4. Mein Marketingmix

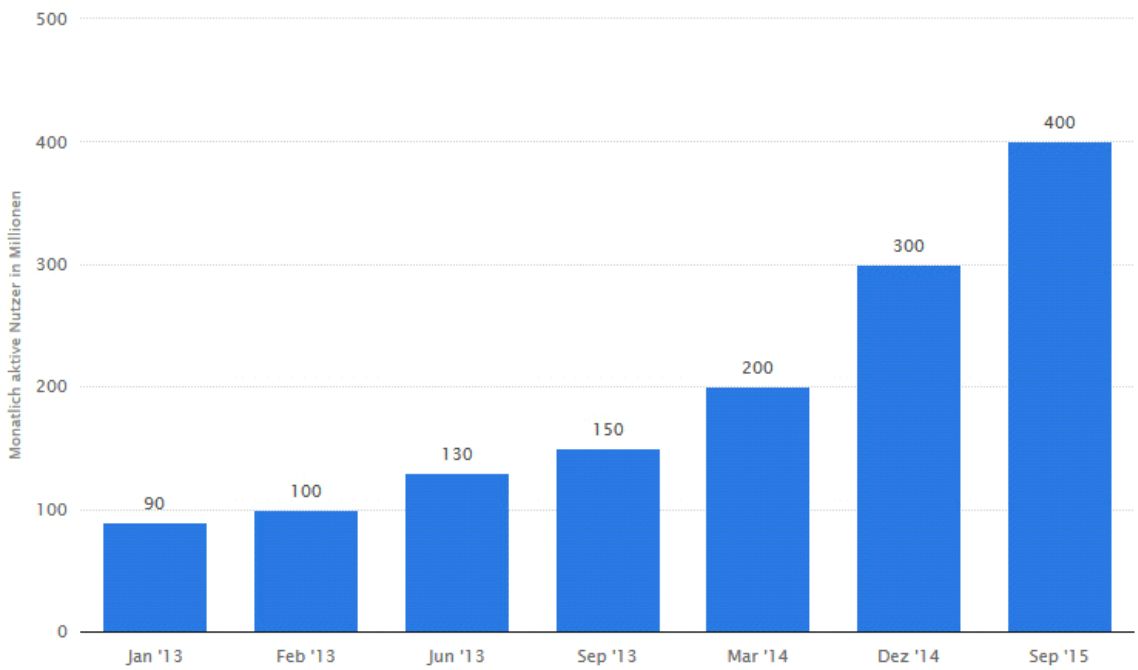
Ich möchte Ihnen in diesem Kapitel meinen eigenen Marketingmix näherbringen, dass heißt die Strategien und Methoden vorstellen, die ich als am effektivsten betrachte.

4.1 Welche Marketingstrategien ich benutzen würde

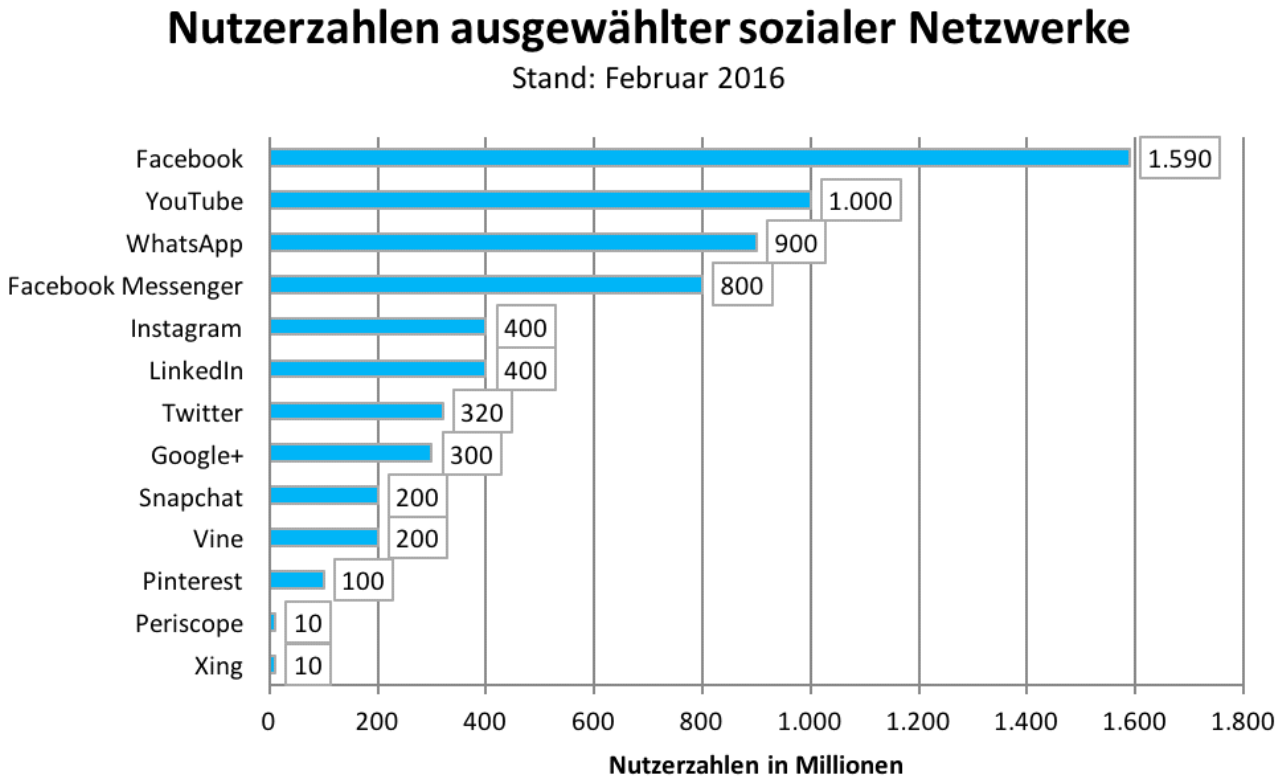
Social-Media-Marketing stellt, meiner Meinung nach, die Marketingstrategie mit dem größten Potential dar. Die Anwendungsmöglichkeiten sind vielseitig. So können Sie bereits mit einem eigenen Profil Marketing betreiben und den potentiellen Kunden Inhalte vermitteln. Dafür eignet sich vorallem Facebook und Instagram, da dort eine große Anzahl von Nutzern vertretten ist, die beinahe jede Zielgruppe repräsentieren. Auf diesen Medien würde ich den Kunden Informationen bereitstellen und Einblicke in das Unternehmen gewähren. Ein weiterer wichtiger Faktor stellt die Vision dar, auch sie sollte gezielt mit eingebaut werden (bspw als Titelbild bei Facebook).

