



Der ultimative Aktionsplan für Magnetisches Marketing

Impressum:

janzenbau.com, Feldwiese 19 A, 32758 Detmold, DEUTSCHLAND

Für Fragen kontaktieren Sie uns direkt per E-Mail:

mail@janzenbau.com

Liebe/r Unternehmer/in!

Der größte Engpass für die Meisten im Business ist die Kundengewinnung. Es geht darum herauszufinden, wie man dauerhaft und nachhaltig, eine Flut von neuen zahlenden Kunden anzieht, die bereit sind auch weiter zu empfehlen.

Wenn das nach einem erstrebenswerten Ziel für dich klingt, dann ist magnetisches Marketing der Weg zu diesem Ziel.

Wenn du magnetisches Marketing richtig betreibst, wirst du nie wieder einem Kunden nachlaufen müssen. Du wirst nie wieder Sorgen um Umsatz haben, denn die Kunden werden bei dir Schlange stehen. Kurz gesagt: Du wirst nie wieder Kundenmangel haben.

Stell dir dieses Szenario vor...

Du gehst Montag morgens ins Büro, machst dein E-Mail-Postfach auf und es ist voll von **neuen Kundenanfragen**, von Menschen die deine Dienstleistungen und Produkte kaufen wollen und nicht einmal das Wochenende abwarten können.

- **Was würde das in deinem Business bewirken?**
- **Wie würde das die Atmosphäre in deinem Büro verändern?**
- **Und wie würde das dein privates Leben verbessern?**

Nun, genau diese Realität wollen wir in deinem Business sehen und wir engagieren uns dafür, dir die genaue Wegbeschreibung an die Hand zu geben, sowie Werkzeuge und Tools, sodass dieses Szenario für dich so bald wie möglich Realität wird.

Dieser kurze Ratgeber ist ein erster Schritt dazu.

Beste Grüße und bis bald!



Geprüfter Technischer Betriebswirt

Peter Janzen

9 PRAXIS-ERPROBTE REGELN FÜR **MAGNETISCHES** **MARKETING**

Regel #1: Es gibt immer ein unwiderstehliches Angebot

So gut wie alle Firmen und Unternehmen prahlen damit, dass sie das beste Angebot für ihre Kunden haben. Und dennoch sperren in den ersten 4 Jahren über 80 % der Unternehmen wieder zu.

Das liegt oft daran, dass zwar die Unternehmer und Geschäftsführer überzeugt sind von Ihrem Angebot, nicht aber die Kunden. Denke immer daran: „Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler.“

Die Formel für ein unwiderstehliches Angebot lautet:

Problem deiner Zielgruppe

+ Einzigartige Lösung deines Unternehmens

+ Eliminierung/Minimierung des Risikos für deinen potenziellen Kunden

Wenn Du diese Formel beachtest und an jedem Berührungspunkt deinen potenziellen Kunden richtig kommunizierst, wirst du nie wieder Kundenmangel haben.

Regel #2: Gib deinen Kunden immer einen Grund sofort zu handeln

Einer der beliebtesten Fehler da draußen im Marketing und Vertrieb ist die Verknappung. Oder besser gesagt, das Fehlen der Verknappung.

Was genau meine ich damit?

Nun, die wenigsten Menschen treffen eine Entscheidung, wenn es nicht einen Grund gibt, diese Entscheidung jetzt sofort zu treffen.

Und wenn du deinen potenziellen Kunden keine vernünftigen Gründe gibst, jetzt sofort eine gewünschte Handlung durchzuführen (Eintragung als Lied, Kauf eines Produktes, Unterschreiben eines Vertrages), dann wirst du die Erfahrung machen, dass die Entscheidung niemals kommt.

Deshalb solltest du Verknappung, in welcher Form auch immer, immer einbauen. Zum Beispiel nach Stückzahl, nach Zeit, Nachfrage, etc.

Regel #3: Gib immer klare Anleitung

Diese Regel ist besonders wichtig, weil sie dich bis zu **70% deines Umsatzes** kosten kann, wenn du sie nicht befolgst. Und zwar: Gib in deinem Marketing und Vertrieb immer klare Anweisungen, die deine potenziellen Kunden befolgen können.

Es ist erstaunlich wie viele Verkäufe verloren gehen, nur weil die Menschen nicht wissen, wie sie eine Bestellung durchführen können.

Und noch erstaunlicher ist es, dass die Unternehmer und die Geschäftsführer gar nicht daran denken klare Anleitungen und Wegweiser zu installieren, um dieses Problem zu lösen.

Wer sonst soll deinen potenziellen Kunden erklären, wie sie dir Geld geben, wenn nicht Du?

Regel #4: Achte darauf, dass du immer alles trackst und misst

Wenn du das Problem nicht kennst, kannst du es nicht lösen. Das ist ein universelles Prinzip und für magnetisches Marketing gilt es auch: Was du nicht misst, kannst du nicht verbessern.

Das bedeutet auf gut Deutsch: **Du KANNST gar nicht wachsen bzw. skalieren**, wenn du deine Zahlen nicht kennst. Wenn du nicht weißt, welche Kampagnen einen positiven Return On Investment generieren, wirst du blindes Marketing betreiben.

