

Marketing Strategie

DEIN FAHRPLAN



Das Fundament



Deine Werkzeuge



Deine Online Aktivitäten



Deine Offline Aktivitäten

Deine Marketing Strategie

Wir fokussieren uns auf **EINEN WEG**



1
Entscheidung
Wir wählen EIN
Geschäftsmodell, EINE
Zielgruppe



2
Fokussierung
Wir bleiben dran, ziehen
es durch, stellen den
Weg nicht in Frage



3
Optimierung
Wir werten aus, wir
optimieren, wir passen
an.
Wir stellen *uns* in Frage



4
Duplizieren
Wir verwenden die
Strategie auch für
andere
Geschäftsmodelle und
Zielgruppen



Google

Dein bester Freund **und Helfer**

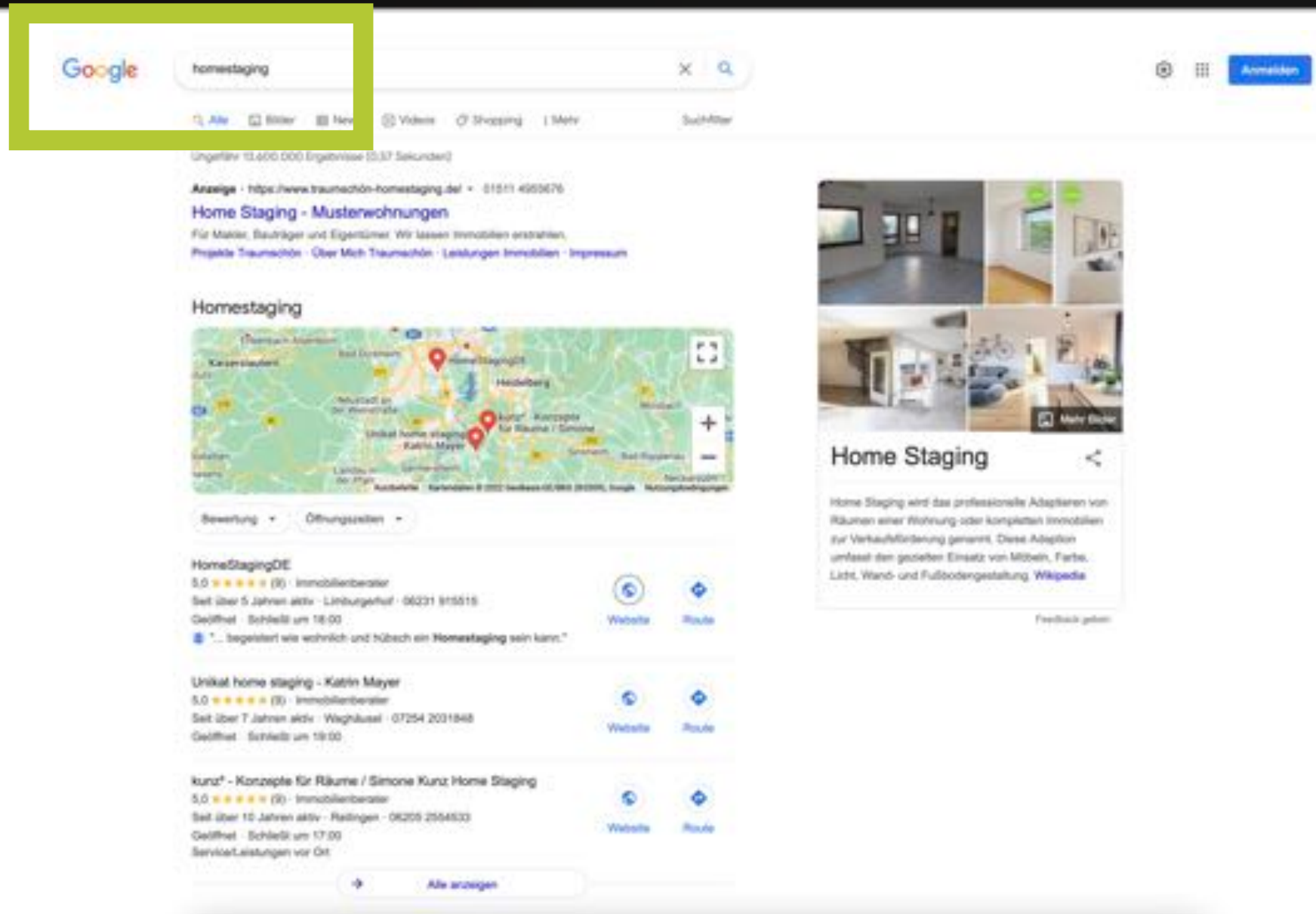


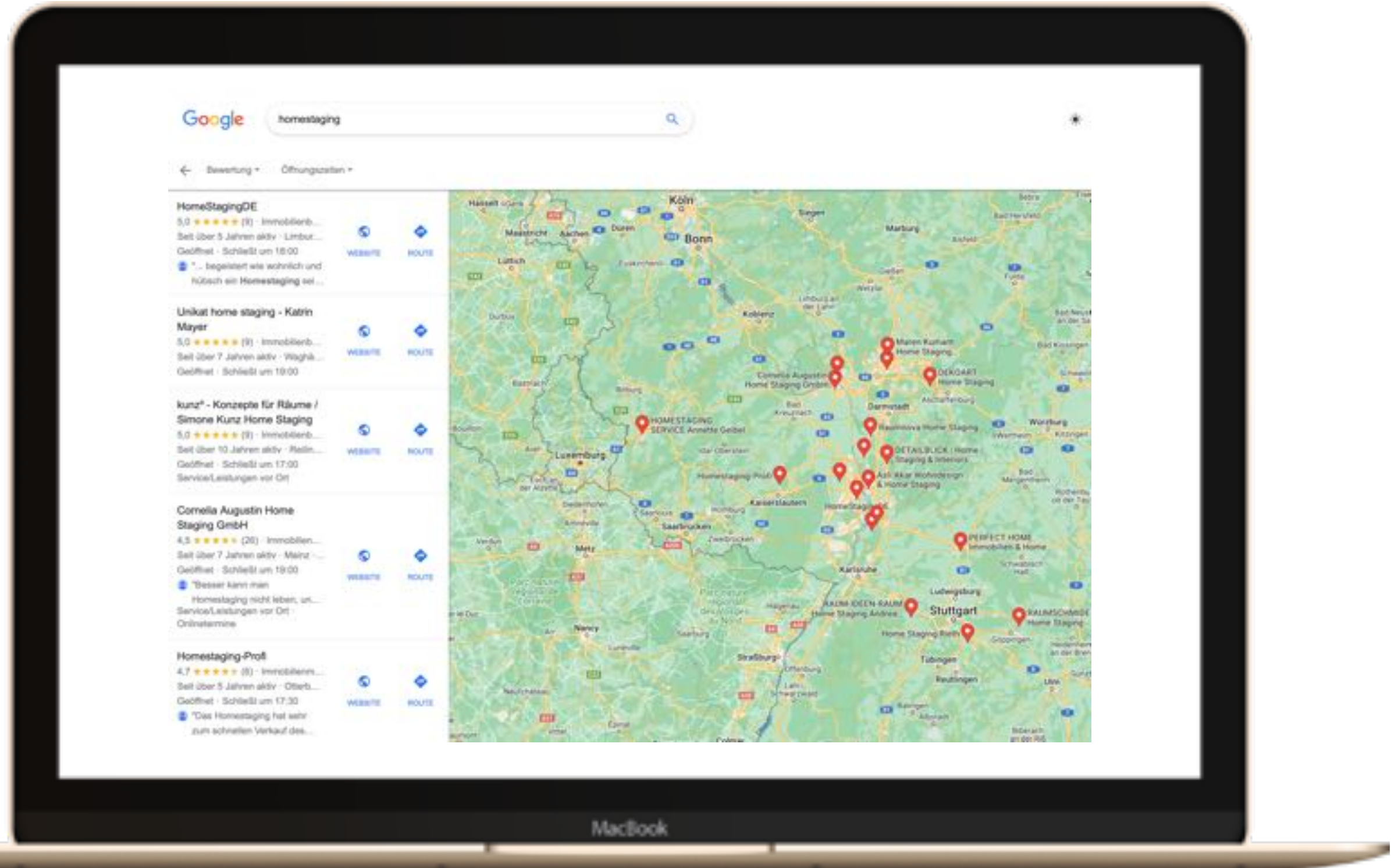
Anzeige von
Anbietern in der Nähe

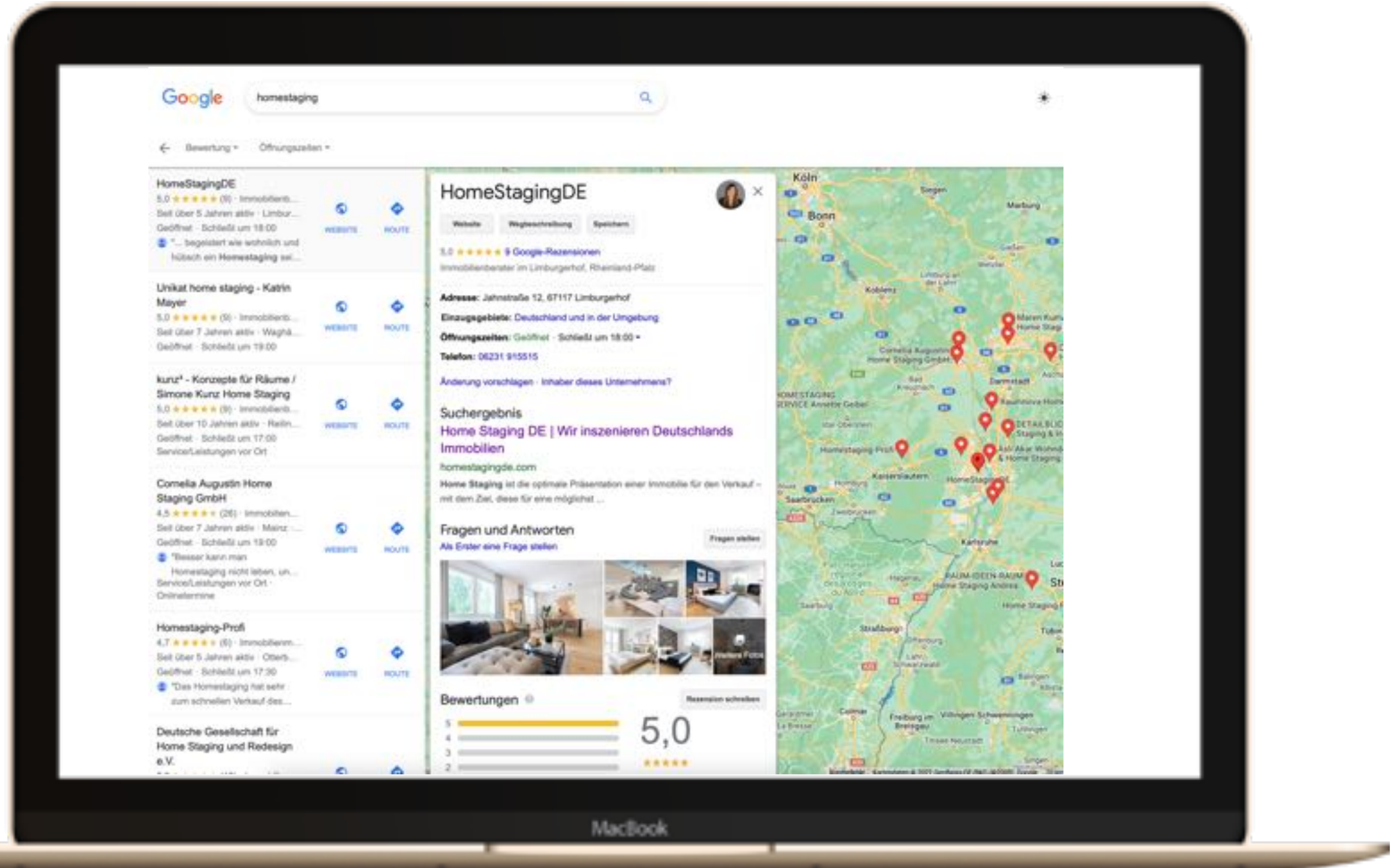


regionale Suche
nach einem Keyword
z.B. Home Staging