Ich würde immer darauf achten, dass Sie die sozialen Medien in erster Linie dazu benutzen, um dem Kunden Ihr eigenes Unternehmen näher zu bringen. Dies erzeugt eine Kundenbindung, auf denen in Zukunft Ihr komplettes Marketing bauen wird und an dem Sie nicht mehr vorbeikommen werden.

Eine andere interessante Idee wäre die Einbindung der Kunden über Social Media, sodass dieser bewusst einige Entscheidungen zu Ihrem Unternehmen fällen kann. Ich denke dabei beispielsweise an das Design Ihrer Produkte. Geben Sie den Kunden einige Optionen und lassen Sie diese erscheinen, so können Sie sich außerdem sicher sein, dass Ihr Produkt später auch gut ankommt. Bauen Sie immer wieder solche Entscheidungen ein und Ihr Kunde wird sich als Teil Ihres Unternehmens sehen und Sie werden einen loyalen Kunden auf Lebenszeit gewinnen.



Auf diesem Bild sehen Sie noch einmal die Wachstumszahlen der Plattform ''Instagram'', die momentan sogar über 600 Millionen Nutzer zählt und somit ihr Wachstum beibehalten hat. Auf dieser Plattform können Sie mit Bildern werben und gezielt Einblicke in Ihr Unternehmen geben, sowie Einzelheiten Ihres Produktes zu veranschaulichen.



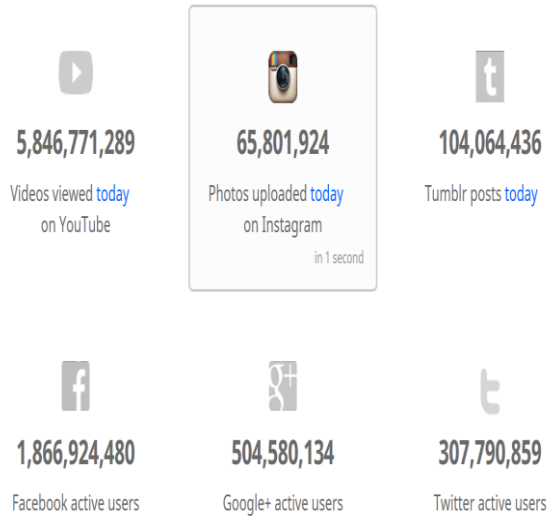
Auch YouTube birgt ein enormes Potential, hier können Sie beispielsweise kleine Videos veröffentlichen und vorallem Werbeanzeigen schalten. Ein YouTube-Kanal empfiehlt sich gerade bei Unternehmen, die eine Leistung, die sich gut in einem Video darstellen lässt, anbietet. Auch WhatsApp eignet sich beispielsweise als Kundenservice, sodass Ihr Kunde Sie ohne Probleme, und zu jederzeit, erreichen kann.

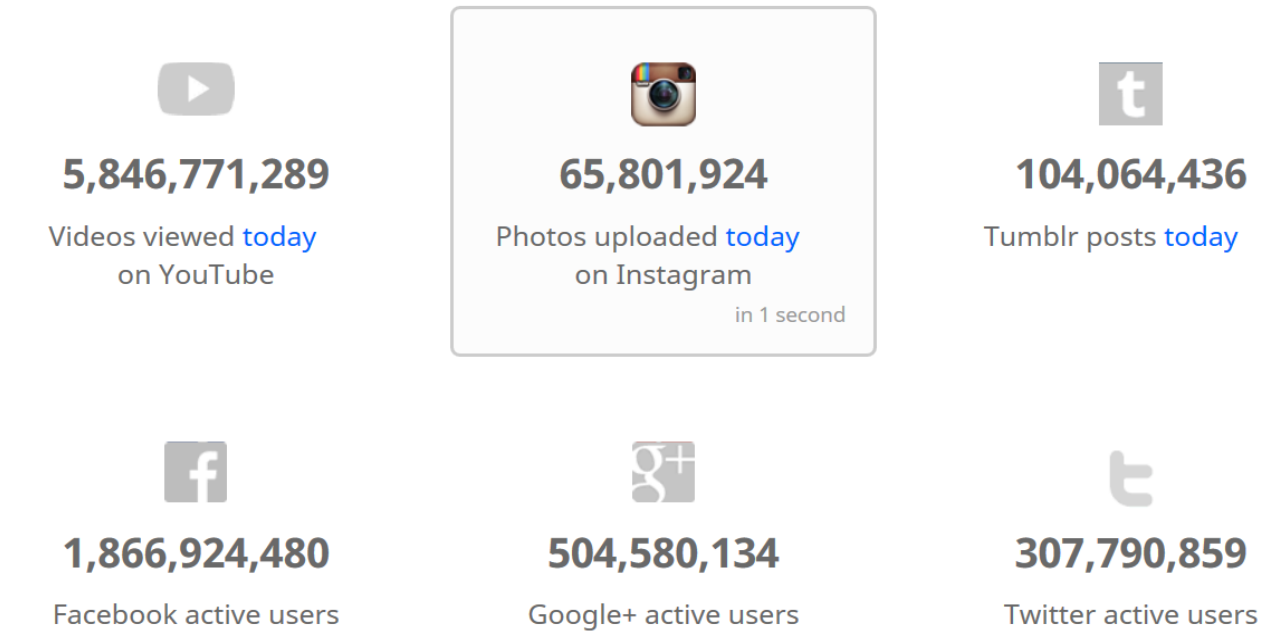
Ein weiterer enorm wichtiger Faktor, der in Zukunft immer mehr an Relevanz gewinnen wird und heutzutage schon von oberster Priorität ist, ist das direkte schalten von Werbeanzeige auf sozialen Netzwerken. Der dabei größte Vorteil ist, dass Sie Ihre Zielgruppe genau definieren und einschränken können. So wird Ihre Werbeanzeigen auch nur den Nutzern gezeigt, die potentielle Kunden für Sie darstellen. Dies senkt Ihre Kosten, im Vergleich zu konventienellem Marketing enorm. Zudem ist auch beinahe jede Zielgruppe vertreten und Sie können wirklich jede Art von Mensch mit Ihrer Marketingnachricht erreichen. Sie können Ihr