Daher solltest du sicherstellen, dass ALLES, was getrackt und gemessen werden kann, auch getrackt und gemessen wird. Das erlaubt dir deine Marketing-Entscheidungen auf Fakten, Tatsachen und echter Realität zu stützen.

Regel #5: Branding soll nur ein Nebeneffekt deines Marketings sein

Gib NIEMALS Geld aus für Branding. NIEMALS!

Warum nicht? Ganz einfach, weil es ein Luxus ist, den du dir nicht leisten kannst. Und ich bin mir der Tatsache bewusst, dass ich damit vielen Menschen auf die Zehen trete, aber ich würde nachts nicht schlafen können, wenn ich dich belügen würde.

Denk mal darüber nach... Wer betreibt Branding? Konzerne, wie Coca-Cola, Red Bull, Apple, Microsoft, Amazon und so weiter. Warum betreiben sie Branding? Weil sie alle zufriedenstellen müssen: Vorstand, Aktionäre, Politik, Berufsempörer, Aufsichtsräte, etc.

Die Idee hinter Branding ist es, den potentiellen Kundendazu zu verleiten die Marke mit irgendeinem positiven Gefühl zu verbinden. Sodass, wenn der Kunde im Supermarkt steht und zufällig das Produkt eines Konzerns sieht, sofort ein „positives Gefühl“ entsteht und dieser sich dann zum Kauf entscheidet.

Funktioniert das? Manchmal ja, manchmal nein. Wovon ist es abhängig, ob es funktioniert? **Das weis niemand, weil man es nicht wirklich messen kann.**

Hier ist aber der wichtigste Grund, warum du für Branding kein Geld investieren solltest: Du hast nicht die Milliarden-Budgets der Konzerne. Und du musst nicht alle obengenannten Gruppen zufrieden stellen.

Die einzige Gruppe, auf die du magnetisch wirken willst, sind deine potenziellen Kunden und sonst niemand. Und das gibt dir die Möglichkeit durch Direkt-Marketing viel besseres und wirkungsvolleres Marketing zu betreiben als Konzerne.

Regel #6: Es gibt immer einen Follow-Up

Bitte mach unter keinen Umständen den Fehler, den über 95% der Firmen da draußen machen: Nämlich keinen Follow-Up zu betreiben.

Wenn ein Lead oder ein potenzieller Kunde bei dir ist, solltest du alles daransetzen, diese Person an die Hand zu nehmen und **so schnell wie möglich zum zahlenden Kunden zu konvertieren.**

In meiner Erfahrung aus der Zusammenarbeit mit vielen Unternehmen, betreiben nur die wenigsten Follow-Up... und noch viel weniger haben einen systematischen Follow-Up-Prozess. Dieser ist aber notwendig, wenn du wachsen willst und das Maximum deines Potenzials als Unternehmer nutzen möchtest.

Regel #7: Starke Werbetexte

Das ist die eine Fähigkeit, die jeder Unternehmer, Geschäftsführer und Marketer beherrschen sollte: Werbetexten. Oder anders gesagt: Das Verkaufen in schriftlicher Form.

Die Qualität deiner Inhalte, online sowie offline, entscheidet über den Zufluss von neuen Leads und Kunden. Wenn du magnetisches Marketing betreiben möchtest, solltest du dich darin vertiefen, wie du besonders attraktive Werbetexte für deine potenziellen Kunden schreiben kannst.

Und mit Werbetexten meine ich nicht nur Text-Inhalte, sondern auch Audios und Videos, die daraus entstehen.

Regel #8: Ergebnisse entscheiden

Gehe das Commitment ein, dass du nicht Marketing nach Bauchgefühl machst, sondern basierend auf echten Ergebnissen. Diese kennst Du natürlich nur dann, wenn du Regel #4 respektierst.

Es ist in Wahrheit ganz einfach:

Gute Ergebnisse = mehr investieren

Schlechte Ergebnisse = Kampagne einstellen

Und obwohl es so einfach ist, lassen wir uns als Unternehmer immer wieder von anderen „Neuheiten“ ablenken und tappen wieder in die Falle von Ergebnis-losem Marketing. Lass dich nicht ablenken: Fokus!

Regel #9: Du disziplinierst dich magnetisches Marketing zu betreiben

Triff die Entscheidung, dass du dich selbst dazu disziplinierst auf magnetisches Marketing zu setzen und alles anderes ausblendest.

Diese Regel ist idiotensicher:

Alles, was nicht direkt Leads, Kunden und Umsatz einbringt, wird unterlassen.

Und alles, was direkt Leads, Kunden und Umsatz einbringt wird skaliert und gestärkt.

Das richtige Mindset für magnetisches Marketing

So wie jeder andere Bereich im Leben, erfordert magnetisches Marketing das richtige Mindset. Erst das richtige Mindset erlaubt es dir, die Dinge aus der richtigen Perspektive zu betrachten und vor allem richtig zu handeln.

Coach Cecil, einer meiner Mentoren, hat das mit dem MATRIXPRINZIP besonders gut auf den Punkt gebracht. Du kannst dir in seiner **kostenlosen FreeTour** sogar erstmal ein Bild davon machen.

 <https://janzenbau.com/matrixprinzip> 