Google

Dein bester Freund **und Helfer**



Anzeige von
Anbietern in der Nähe
= **Google my Business**
Unternehmensprofil



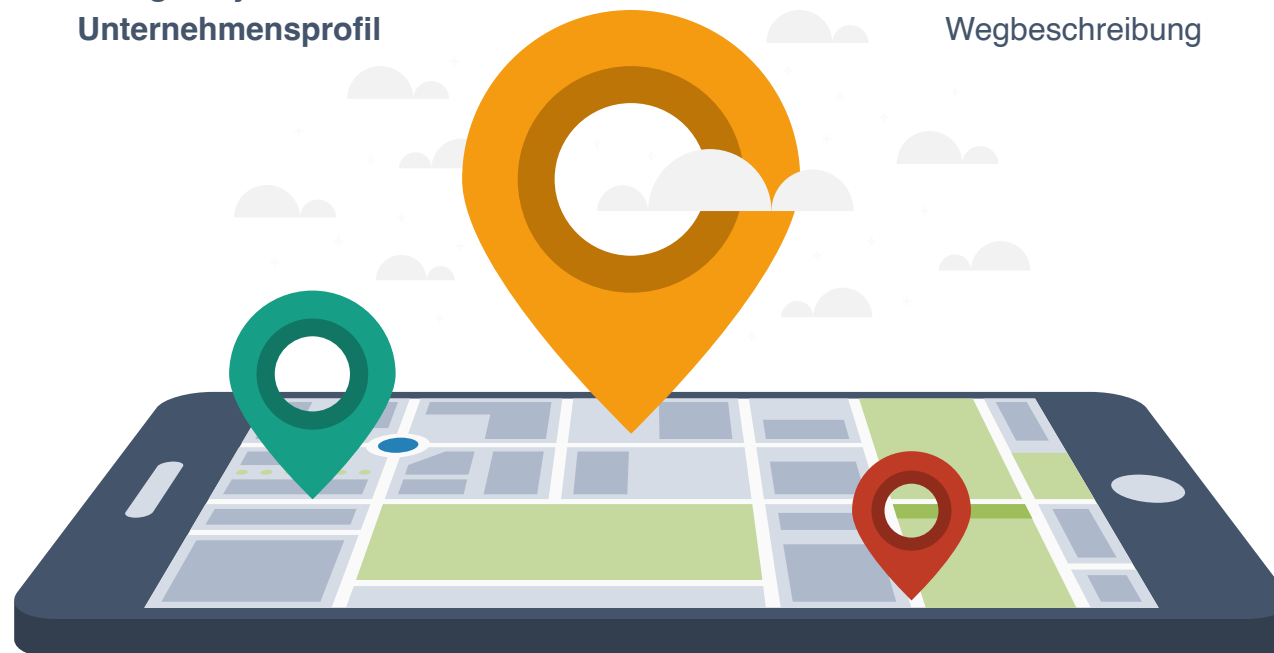
Anzeige von Google
Bewertungen *****,
Bildern, Infos,
Wegbeschreibung



regionale Suche
nach einem Keyword
z.B. Home Staging



Direkter Klick auf die
Webseite,
Telefonnummer,
KOSTENLOS



Google

Google Unternehmensprofil - my Business

https://www.google.com/intl/de_de/business/

https://www.google.com/intl/de_ch/business/



**Konto anlegen und
Informationen eintragen**



**Brief erhalten mit der
Freischaltung**



**Bewertungen sammeln und
gelegentlich aktualisieren**

Kunden Bewertungen

Der Schlüssel zum Vertrauen **social proof**

1

Google

absolute Nummer 1 !!
Auf 5 Sterne Bewertung
achten.