Marketing zudem anpassen und gewisse Kriterien festlegen, wie den Marketingort (bspw nur Stuttgart), das Alter oder das Geschlecht Ihrer Zielgruppe. Außerdem kann die Zielgruppe anhand gewisser ''KeyWords'' zugeordnet werden.

Hierbei würde ich Ihnen vorallem 3 Plattformen nahelegen, bei denen Sie Ihre Verkäufe enorm steigern können. In allererster Linie, wie bereits oben besprochen, Facebook. An zweiter Stelle Instagram, das sich perfekt eignet, um visuelle Werbung zu übermitteln. Instagrammarketing funktioniert vom Prinzip her wie das Marketing bei Facebook. YouTube stellt die dritte große Plattform dar, auf der eine große Anzahl an Kunden erreicht werden kann und bei der das Marketing sehr kostengünstig möglich ist (auch hier durch die Festlegung einer gewissen Zielgruppe). Hier können Sie Ihre Anzeigen vor gewissen Werbevideos platzieren und als Werbebanner platzieren. Dazu sollten Ihre Leistungen natürlich in Verbindung mit gewissen Videos stehen. Als Beispiel nehme ich hierbei immer gerne die Firma, die Snowboards produziert und ein Video eines Profisnowboarders als Werbevideo verwendet.

Die Kosten dieser Marketingstrategien liegen in der Regel unter 100€, sofern Sie Ihre Zielgruppe weit genug eingrenzen und Sie erreichen trotz allem, in den meisten Fällen, über 10.000 potentielle Kunden.





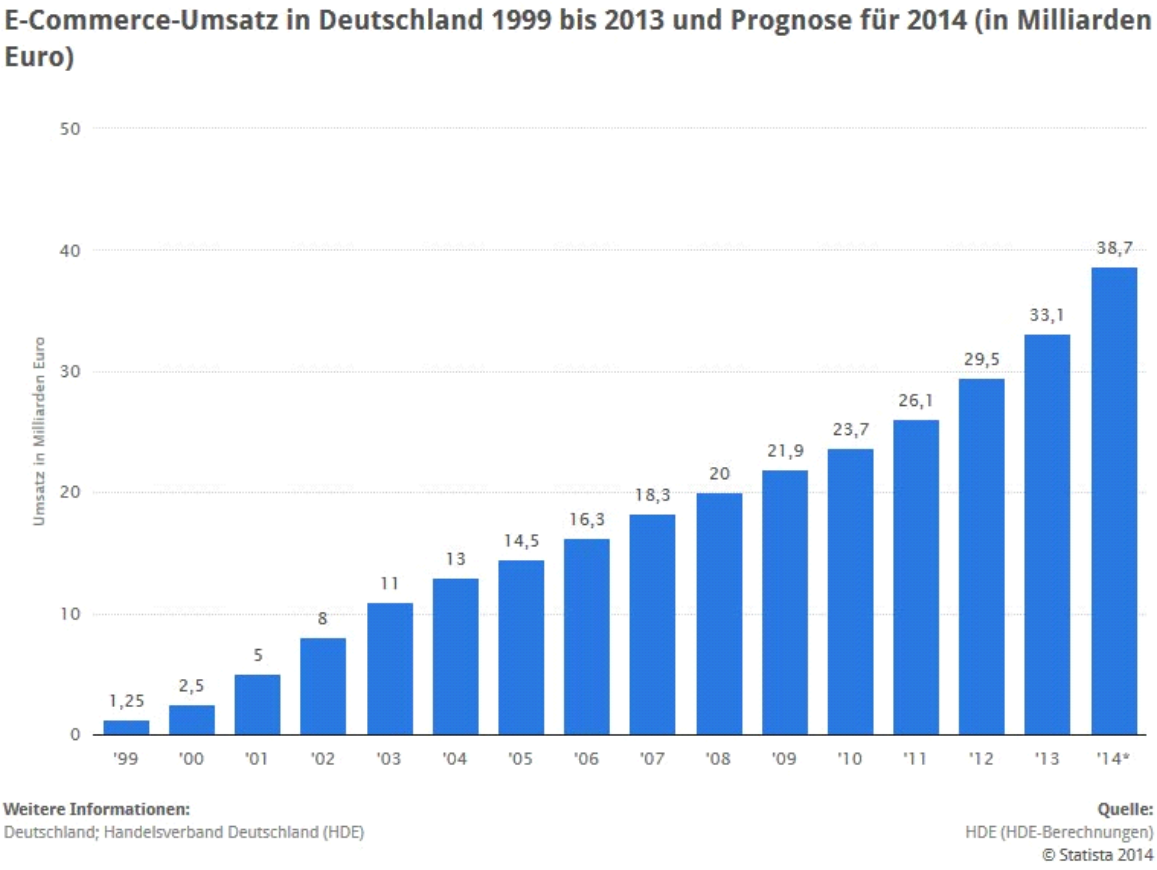
Eine weitere Methode, die über Social Media durchgeführt werden kann, ist das sogenannte Influencer-Marketing. In sozialen Medien gibt es Personen, die dank einer großen Anzahl von Abonnenten, einen enormen Einfluss ausüben. Suchen Sie sich Accounts mit eben diesem Einfluss, die Ihre Leistungen in gewisser Weise repräsentieren und handeln Sie mit ihnen eine Marketing-Kooperation aus. Um bei dem Beispiel mit den Snowboardern zu bleiben, suchen Sie sich einen bekannten Snowboarder und lassen Sie ihn beispielsweise Ihr Snowboard auf einem seiner Bilder tragen. So erzeugen Sie gezielt Aufmerksamkeit bei Ihrer Zielgruppe. Ein weiterer Vorteil ist, dass die Abonnenten ihren ''Vorbildern'' meistens sehr stark vertrauen und ihnen nacheifern wollen, dies erhöht die Wirkungskraft dieser Marketingmethode.

