und Interessen?**
- **Wie hoch ist das Haushaltsnettoeinkommen im Monat?**
- **Welche Medien nutzen Ihre Kunden bzw. nutzt Ihre Zielgruppe?**

Natürlich gehört dieser Bereich zu den wichtigsten, da Ihre Kunden im Fokus Ihres Unternehmens stehen. Lassen Sie sich mit der Analyse also Zeit.

Nun stellen Sie sich sicher die Frage, wie Sie an die erforderlichen Informationen kommen. Haben Sie bereits einen Kundenstamm, ist die Antwort sehr einfach. Befragen Sie einfach einige Ihrer Kunden. Als Anreiz können Sie ein Gutschein oder eine gratis Probe verschenken. Legen Sie aber auch Wert darauf, nicht nur Ihre besten Kunden zu fragen, sondern auch solche, die eher kritisch gestimmt sind. Nur so können Sie etwas Neues lernen.

Wenn Sie noch keine Kunden haben oder expandieren möchten, stehen Ihnen mehrere Optionen zur Verfügung. Die teuerste, gängigste und einfachste Option ist, dass Sie ein Institut für Marktforschung beauftragen. Als Ergebnis erhalten Sie eine ausgearbeitete Analyse und eventuell sogar Handlungsempfehlungen. Es stehen Ihnen aber auch günstigere Optionen zur Verfügung. Zum einen können Sie den Google Display Planer und Ad Manager von Facebook verwenden. Dadurch können Sie auf einen großen Datenschatz zurückgreifen, ohne auch nur 1 Cent auszugeben. Um herauszufinden, wie und vor allem wo Ihre Zielgruppe über Sie im Internet spricht, können Sie Social Media Listening Tool wie beispielsweise Brandwatch oder Talkwalker verwenden. Als letzte Möglichkeit können Sie die Mediaplanungsstudie „Best für Planning“ verwenden, die auch von diversen Agenturen zur Bestimmung Ihrer Zielgruppe genutzt wird.

## **Die Brücke**

In diesem Teil der Erstellung der Marketing-Strategie bauen wir eine Brücke zwischen der externen und internen Anschauung und konzentrieren uns auf Ihr Produkt. Dazu können Sie sich folgende Fragen stellen und beantworten:

1. **Welches Problem der Zielgruppe lösen Sie mit Ihrem Produkt?**
2. **Ist Ihr Produkt einzigartig und kann vom Wettbewerb nicht kopiert werden?**
3. **Wo liegt der Unterschied Ihres Produktes zur Konkurrenz? Wo befindet es sich preislich? Wo liegt es qualitativ? Wie langlebig ist es? Wie gut ist das Design?**

Damit Sie eine gute Marketing-Strategie erstellen können, müssen Sie zuallererst analysieren, was Sie bisher in Bereich Kommunikation tun und getan haben:

- **Welche Kommunikationskanäle** werden im Moment von Ihnen bedient oder haben Sie in der Vergangenheit bedient? Werben Sie auf Google oder haben ein Banner auf einer anderen Webseite geschaltet?
- **Was für Ergebnisse** haben Ihre Maßnahmen gebracht? Haben Sie mehr Anfragen von Kunden erhalten?
- **Welche Kanäle** nutzt die Konkurrenz? Wie erfolgreich sind diese?
- **Wie viel sind Sie bereit, in einen Neukunden zu investieren?**

## **Die böse Konkurrenz**

In diesem Schritt befassen Sie sich mit Ihrer Konkurrenz. Je länger Sie in Ihrem Business tätig sind, umso besser lernen Sie auch Ihre Konkurrenz kennen. Erstellen Sie als Erstes eine Liste mit allen Unternehmen, die Ihnen einfallen. Nun fokussieren Sie sich auf die Wesentlichen, wobei Ihnen folgende Fragen helfen:

- **Welcher Konkurrent ist Ihnen am gefährlichste in Bezug auf Ihre Marktposition?**
- **Wer ist am einfallreichsten?**
- **Wer ist Marktführer?**
- **Welcher Konkurrent bietet das beste Produkt?**
- **Welcher Konkurrent bietet das beste Preis-Leistungs-Verhältnis?**

Bei dieser Analyse schadet es auch nicht, wenn Sie sich einmal Unternehmen anschauen, die zwar die gleiche Zielgruppe haben, aber auf einem anderen Markt aktiv sind. Vor allem amerikanische und asiatische Unternehmen sind sehr innovativ im Bereich Kundenansprache.

Um mehr über Ihre direkte Konkurrenz herauszufinden, können Sie beispielsweise den Newsletter von ihnen abonnieren, einen Messestand besuchen und mit den Mitarbeitern sprechen oder die Facebook-Aktivitäten beobachten. Versuchen Sie, Ihre Konkurrenz zu verstehen, jedoch sollten Sie niemals vergessen, dass Ihre Konkurrenz dasselbe mit Ihnen machen kann.

Die Antworten der Fragen sind die Grundlage für Ihre Marketing-Strategie. Sicherlich haben Sie festgestellt, dass sich allein durch diese Fragen viele Möglichkeiten aufgetan haben. Am wichtigsten ist jedoch, dass Sie einen Lernprozess gestartet haben, der für ein stetiges Wachstum Ihres Unternehmens von wesentlicher Bedeutung ist.