2

Proven Expert

dort kann man auch
Bewertungen anderer
Kanäle einfließen lassen

3

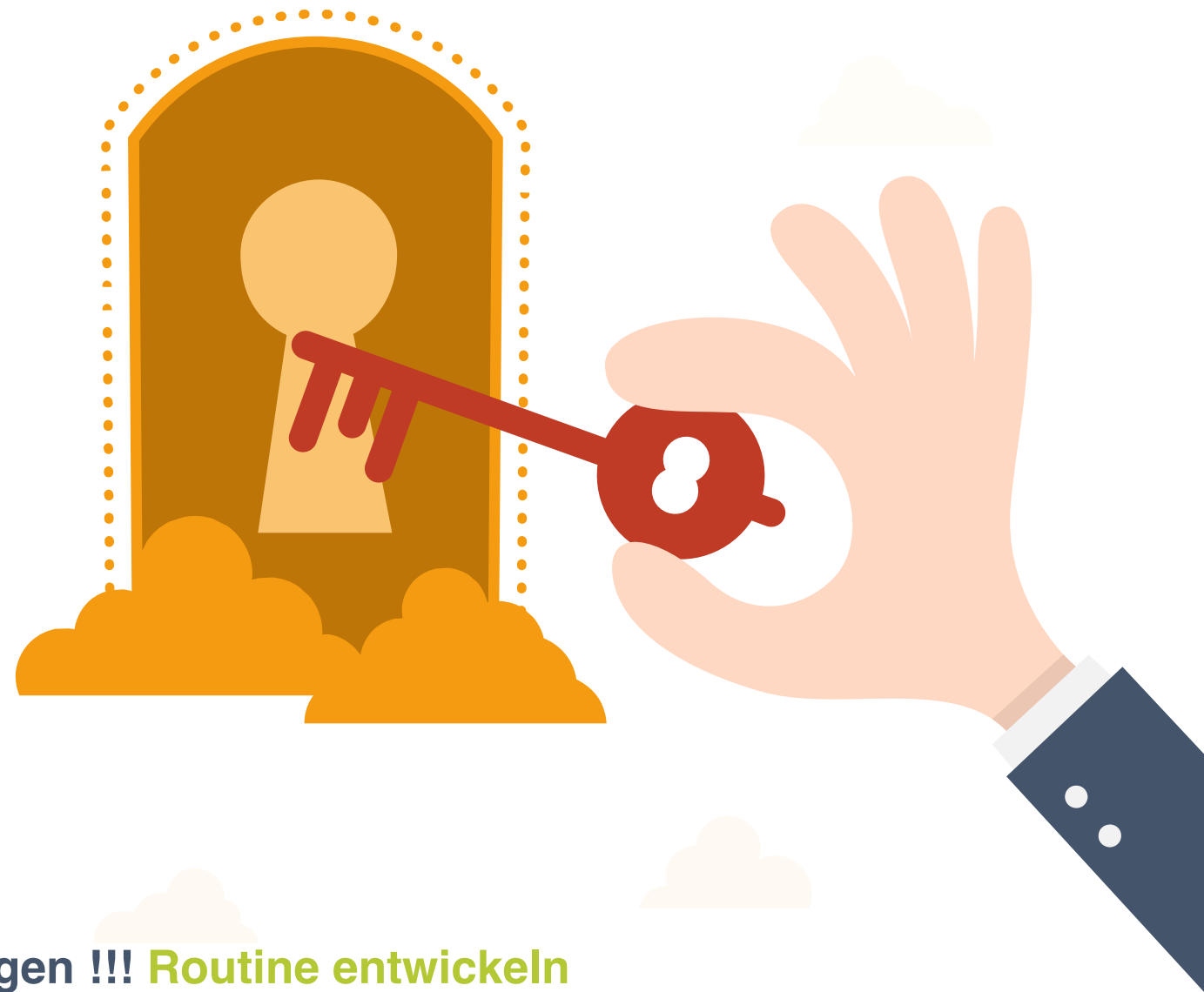
Houzz

+ Ranking in Houzz
Best of Houzz
- Anmeldung erforderlich

4

Facebook

+ Algorithmus
+ Google Ergebnisliste
- nicht mehr aktuell



Bei jedem Kunden anfragen !!! **Routine entwickeln**

Google

Suchmaschinenoptimierung **Webseite/Landingpage**



01 (Haupt-) Keyword optimiert



02 schnelle Ladezeiten

03 mobil freundlich, responsiv

04 **gute Inhalte,** hohe Relevanz für Zielgruppe

05 Verlinkungen intern und extern (auf relevante Seiten, z.B. Ort, Staging Community...) **Haltezeit und Absprungrate**

Google

Suchmaschinenoptimierung **Webseite/Landingpage**



06 Fragen
beantworten

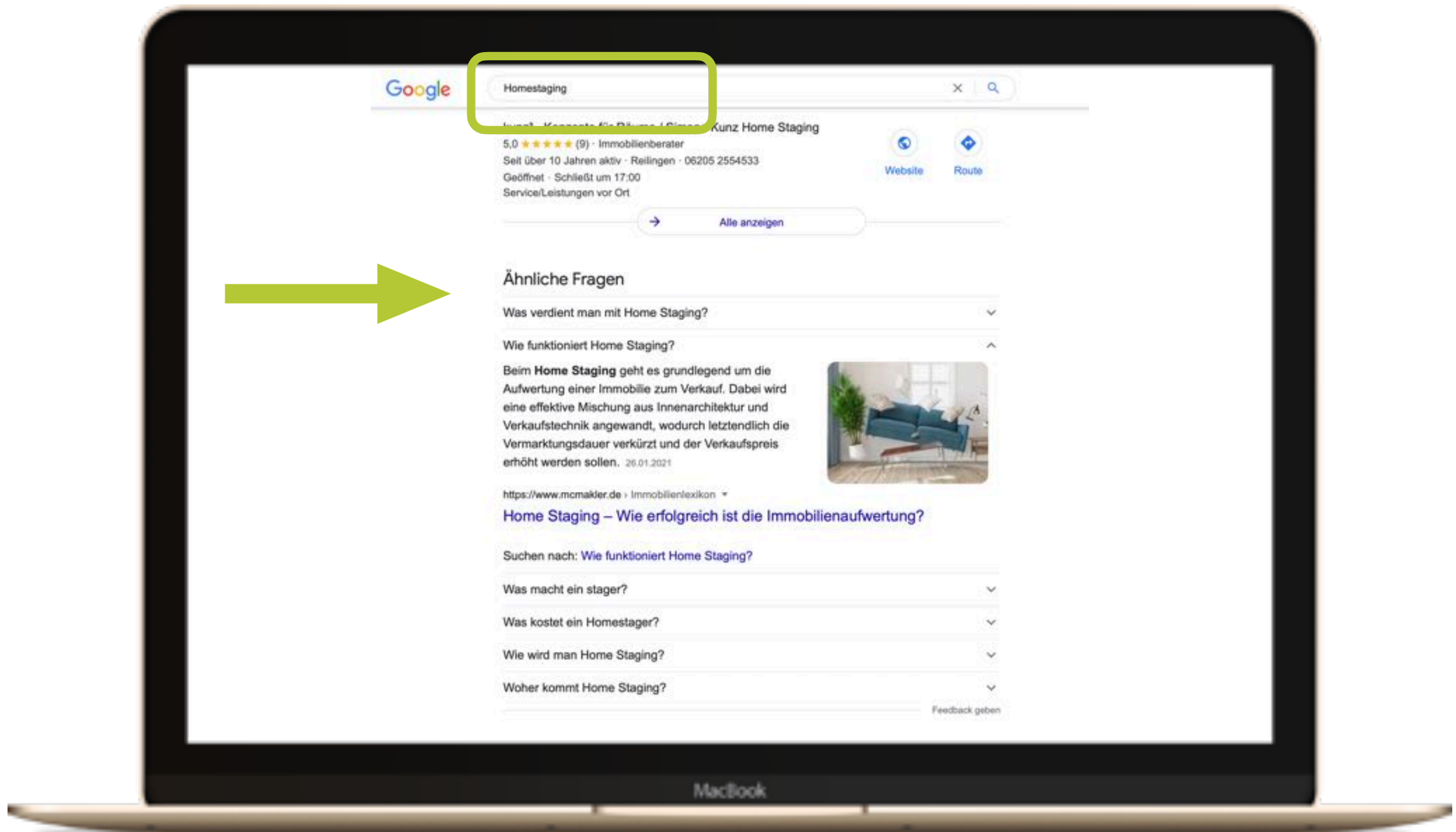
07 Bilder optimieren
Name = Keyword (vor Upload)
Alternativtext und Beschreibung,
Größe, jpg, .png