Zusammengefasst:

- **Präsentieren Sie Ihr Unternehmen durch soziale Medien-> Kundenidentifikation**
- **Social Media als die am schnellsten wachsende Werbeplattform**

- **Zielgerichtetes Marketing**
- **kostengünstig**
- **Jede Zielgruppe kann erreicht werde**

Immer wichtiger wird zudem die Etablierung eines eigenen Onlineshops, Ihres eigenen E-Commerce und dessen Positionierung in den Suchmaschinen.



Das Internet repräsentiert den Markt der Zukunft. Immer mehr verlagert sich der Markt ins ''world wide web''. So betrug das Wachstum des Online-Handels in den letzten Jahren im Durschnitt 12% (der Einzelhlhandel dagegen 0,7%). Immer mehr Firmen implementieren eine Verkaufsplattform im Internet. Sie sollten sich diesem

Trend anpassen, am besten der Vorreiter Ihrer Branche sein. Kombinieren Sie Ihren Shop mit einer gut designten Website, die dem Kunden zudem eine Vielzahl an Informationen liefern kann. Dies spart Ihnen einerseits viel Zeit, da Sie nicht ständig Kundenfragen beantworten müssen und erhöht andererseits Ihre Absatzszahlen.

Dieser Trend wird in der Zukunft noch weiter rasant wachsen, da gerade die junge Generation Internet-affine ist und vorab alle Informationen aus dem Internet bezieht. Sie könnten schlichtweg nicht mehr beachtet werden, wenn Sie sich diesem Wandel verschließen.

Hier können Sie die größten E-Commerce-Märkte Deutschlands sehen. Sollte sich in Ihrer Branche noch nicht allzu viel hierzu getan haben, so empfehle ich Ihnen als Vorreiter zu agieren und der Konkurrenz damit einen Schritt voraus zu sein, denn der Trend wird kommen.

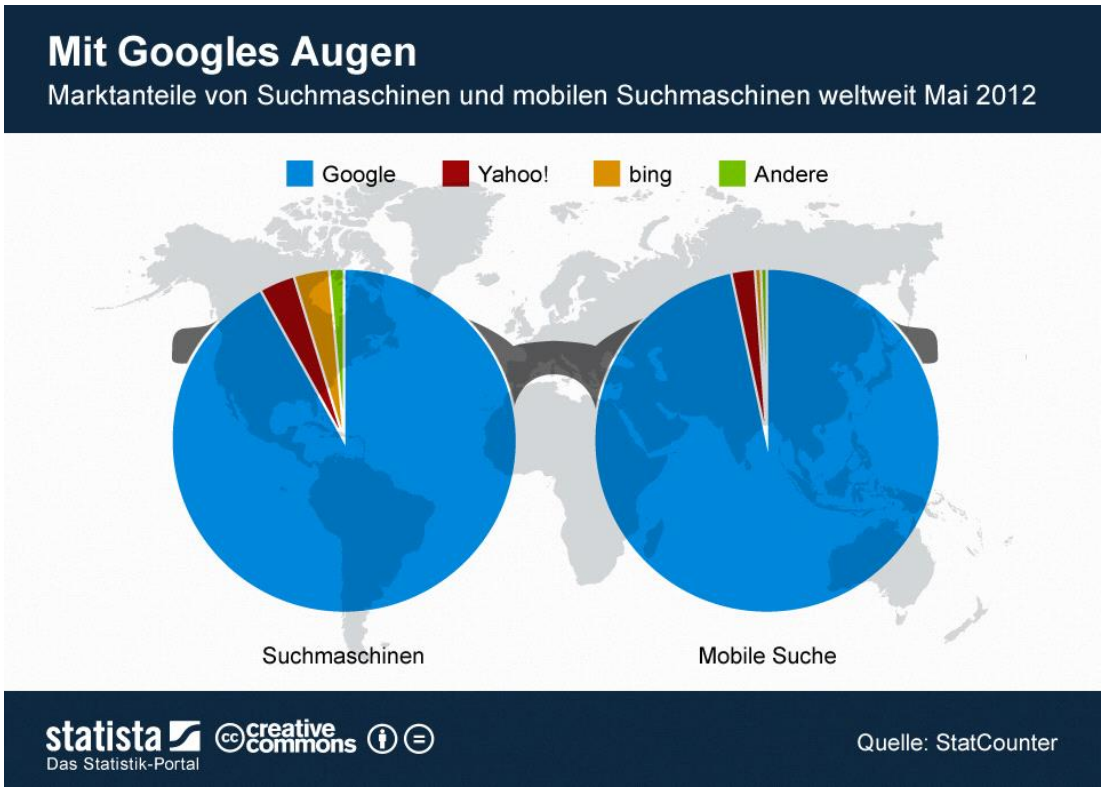
Machen Sie Ihre Website zudem konvertibel für mobile Geräte. Denn mobile Geräte werden heutzutage öfters als Computer verwendet, um im Internet zu

surfen.