## **Was geschieht jetzt?**

Ihr Marketing-Coach wird auf der Grundlage der zusammengetragenen Daten eine SWOT-Analyse durchführen. Diese ist eine übersichtliche Aufstellung der

- Stärken (**S**trengths)
- Schwächen (**W**eaknesses)
- Möglichkeiten (**O**pportunities) und
- Bedrohungen (**T**hreats)

für Ihr Unternehmen. Des Weiteren definiert der Marketing-Coach mit Ihnen gemeinsam Kernbotschaften und Claims, damit Ihre Zielgruppe mit den gleichen Aussagen angesprochen wird. Genau das ist die Grundlage für zuverlässiges Branding: Es sorgt dafür, dass Ihr Unternehmen als Marke einen hohen Erkennungs- bzw. Wiedererkennungseffekt liefert und sich von der Konkurrenz abhebt.

Am wichtigsten beim Erstellen einer Marketing-Strategie ist die Zieldefinition:

- Wo möchten Sie hin?
- Wie möchten Sie sich im Markt aufstellen?
- Welchen Markt bzw. welche Märkte möchten Sie erobern?

Anhand der Ziele wird Ihre Marketing-Strategie ausgerichtet. Sie sind jetzt startklar und können Ihre Strategien, also Ihre Wege, formulieren.

## **Marketing-Strategie-Beispiele**

Im Folgenden betrachten wir uns die Marketing-Strategien von bekannten Marken. Sie dienen als Beispiel, wie eine Marketing-Strategie aussehen und umgesetzt werden kann.

### **IKEA Marketing-Strategie**

Wenn Sie an IKEA denken, sind Sie sicher auch der Meinung: Kennst du einen, kennst du alle. Es ist wirklich so, dass das Erlebnis in jeder Filiale in jedem Land nach demselben Prinzip funktioniert. Deshalb ist die Werbung jedoch nicht überall dieselbe. IKEA legt

besonders viel Wert darauf, die Bedürfnisse der individuellen und lokalen Zielgruppe zu kennen und diese zu bedienen.

Ein Sessel ist ein Sessel. Für jeden Käufer erfüllt er den gleichen Zweck. Dennoch ist kein Käufer wie der andere, denn jeder hat ganz individuelle Einrichtungsbedürfnisse. Lokales Marketing ist der Hauptbestandteil der Marketing-Strategie von IKEA.

Nun stellen Sie sich sicher die Frage, warum ein solcher Mega-Konzern sich auf den Mikrokosmos konzentriert. Die Antwort ist ganz einfach, denn die Kunden sind genau solchen riesigen Konzernen gegenüber kritisch. Immer mehr Menschen haben kein Vertrauen mehr in große Unternehmen und für IKEA ist die Nähe zum Kunden von entscheidender Bedeutung.

Da in jedem Einrichtungshaus des IKEA-Konzerns der lokale Bezug eine entscheidende Rolle spielt, ist auch ein lokales Marketing sinnvoll und effektiv. Allein in Deutschland besitzt jedes einzelne Haus, 53 insgesamt, seinen eigenen Marketer, der sich mit den Bedürfnissen und Vorlieben der lokalen Kunden beschäftigt, sie analysiert und letztendlich entsprechende Maßnahmen trifft.

### **Adidas Marketing-Strategie**

Adidas gehört zu den größten Herstellern für Sportartikel weltweit. Vor allem in der USA kommen die Produkte nach der Änderung der Marketing-Strategie 2015 immer besser an. Adidas selbst sagt, dass Sie das weltweit beste Sportartikelunternehmen sein möchten. Der Konzern möchte also die besten Sportartikel verkaufen, herstellen und entwickeln. Im Mittelpunkt der Marketing-Strategie stehen die Ziele Umsatzsteigerung und Gewinnerhöhung. Das soll geschehen, indem die Marke attraktiver für die Kunden wird. Adidas möchte die Kundenbindung stärken und seine Leidenschaft für Sport verdeutlichen.

### **Apple Marketing-Strategie**

Apple zählt zu den größten und erfolgreichsten Marken auf der Welt. So gut wie alles, was das Unternehmen startet, ist auch erfolgreich. Apple betreibt so gutes Marketing, sodass es inzwischen ganze Webseiten gibt, die sich mit dem Apple Marketing und deren Produkte befassen.

Apples Erfolgsgeheimnis beginnt bei der Nutzung und dem Design. Viel entscheidender ist es jedoch, dass Apple Gelegenheitskäufer in Markenbotschafter verwandelt. Im Wesentlichen steht das Apple-Marketing und somit auch jede Marketing-Strategie auf sieben Säulen:

1. Werbebedarf überdenken
2. Einzigartigkeit herausstellen und Preiskämpfe vermeiden
3. Marketing und Produkte einfach halten
4. Zielgruppe kennen und in deren Sprache mit ihr kommunizieren
5. Bessere Kundenerfahrung ermöglichen
6. Gefühle der potenziellen Kunden ansprechen
7. Gemeinschaft von Kunden und Nutzern erstellen