08 Videos nutzen
eigene Ergebnisse
Suchergebnisliste

09 SEO Tools:
Yoast Seo, wpseo,
...

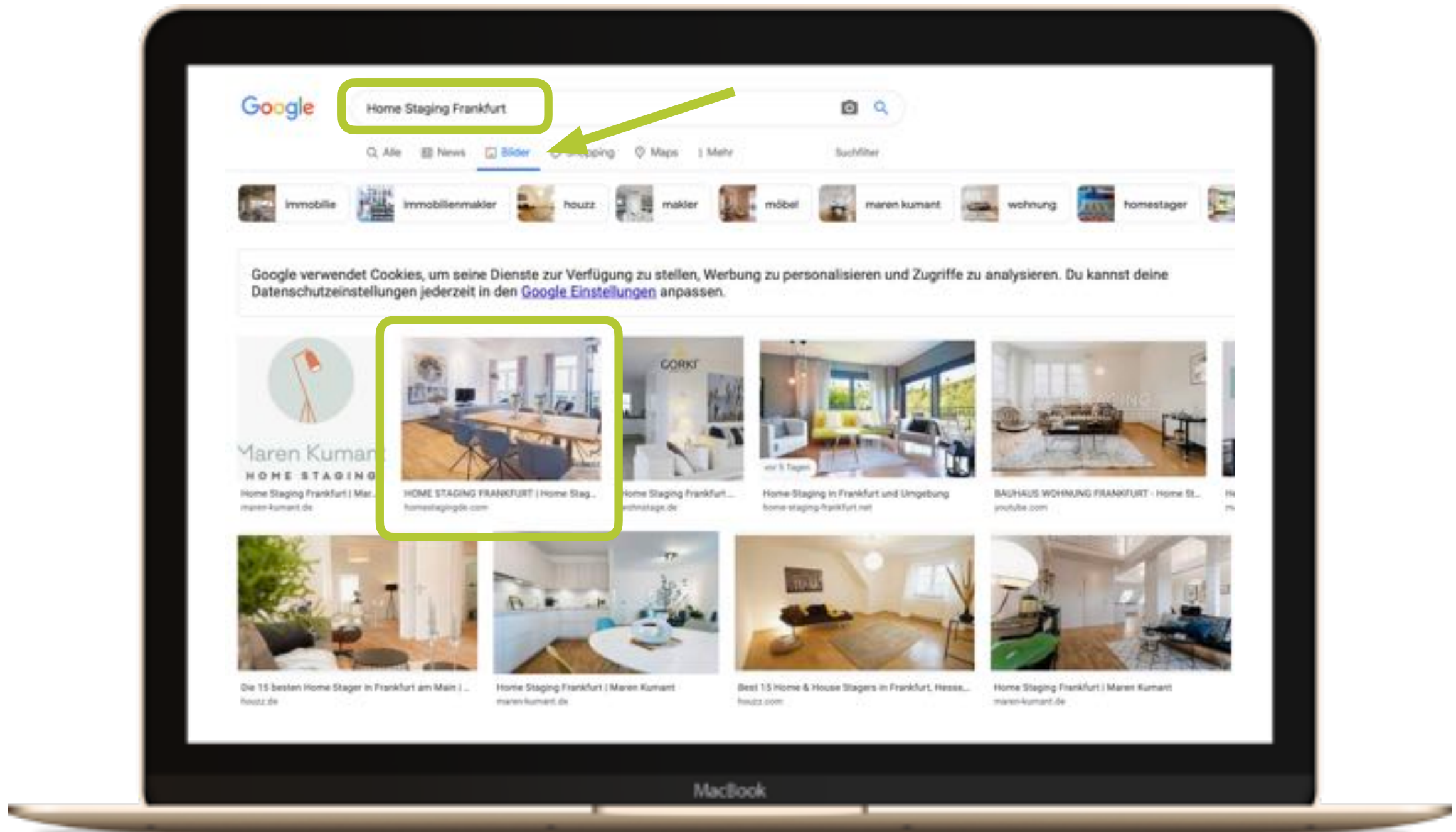
Google

Fragen beantworten



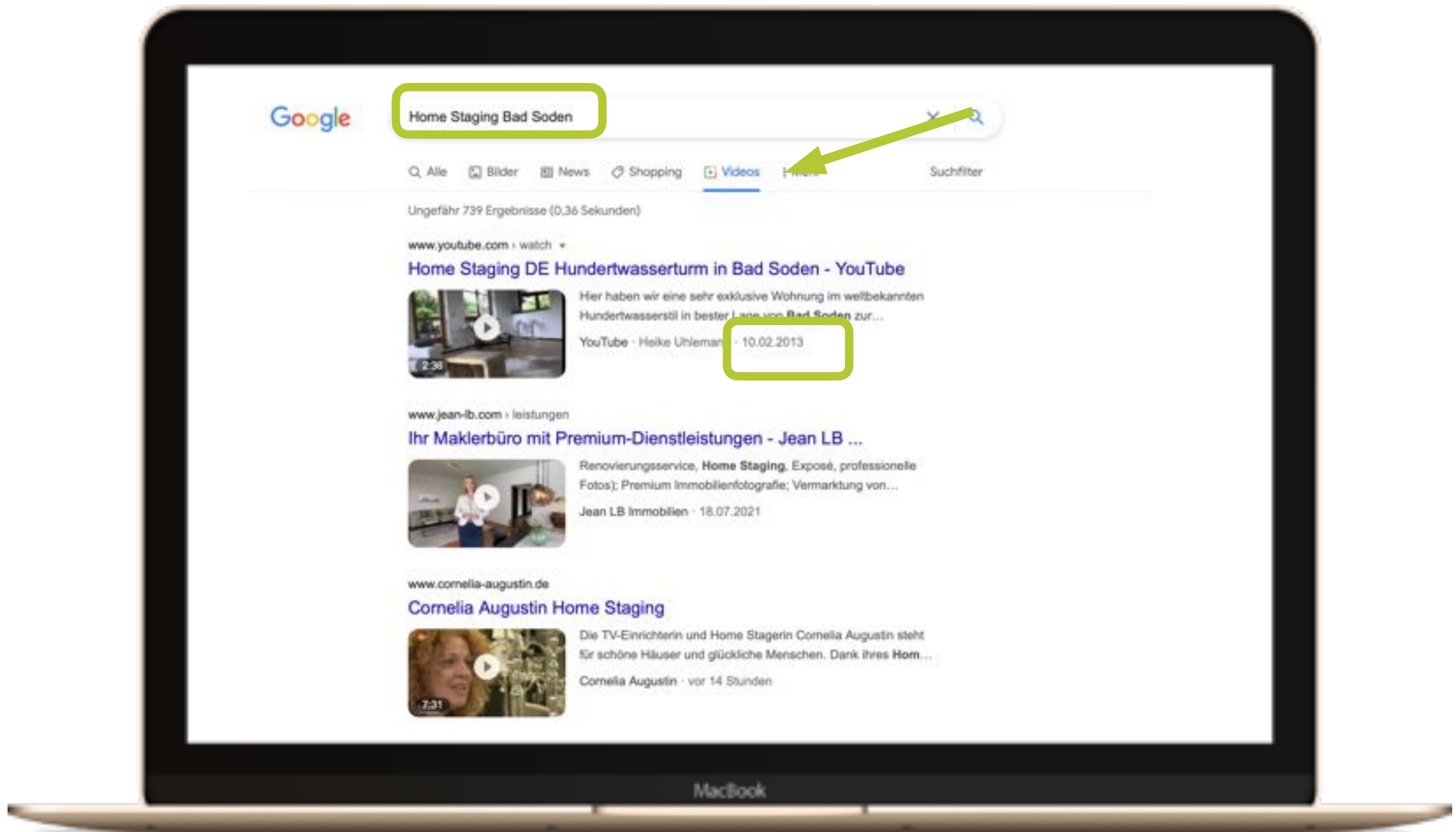
Google

Bilder **optimieren**



Google

Videos **nutzen**



SEO

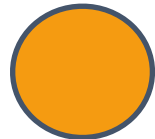
BLOG - Longtailkeywords



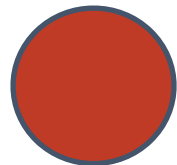
Blogartikel / Projektseiten nutzen



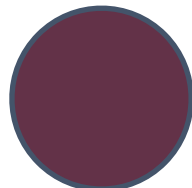
ein Keyword pro Artikel / Seite



für Keyword Varianten neuer Artikel,
z.B. Artikel 1: Einrichten nach Feng Shui
Artikel 2: Feng Shui Einrichtung,
Artikel 3: Feng Shui Wohnberatung Frankfurt,



Priorität 1: **guter Inhalt**
Vorteil: Google liebt **neue Inhalte**
Achtung : **kein doppelter Content**



RECHERCHE:

je spezifischer, je zielgerichteter umso erfolgreicher
keyword planer :

https://ads.google.com/intl/de_de/home/tools/keyword-planner/



F

R

A

G

E

N

?

?

E-Mail Marketing

Warum ?

hast du seine Mailadresse,
dann kannst Du

- Besucher immer wieder kontaktieren
- eine Beziehung /Vertrauen aufbauen
- traffic / Besuche auf Knopfdruck erzeugen
- im Gedächtnis bleiben
- da sein, wenn Besucher „soweit“ ist

auf Wunsch sogar vollautomatisch

98% aller Webseitenbesucher
verlassen die Seite **ohne Aktion**



E-Mail Marketing

WIE? **Der Ablauf**



10 - 20% tragen sich ein -
durchschnittliche Conversionrate

Besucher kommt auf die Webseite...

... bekommt ein interessantes
Geschenk angeboten (Freebie, Lead-Magnet,...)

...gibt seine E-Mail Adresse an

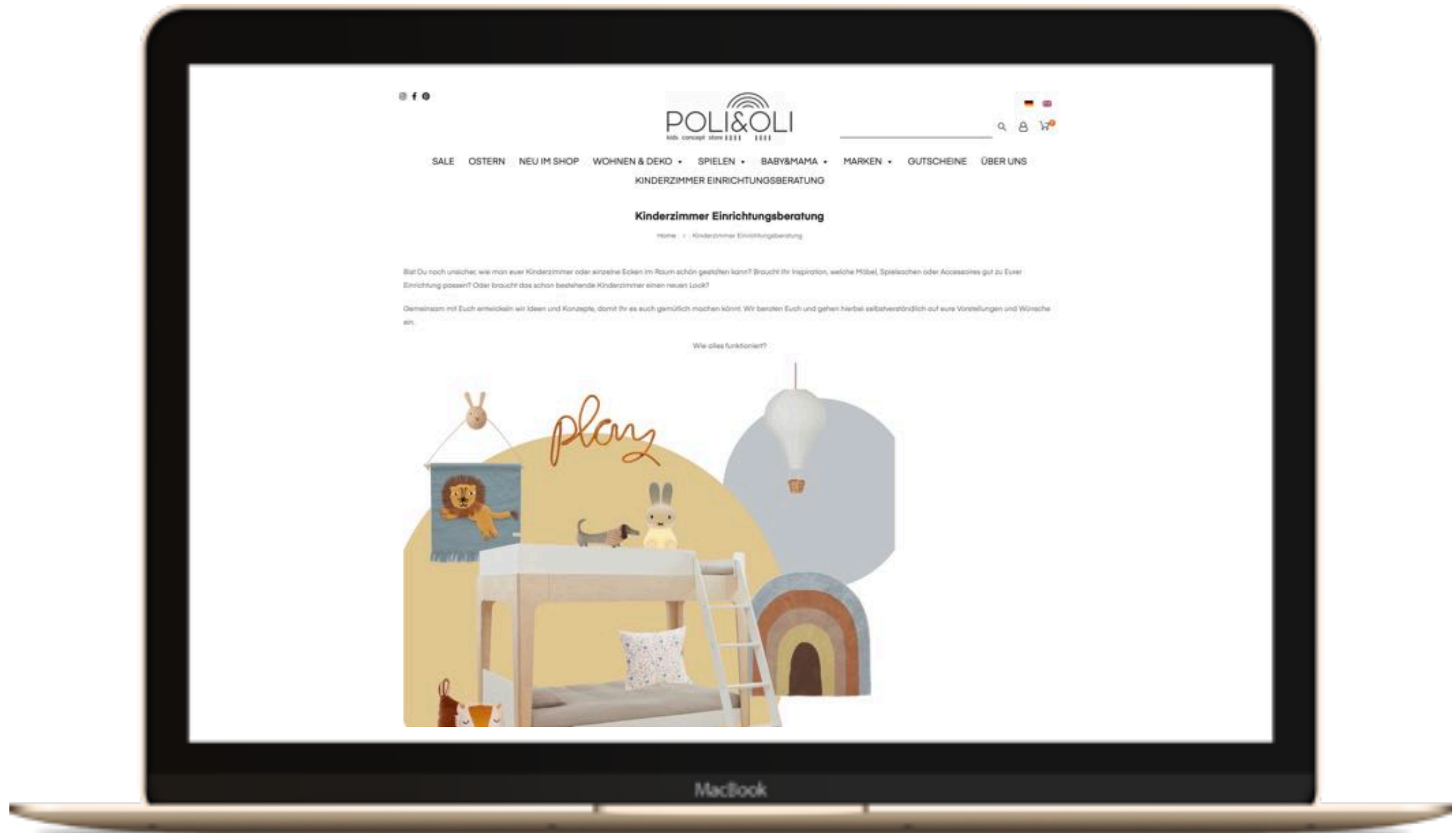
... bekommt sein „Geschenk“ (für 0,- €)

... wir können ihn immer wieder kontaktieren

Achtung! DSGVO beachten, Transparenz,
nicht *kostenlos* verwenden.