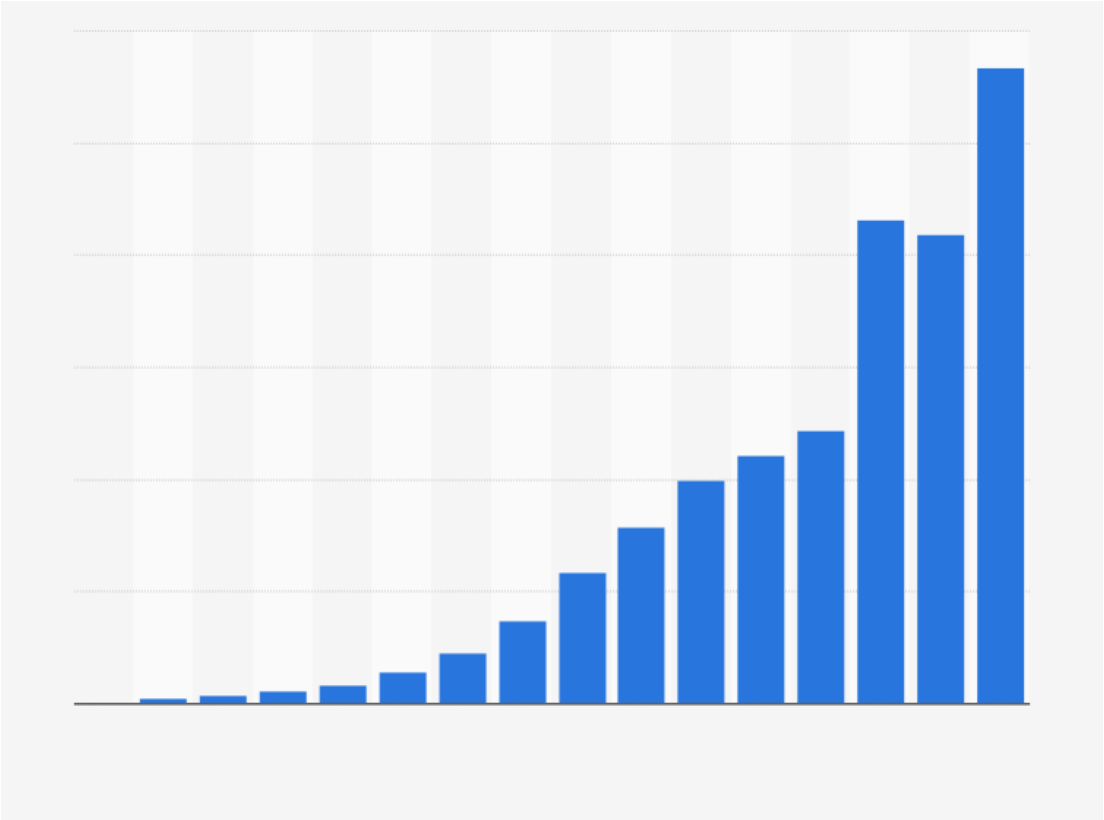
In Kombination zu Ihrem eigenen Online-Shop sollten Sie vorallem auf das Affiliate-Marketing, sowie die SEO (search engine optimization) setzen.

Das Affiliate-Marketing stellt eine Partnerschaft dar. Andere Websiten, Blogs ,- und Forenbetreiber verlinken Ihre Website und werden bei einem Kauf auf Provisionsbasis ausbezahlt. Da es sich hierbei um eine Win-Win-Situation handelt, sind beide Parteien bestrebt möglichst effizient miteinander zusammen zuarbeiten. Suchen Sie sich einen Affiliate-Partner, der einen Bezug zu Ihrer Zielgruppe aufweißt und lassen Sie ihn für Sie Kunden akquirieren. Sind Sie beispielsweise ein Hersteller von Körperpflegeprodukten, so wäre ein Blog über genau dieses Thema ein geeigneter Affiliate. Sie erzielen durch diese Taktik eine hohe Aufmerksamkeit, zahlen nur bei einer erfolgreichen Kooperation und gewinnen einen neuen Kundenstamm.

SEO ist heutzutage ein essentieller Faktor für den Erfolg Ihres Online-Shops. Die Relevanz der Suchmaschinen hat in den letzten Jahren weiterhin zugenommen und dieser Trend wird auch in Zukunft weiterhin zu beobachten sein. Dies liegt daran, dass die Menschen heutzutage ihre Informationen selbst einholen und dies tun Sie in der Regel über Suchmaschinen, allen voran Google. Derjenige, der weiter oben bei den Suchanzeigen erscheint, hat schlichtweg einen enormen Marketing-Vorteil, da seiner Seite weitaus mehr Aufmerksamkeit zuteil wird.

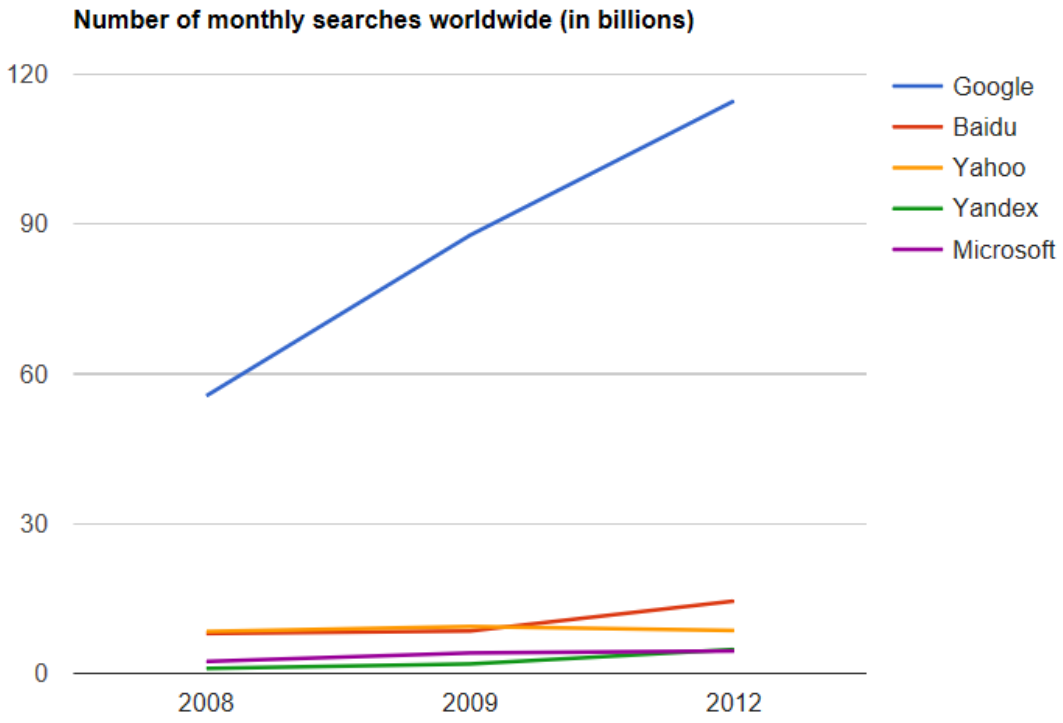


Bei diesem Bild können Sie den riesigen Marktanteil Google's erkennen, in Deutschland liegt dieser bei 90,44%, Tendenz steigend. Auffällig ist auch, dass der Anteil bei mobilen Suchen noch größer ausfällt, dies liegt daran, dass gerade die Suche über das Smartphone oft schnell gehen muss und einem zuerst Google in den Sinn kommt.



