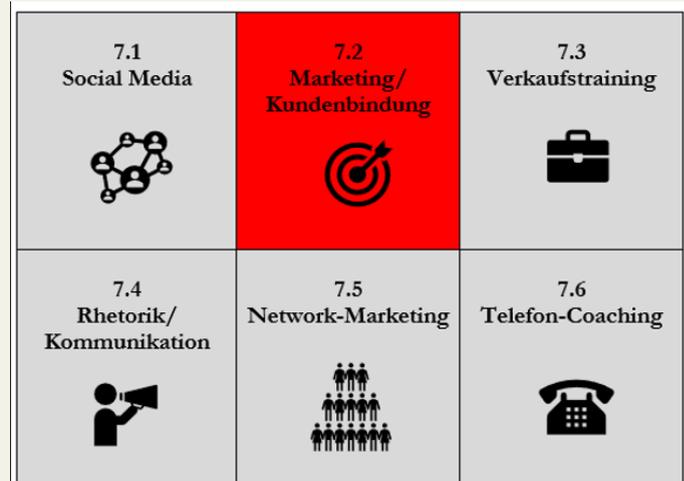


7.2 Marketing und Kundenbindung

Zufriedene und begeisterte Kunden, mit denen Sie Umsatz und Gewinn machen, sichern das Überleben Ihres Unternehmens. Diese Kunden wollen u. a.: Respekt, Anerkennung, Aufmerksamkeit, Sicherheit, Freude und auf sich angepasste Lösungen.

Kunden interessieren sich für Ergebnisse!

Da diese keine Risiken eingehen wollen, verlangen sie nach vertrauensvollen Partnerschaften. Bis Sie als Verkäufer dieses Vertrauen für sich reklamieren können, ist viel zu tun.



Zudem können Sie das beste Produkt der Welt anbieten. Nur wenn potenzielle Kunden davon erfahren, haben Sie eine reale Verkaufschance. Mithilfe dieser Techniken kann es Ihnen gelingen, zukünftig Ihre Wunschkunden zu erreichen:

- So definieren Sie Ihre Zielgruppe
- So definieren Sie Ihren Markt
- So testen Sie Ihren Markt
- So erstellen Sie Ihr USP (Unique selling proposition = Alleinstellungsmerkmal)
- So machen Sie aus „Kaltkunden“ Stammkunden
- So betreuen Sie Stammkunden
- So bilden Sie Ihre Mitarbeiter im Back-Office in Richtung kundenorientiertes Verhalten aus
- So erschließen Sie neue Vertriebskanäle
- So gehen Sie in Sachen Kaltakquise vor
- So stärken Sie sich mithilfe mentaler Konditionierung
- So planen Sie Ihre Umsätze

- So richten Sie sich ein gewinnbringendes Time-Management ein
- So kommunizieren Sie mit allen Kunden noch erfolgreicher
- So werden Sie zum Ideenfinder für neue Produkte und Dienstleistungen, die mithilfe Ihres Unternehmens umgesetzt werden
- So begleiten Sie Ihre Marketing-Abteilung noch erfolgreicher

Marketing und Werbung sind nicht identisch. Werbung ist ein Teil von Marketing, während Marketing im Sinne einer marktorientierten Unternehmensführung für die Ausrichtung aller relevanten Aktivitäten innerhalb des Unternehmens steht. Dabei geht es in erster Linie darum, Tools zu entwickeln, um effizienter und schneller auf die Wünsche und Bedürfnisse der Zielgruppe reagieren zu können. Nur dann hat der Wettbewerber keine Chance.

Marketing sorgt dafür, dass Absatz- und Umsatzziele unter Zuhilfenahme verschiedener Tools gesichert sind. Damit ist Marketing nicht nur ein effektiver Weg zu mehr Umsatz, Gewinn und langfristiger Kundenbindung, sondern ein notwendiger Weg. Wenn Sie ihn gehen wollen (weil Sie müssen, denn ohne Marketing geht es nicht) lernen Sie in unserem Coaching folgende Tools kennen, die Sie danach sofort einsetzen können:

- Analyse von Markt und Wettbewerb
- Primäre und sekundäre Marktforschung
- Zielgruppen definieren
- Marketingziele definieren, verfolgen und erreichen
- Marketingkonzepte erstellen
- Strategische Produktplanung (entwickeln, wonach der Markt verlangt)
- Öffentlichkeitsarbeit (Event, Print, Online, Presse, Werbemittel, Produkt- und Imagefilme, Social-Media)
- Branding (u. a. Außenwirkung und CI)
- Die richtigen Mitarbeiter für die eigene Marketingabteilung finden