E-Mail Marketing

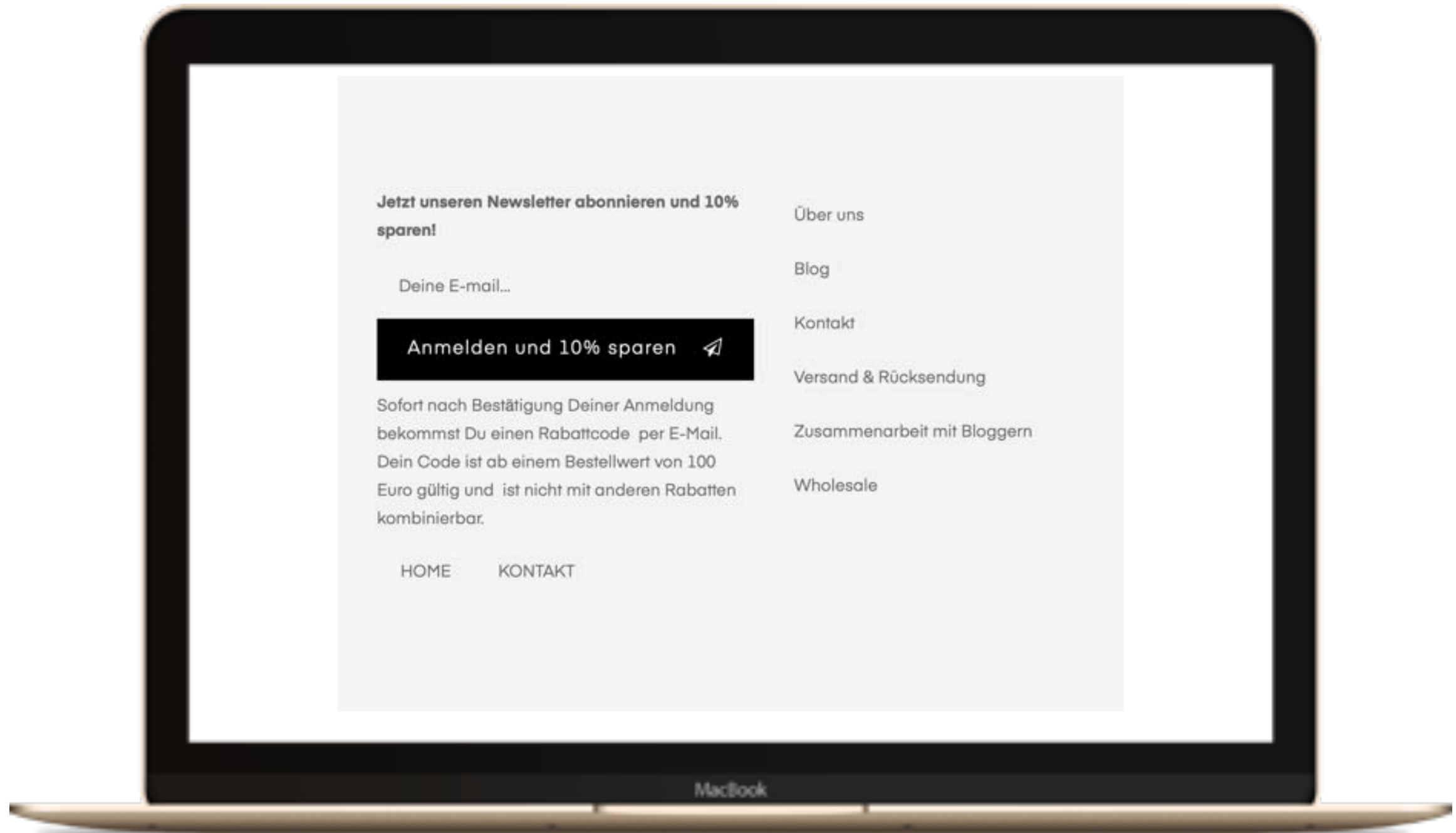
WER? Beispiele



<https://poliandoli.de/kinderzimmer-einrichtungsberatung/>

E-Mail Marketing

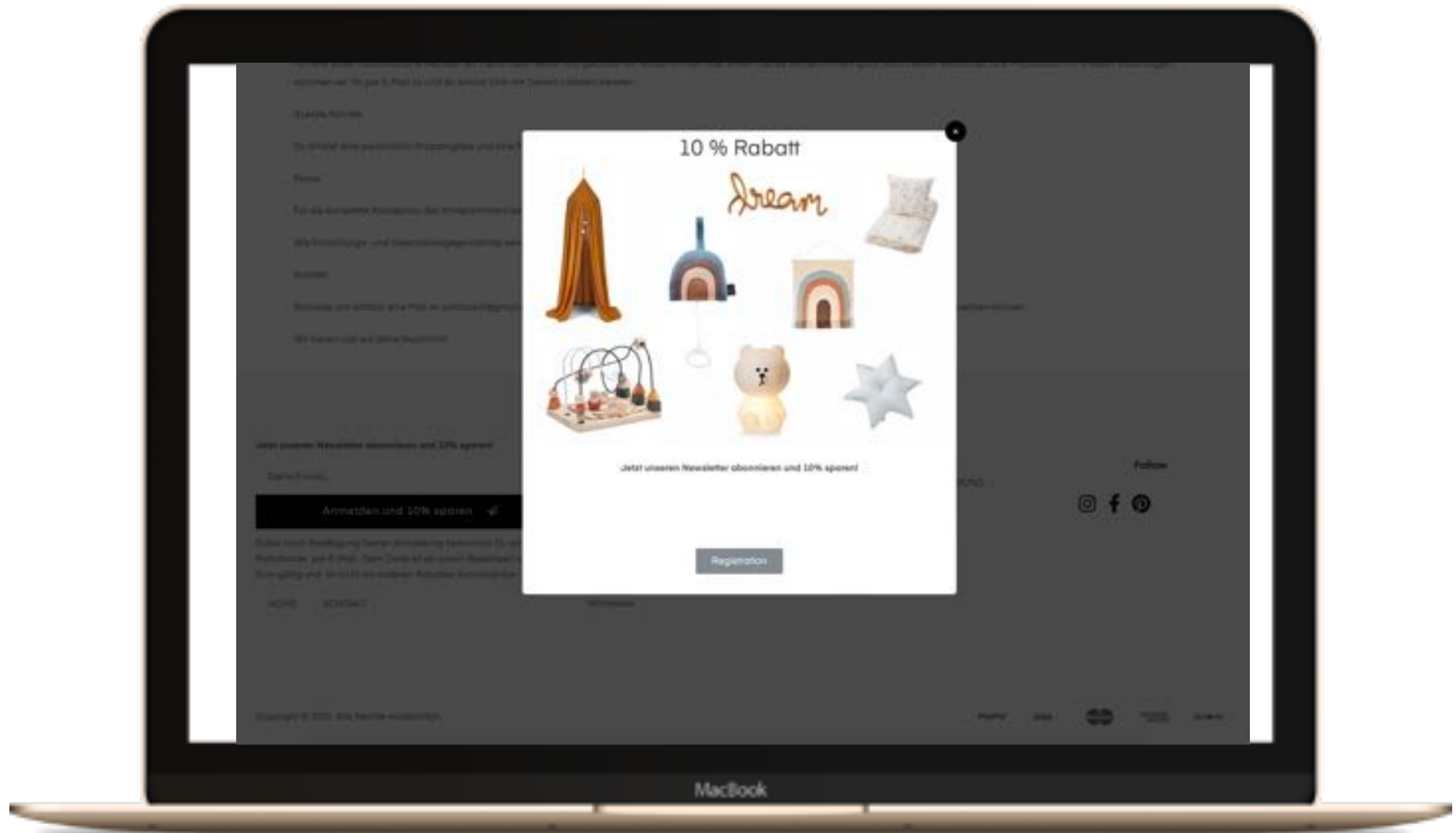
Beispiel: **Finanzieller Anreiz**



<https://poliandoli.de/kinderzimmer-einrichtungsberatung/>

E-Mail Marketing

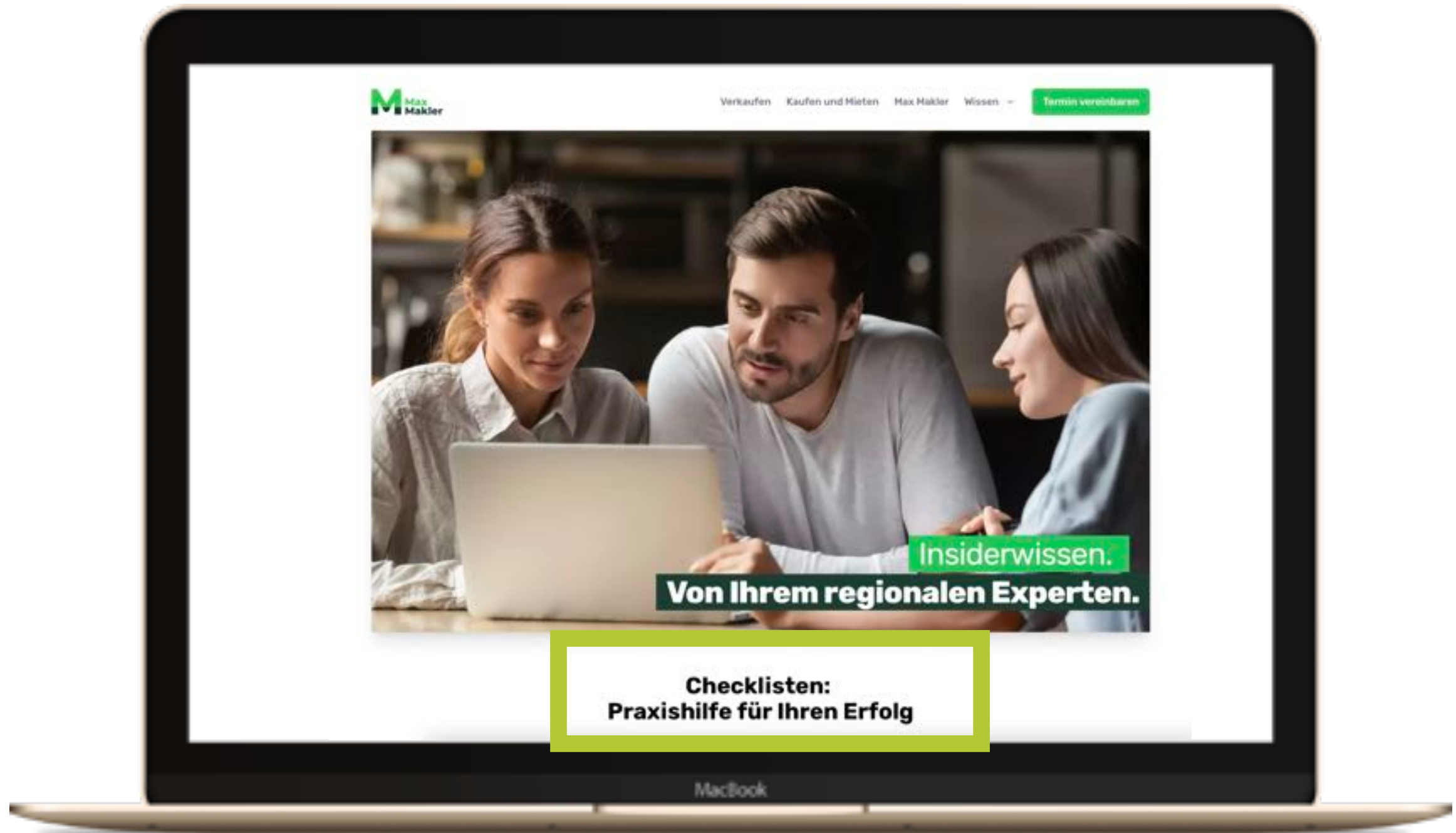
Beispiel: **Finanzieller Anreiz** - POP-UP