Dieses Bild zeigt die Anzahl der Suchanfragen in den letzten Jahren. Dieses Wachstum wird durch zwei Faktoren weiter angetrieben werden: der neu heranwachsenden Generation, die mit dieser Technik sozusagen zu Welt kommt und der Relevanz der Informationen und da die meisten Menschen sich ihre Informationen zuerst im Internet holen (60% der Kaufentscheidungen werden bereits vor dem ersten Kontakt geschlossen).

Wichtig ist, dass 80% aller Nutzer nur die ersten 5 Suchanzeigen einer genaueren Betrachtung unterziehen, gerade einmal 5% klicken überhaupt auf die zweite Seite. Diese Daten unterstreichen die Relevanz des SEO's, das genau darauf abzielt, die eigene Seniorität in den Suchmaschinen zu erhöhen.



Hier noch einmal zur Veranschaulichung das beträchtliche Wachstum der Googlesuchanfragen.

SEA, dem schalten von Werbung auf Suchmaschinen spreche ich jedoch keine große Bedeutung zu. Nutzer ignorieren diese Anzeigen bewusst, da ihnen bewusst ist, dass es sich dabei um Werbung handelt. Nur in den wenigsten Fällen wird Ihr Content so ansprechend sein, dass er auch wirklich Nutzer auf Ihre Website lockt (sollten Sie sich den Text der Anzeige überhaupt durchlesen)

Zusammengefasst:

- **Ihr Online-Shop wird immer wichtiger, der Markt verlagert sich zusehens in das Internet**
- **Seien Sie wenn möglich der Vorreiter Ihrer Branche, vermeiden Sie jedoch**

um jeden Preis der Siebenschläfer zu werden

- **Affiliate's stellen eine super Möglichkeit dar, Ihren Umsatz im Internet signifikant zu steigern**
- **Affiliate-Marketing führt zudem nur zu Kosten, sobald auch wirklich eine Kauf (oder eine andere Aktion erfolgt). Es handelt sich sozusagen um eine Win-Win ,- oder Lose-Lose-Situation**
- **SEO wird für Sie immer wichtiger werden, da sich die Kunden zuerst einmal einen Überblick über Suchmaschinen verschaffen**

Nutzen Sie E-Mail-Marketing überwiegend als Newsletter, um bestehende Kunden mit neuen Informationen zu beliefern. Als Marketingmittel würde ich hiervon eher abraten (es kommt unseriös und ist rechtlich reguliert).

4.2 Marketingmethoden

Gerade den Marketingmethoden messe ich eine höchste Priorität bei, sie sind meiner Meinung nach die Essenz einer guten Marketingkampagne und können Berge bewegen. Was wäre ein Unternehmen wie StarBucks bspw ohne ihre einzigartigen Marketingmethoden, oder Coca-Cola ohne ihr Marken-Image? Seien Sie sich der Macht des Marketings bewusst, denn in einer Zeit, in der jedes Unternehmen sich einer Vielzahl von Konkurrenten ausgesetzt sieht, geht es nicht mehr darum den besten Preis zu bieten, **es geht darum dem Kunden einen gewissen Nutzen zu offerieren** und dessen Bedürfnisse zu verstehen. Sie müssen sich kurz gesagt von der Masse der anderen abheben und dies gelingt Ihnen nur, indem Sie einfach schlichtweg besser sind, oder dadurch, dass Sie cleverere Marketingmethoden anwenden.

Der Grundgedanken bei jeder Marketingmethode ist, dass Sie sich von der Konkurrenz differenzieren müssen, Sie müssen hervorstechen aus einem Wald von

Unternehmen. Dies gelingt heutzutage nicht mehr, indem Sie einen potentiellen Kunden ansprechen, Sie müssen ihn auch davon überzeugen und dessen Aufmerksamkeit erzeugen. Würde Ihr Kunde jegliche Art von Werbung konsumieren, so wäre er schlichtweg überfordert, er wird demnach nur der Werbung Beachtung schenken, die ihm einen gewissen Mehrwert bietet. **Der Kunde will seine Bedürfnisse befriedigt sehen, dass ist in erster Linie das Einzige was ihn interessiert**.

Wenn es Ihnen aber zusätzlich gelingt, **dass der Kunde Sie als kongruent betrachtet, als ein Unternehmen, dessen Werte er selbst achtet und ehrt, so wird er Ihnen eine unvergleichliche Loyalität zuteil werden lassen**. Ich denke dass genau darin die Herausforderung des heutigen Marketings besteht, dem Kunden mehr als nur Ihre Leistungen zu vermitteln und etwas tiefgründigeres zu verkörpern.

Beginnen sollten Sie dabei immer mit einer eigenen Vision. Diese stellt Ihr oberstes Ziel dar, sozusagen Ihren inneren Antrieb. Nehmen wir Space X als Beispiel. Bei dieser Firma wäre die Vision, die Menschen, in einer großen Anzahl, auf den Mars zu bringen. Die Vision wirkt in erster Linie inspirierend, was dazu führt, dass Ihr Kunde Ihre Vision kauft und nicht Ihre Leistungen. Der Kunde will die Vision selbst wahr haben und dadurch entsteht eine Bindung zwischen dem Kunden und Ihnen. Diese Vision sollten Sie überall zur Schau stellen, beispielsweise auf Ihrer eigenen Website, oder als Motto Ihres Unternehmens. Werden Sie sich dabei bewusst was genau Ihre Vision ist.

