

Online Marketing

6 Online Marketing Prinzipien
(Quelle: Jakob Hager)

1. Das Magnet Prinzip – Anziehen statt Verkaufen

- Marketingprinzip, das hinter dem Trend „Content-Marketing“ steckt
 - Erstelle spannende Texte, Bilder oder Videos welche die Aufmerksamkeit deiner Kunden gewinnen und Vertrauen zum Unternehmen aufbaut – **Pull Marketing**
- Inhalte erstellen, die die Probleme deiner Kunden ansprechen und keineswegs deine Produkte beschreiben
- Kostenlose, wertvolle Inhalte anbieten
- Klassisch: Push Marketing

2. Das Geschenk-Prinzip: Erst geben, dann nehmen

- Kostenlose hochwertige Informationen erstellen, die Hochwertig sind und die Probleme deiner Kunden lösen
 - Videos, PDF, E Books etc.
- Im Gegenzug müssen sie beispielsweise Daten hinterlassen um an die Infos zu kommen
 - Beispielsweise über Landing Pages
- Vorteil: Wenn das Geschenk den Kunden geholfen hat, wird er sich mit hoher Wahrscheinlichkeit revanchieren

3. Das Story-Prinzip: Persönlichkeit verkauft

- Trete persönlich auf, und präsentiere deine Produkte und Lösungen mit deinem Gesicht
- Kunden kaufen nicht nur Produkte und Lösungen, sondern auch deine Geschichte, Wert, Persönlichkeit und Philosophie
 - Geschichten deiner Kunden erzählen – Durch deine Dienstleistung seine Ziele erreicht – Interessenten & Vertrauen
 - Ihr Erfolg – wird dein Erfolg
- Jedes Unternehmen hat eine Geschichte und einen Ruf-
Bestimme sie selbst!

4. Erst testen, dann investieren

- Teste verschieden Marketingstrategien
- Online genau Messen, welche Werbeanzeigen funktionieren – im Gegensatz zum klassischen Marketing (Glücksspiel)
- Online Marketing ist wesentlich günstiger
 - 1€ - ca. 100 Personen
 - Gezielte Ansprache möglich – „Targeting“
 - Umfeld, Interessen, Arbeitgeber....

5. Das Superhelden-Prinzip : Vorteile verkaufen, statt Fakten auflisten!

- Gilt immer dann, wenn man was verkaufen will – Fehler:
Die Funktion oder die Fakten des Produktes verkaufen
- Menschen kaufen, weil sie mit dem Produkt oder der Dienstleistung etwas erreichen wollen
 - Man kauft nicht das Produkt, sondern die Veränderung, die es für das Leben bedeutet
- Zeige deinen Interessenten und Kunden, dass sie mit Dir zum Superhelden werden. Superhelden verkaufen, nicht das Produkt

6. Das Bumerang-Prinzip: Bleibe im Kopf des Kunden

- Nur ein kleiner Teil deiner Interessenten kauft sofort ein Produkt – die meisten brauchen Bedenkzeit
- Die Situation des Kunden muss passen
- Zuverlässige Prozesse schaffen, damit du möglichst viele Kunden von deiner Lösung überzeugst – auch wenn nur wenige beim Erstkontakt kaufen
- Kunden müssen sich immer an dich und deine Lösung erinnern, wenn sie ein Problem haben! Wege finden diejenigen zu binden, die nicht sofort gekauft haben
 - Newsletter –automatisch
 - Facebook / Google (PPC)
- Beispiel –Amazon –Fachsprache „Remarketing“