<https://poliandoli.de/kinderzimmer-einrichtungsberatung/>

E-Mail Marketing

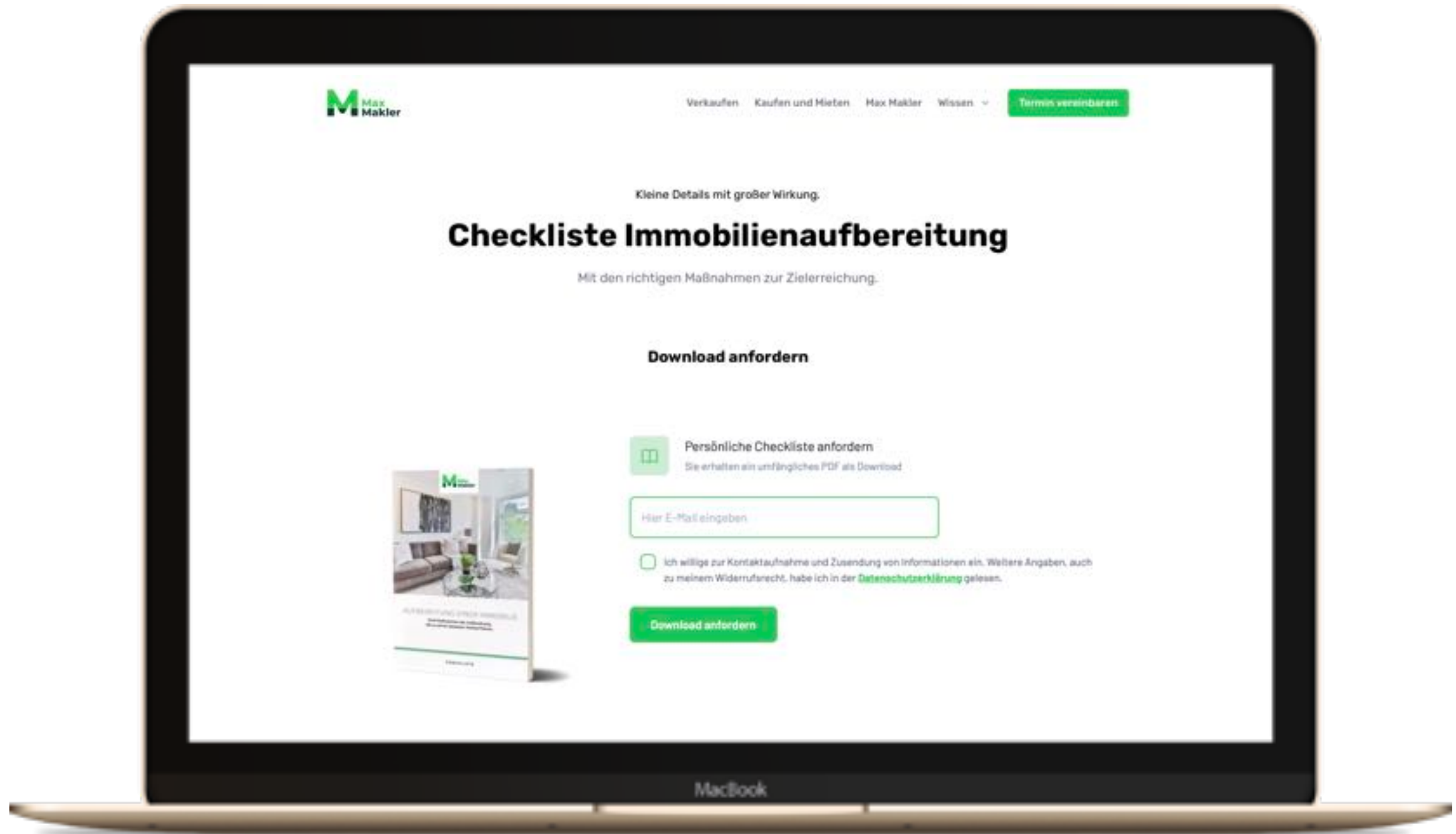
Beispiel: Makler Checkliste



<https://max-makler.de/de/checkliste/>

E-Mail Marketing

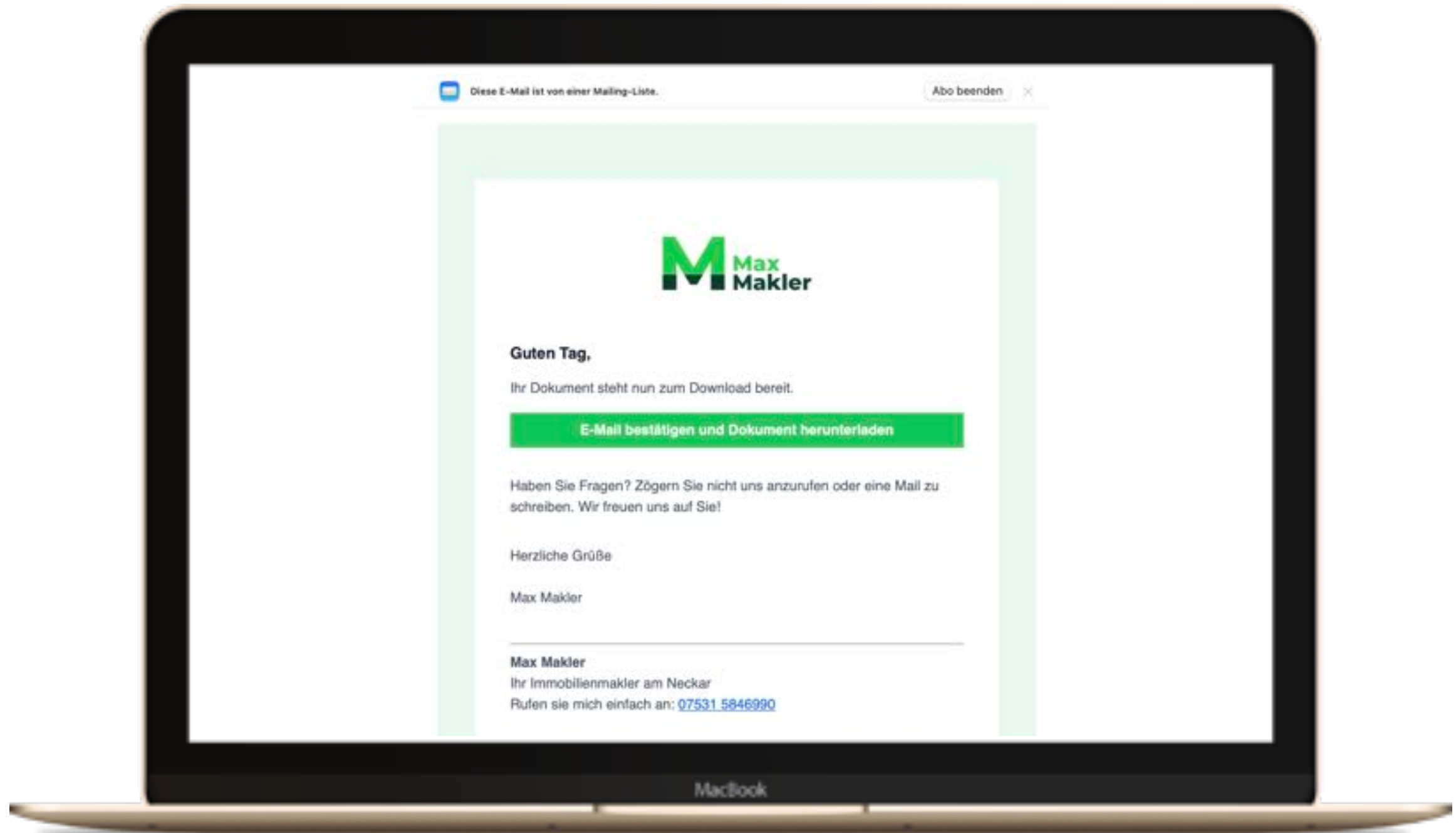
Beispiel: Makler Checkliste



<https://max-makler.de/de/checkliste/immobilienaufbereitung>