Ihr Marketing sollte auch in allen Fällen auf die Bedürfnisse des Kunden abspielen und nicht auf Ihr Produkt. Verkaufen Sie beispielsweise Staubsauger, so vermarkten Sie niemals den Staubsauger selbst sondern die dahinterstehenden Bedürfnisse, wie den Zwang nach Sauberkeit. Dies ist ein gewaltiger Faktor des Marketings und wird in den meisten Fällen schlichtweg falsch gemacht. **Der Kunde kauft nicht was Sie sind, er kauft was Sie verkörpern!**

Kennen Sie dazu die Bedürfnisse Ihrer Kunden, denn Sie existieren in erster Linie nur weil diese Bedürfnisse überhaupt existieren. Ihr Ziel ist es dem Kunden eine Lösung für seine Probleme/Bedürfnisse zu bieten, dann haben Sie auch einen Nutzen für diesen.

Dabei spielt natürlich auch die Zielgruppenanalyse eine Rolle, denn in erster Linie sollten Sie einmal wissen wer Ihre Zielgruppe überhaupt ist, sodass Sie deren Bedürfnisse verstehen können. Merken Sie sich also folgendes: Analysieren Sie Ihre Zielgruppe und danach deren individuellen Bedürfnisse, vorallem die Bedürfnisse, die im Zusammenhang mit Ihren Leistungen stehen. Anhand diesen richten Sie Ihr Marketing aus und stellen die Bedürfnisse in den Mittelpunkt. Passen Sie außerdem Ihre zukünftige Orientierung an diese Bedürfnisse an, um langfristig erfolgreich zu sein und einen Wettbewerbsvorteil zu generieren. Diesen Ansatz nennt man 'Growth Hacking Marketing'', sich immer den Kundenbedürfnissen anzupassen und anhand dessen Veränderungen vorzunehmen (was das Marketing selbst betrifft, aber eben auch eigene Produkte oder die zukünftige Zielausrichtung).

Ein weiterer wichtiger Faktor stellt das Zeitalter des ''zero moment of truth's'' dar. Dieser Moment bezeichnet den Wandel in der Informationsbeschaffung. Dieser Wandel ist kategorisiert durch ein immer mehr steigendes Interesse an Informationen vor einem Kauf (in 5 Jahren hat sich diese Zahl verdreifacht), sowie der Tatsache, dass die meisten Menschen heutzutage ''googeln'' bevor Sie in den direkten Kontakt treten. Dieser Wandel hat zu Folge, dass Ihre Kunden sich ein eigenes Bild von Ihrer Branche und Ihrem Unternehmen machen können. Außerdem ermöglicht dieser Wandel ihnen gewisse Vergleiche durchzuführen, wie ein Preisvergleich zwischen Ihnen und Ihrer Konkurrenz. Sie setzen sich von der Konkurrenz folglich ab, wenn Sie dem Kunden diese Informationen zur Verfügung stellen und all seine Fragen beantworten. Dadurch erzeugen Sie ein Vertrauen der Kunden, auf dem ein jedes Unternehmen in Zukunft aufbauen sollte. Ein eigener Blog eignet sich beispielsweise perfekt um alle Fragen der potentiellen Kunden zu beantworten. Nutzen Sie zusätzlich Ihre Website, auf der Sie dem Kunden eine

Vielzahl an Informationen bieten können. Ebenfalls interessant ist es, ein Q&A in Ihre Website zu integrieren, auf dem Sie gängige Fragen bereits vorab beantworten. Dieser Ansatz stellt das Youtilty-Marketing dar. Gerade diese Methode ist von großer Bedeutung und deren Ansatz wird eine enorme Rolle in der Zukunft des Marketings spielen. **Kunden werden sich in der Zukunft vermehrt auf nützliche Unternehmen konzentrieren, die ihnen einen Mehrwert an Informationen liefern.** Dem Kunden einen Einblick geben und ihm Informationen über Ihr Unternehmen zu liefern kann einen weiteren großen Vorteil darstellen. Gerade kombiniert mit den eigenen Werten und dem Mehrwert an Informationen, wird diese Strategie zu einem ungeheuren Vertrauen Ihrer Kunden führen, da sie Sie als Freund und nichtmehr als Unternehmen betrachten.

Ihr Kunde muss Sie als Person betrachten und mit Ihnen eine Beziehung aufbauen, so binden Sie ihn an Ihr Unternehmen und nur so erzeugen Sie einen Kunden, der Ihnen sein Leben lang loyal ergeben sein wird.

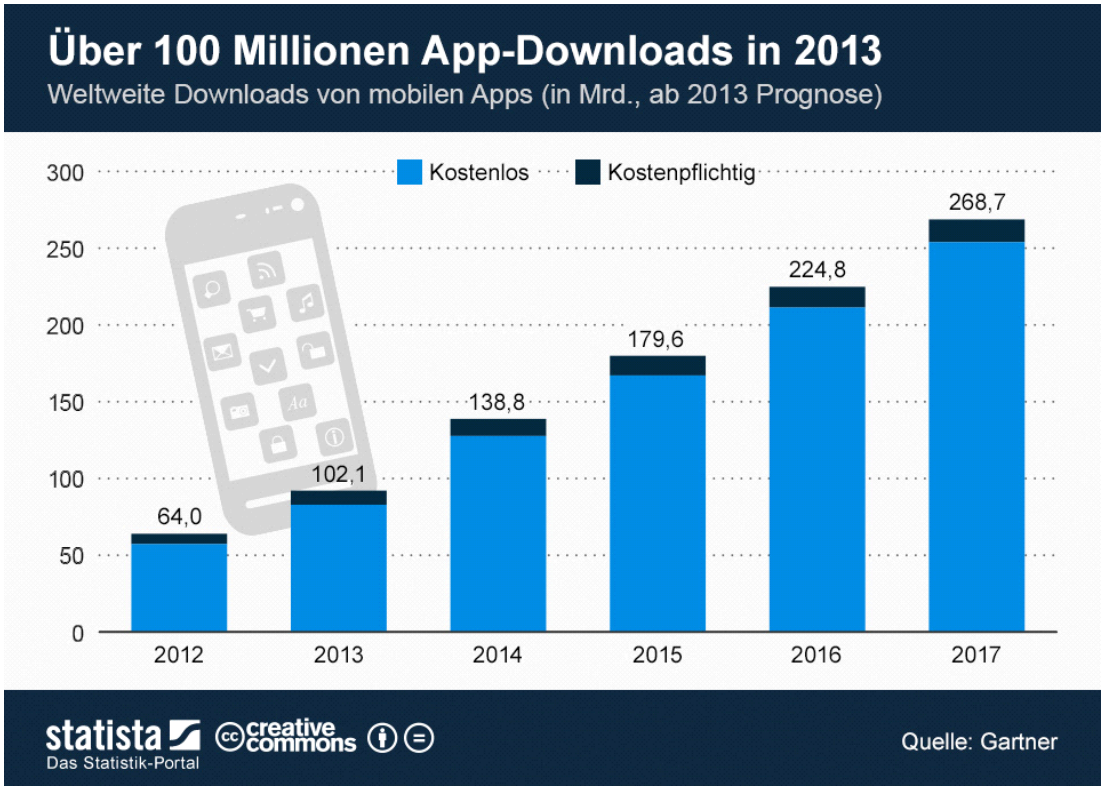
An diesem Ansatz setzt das Permission-Marketing an. Die Kernaussage dieser Marketing-Methode ist es, den Kunden in Ihr Marketing miteinzubeziehen. **Ihn ein Teil Ihres Unternehmens werden zu lassen, denn von wem kauft Ihr Kunde am ehesten?-Von ihm selbst.** Außerdem werden Sie als Marketingkanal fungieren und Ihr Unternehmen anderen Personen empfehlen. So steigern Sie durch Mund-zu-Mund-Propaganda Ihr Ansehen und Ihren Marktanteil.

Beziehen Sie ihn beispielsweise in kleinere Entscheidungen mit ein, wie der Farbe Ihres neusten Produktes, oder dem Werbeslogan Ihrer nächsten Marketingkampagne. Durch diese Methode identifiziert sich der Kunde mit Ihnen und fühlt sich selbst wertgeschätzt, ein sehr großer Faktor zur Kundenbindung.

Ich würde Ihnen immer nahelegen, sich im Internet als Experte zu etablieren. **Denn haben Sie einmal den Status eines Experten erreicht - können Sie alles verkaufen.** Kommentieren Sie dafür Beiträge zu Ihrer Branche, geben Sie den Kunden eine Mehrzahl an Informationen und nutzen Sie die sozialen Medien, um

gezielt Fachwissen zu vermitteln.

Ein interessantes Marketingmittel stellen Apps dar. Diese eignen sich perfekt um besondere Informationen zu übermitteln, sodass Sie eine Kundenbindung erzeugen und dem Kunden jederzeit bei seinen Problemen behilflich sein können. Apps eigenen sich außerdem zur Etablierung eines Expertenstatuses, da Sie dort auch eine große Bandbreite von Nutzern erreichen können. Helfen Sie diesen Nutzern und Sie werden potentielle Neukunden gewinnen. Dazu fällt mir selbst immer ein gutes Beispiel ein. Das Krankenhaus in Phoenix entwickelte eine App, die Eltern dabei hilft, den passenden Kindersitz für Ihre Kinder zu finden. Die Empfehlung erfolgt durch die Angabe gewisser Daten, wie der Größe des Kindes, und die Auswertung dieser Daten. Dadurch entstand ein riesiges Vertrauen der Eltern und das Krankenhaus verzeichnete einen gewaltigen Anstieg an neuen, jungen Patienten. Apps haben außerdem den Vorteil, dass sie zu jederzeit nutzbar sind und der Kunde sich somit, egal wo er sich befindet, seine Informationen einholen kann.



Der Markt der Apps steigt außerdem kontinuirlich, was das Potential noch einmal

unterstreichen soll.

Niemand repräsentiert Ihre Firma mehr als Ihre eigenen Mitarbeiter. Diese sollten Ihre Werte nach außenhin tragen und als erster Marketingkanal dienen.

Zuletzt will ich noch einmal auf die Methode eingehen, die Ihren Gewinn und Ihre Unternehmensgröße am meisten beeinflussen könnte. Das Influencer-Marketing. Diese Methode ist nicht auf jedes Geschäftsmodell perfekt zugeschnitten, Sie dient vorallem dazu einen gewissen Trend zu erzeugen. Suchen Sie sich eine Person, die in den sozialen Medien einen gewissen Stellenwert genießt und die Ihre Leistungen in einem gewissen Sinne verkörpert. Lassen Sie diese Person für Sie Werbung betreiben. Achten Sie dabei nur darauf, dass diese Person auch Ihre Zielgruppe erreicht und einen positiven Einfluss auf diese hat.

Zusammenfasst:

- **Ihre Vision und Ihre Werte führen zu einer Identifikation des Kunden mit Ihren Zielen und Ihren Wertevorstellungen. Es entsteht ein Vertrauen des Kunden, auf dem unsere heutigen Geschäftsbeziehungen aufbauen sollten**
- **Bieten Sie dem Kunden Informationen an, die er selbst finden kann. Diese helfen Ihnen sich als Experte zu etablieren und gleichzeitig eine Kundenbindung zu erzeugen**
- **Richten Sie Ihre Werbung immer nach den Kundenbedürfnissen, niemals nur nach Ihren Leistungen aus**
- **Finden Sie einen geeigneten Influencer**
- **Binden Sie die Kunden mit ein und diese werden sich als Teil Ihres Unternehmens ansehen**
- **Seien Sie so nützlich, dass Ihre Kunden selbst als Marketingkanal agieren**

und Ihre Leistungen weiterempfehlen

- **Auch eine eigene App kann sich für viele Unternehmen lohnen. Wir leben im Zeitalter der mobilen Geräte.**
- **Empathie ist der Schlüssel zum Sieg. Verstehen Sie Ihre Kunden und Sie können nur gewinnen**