E-Mail Marketing

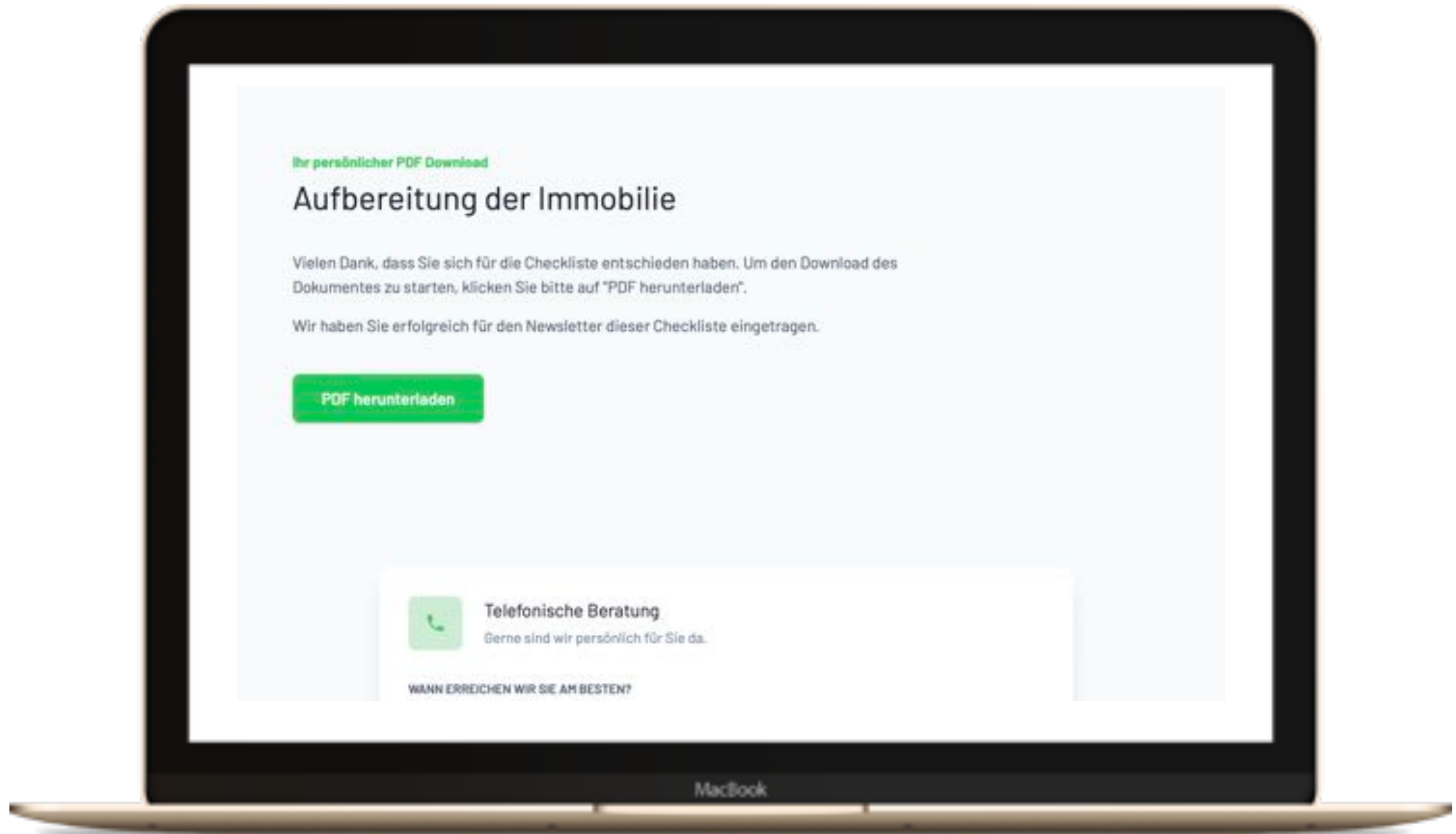
Beispiel: **Makler Checkliste** - Eingang E-Mail Postfach



<https://max-makler.de/de/checkliste/immobilienaufbereitung>

E-Mail Marketing

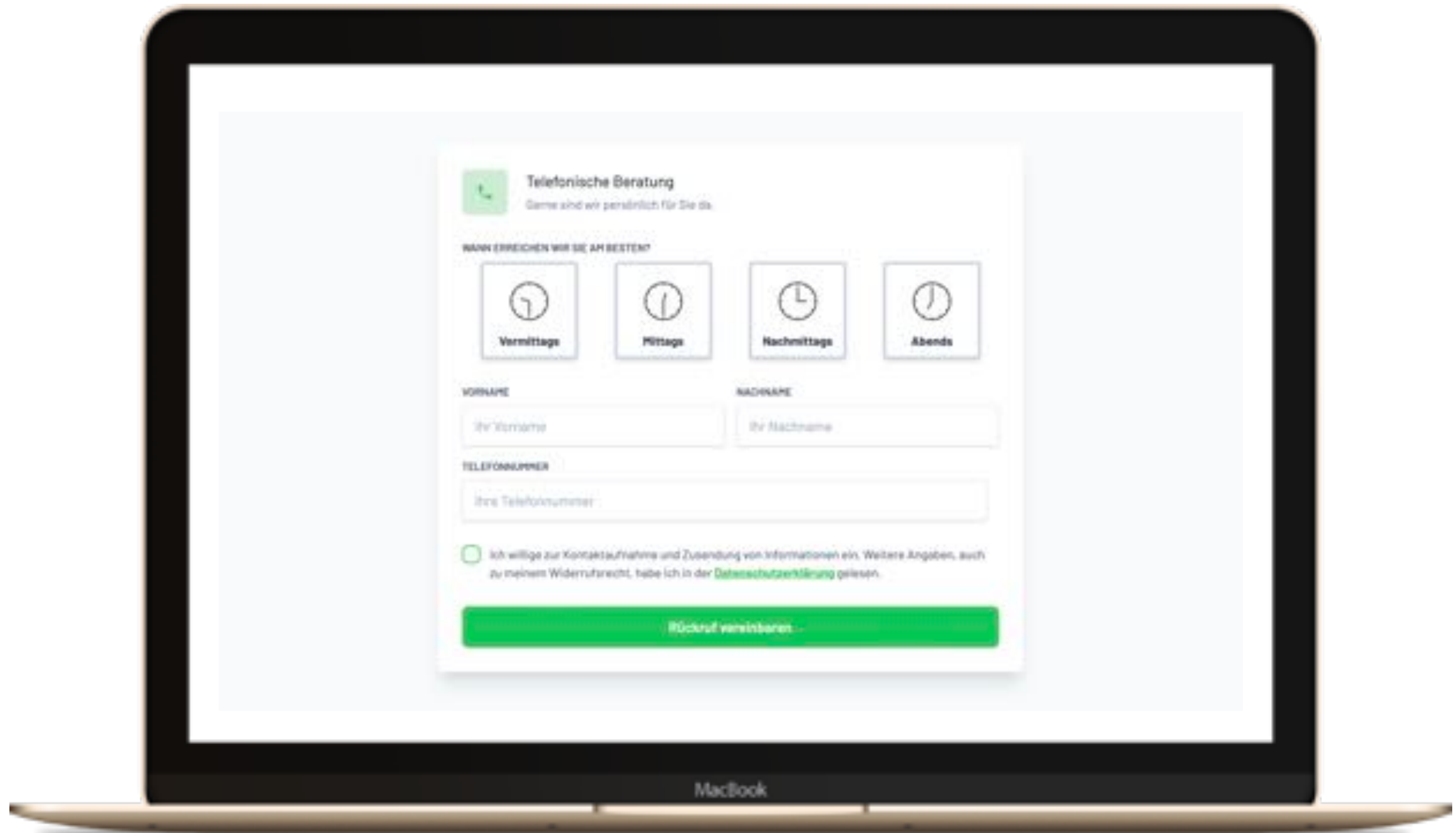
Beispiel: Makler Checkliste - Dankeseite 1



<https://max-makler.de/de/checkliste/immobilienaufbereitung>

E-Mail Marketing

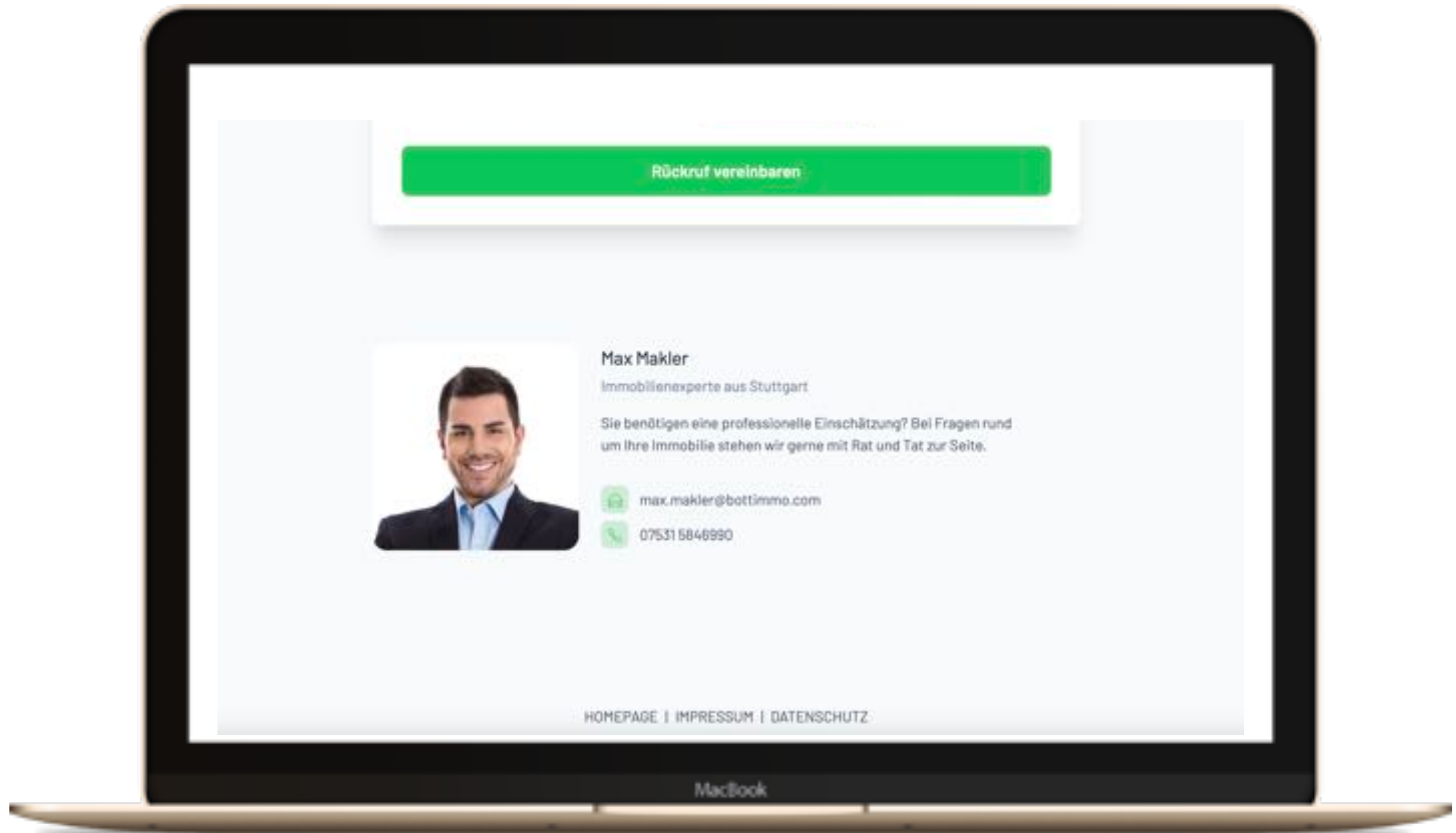
Beispiel: Makler Checkliste - Dankeseite 2



<https://max-makler.de/de/checkliste/immobilienaufbereitung>

E-Mail Marketing

Beispiel: Makler Checkliste - Dankeseite 3



<https://max-makler.de/de/checkliste/immobilienaufbereitung>

E-Mail Marketing

Beispiel: Makler Checkliste - Checkliste 1



<https://max-makler.de/de/checkliste/immobilienaufbereitung>

E-Mail Marketing

Beispiel: **Makler Checkliste** - Checkliste 2



<https://max-makler.de/de/checkliste/immobilienaufbereitung>

Double Opt-In Prozess

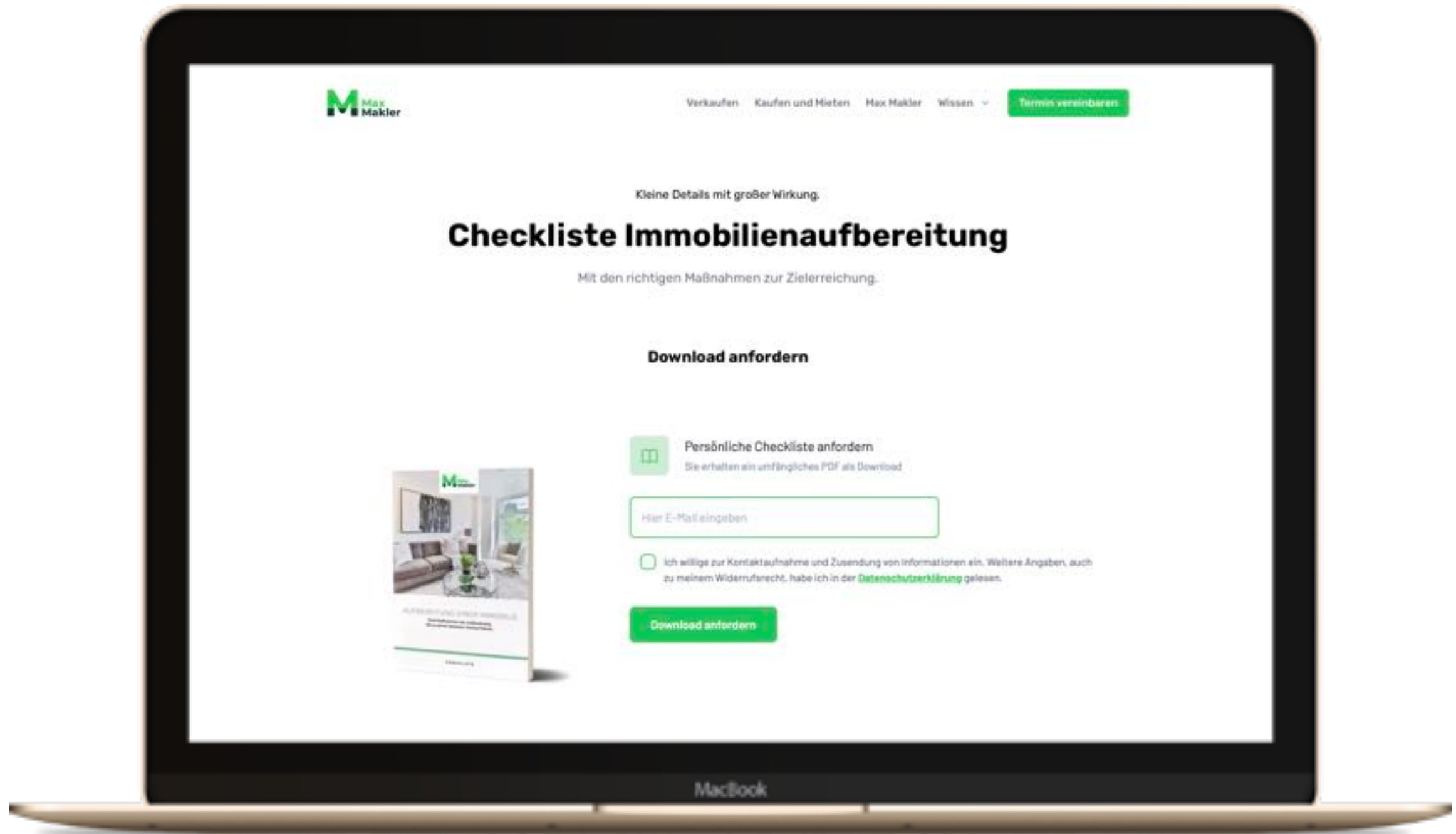
Ablauf **rechtssicher** gestalten

<https://www.mayoris.com/blog/datenschutz-das-neue-dsg-in-der-schweiz-im-vergleich-zur-dsgvo-in-der-eu/>



E-Mail Marketing

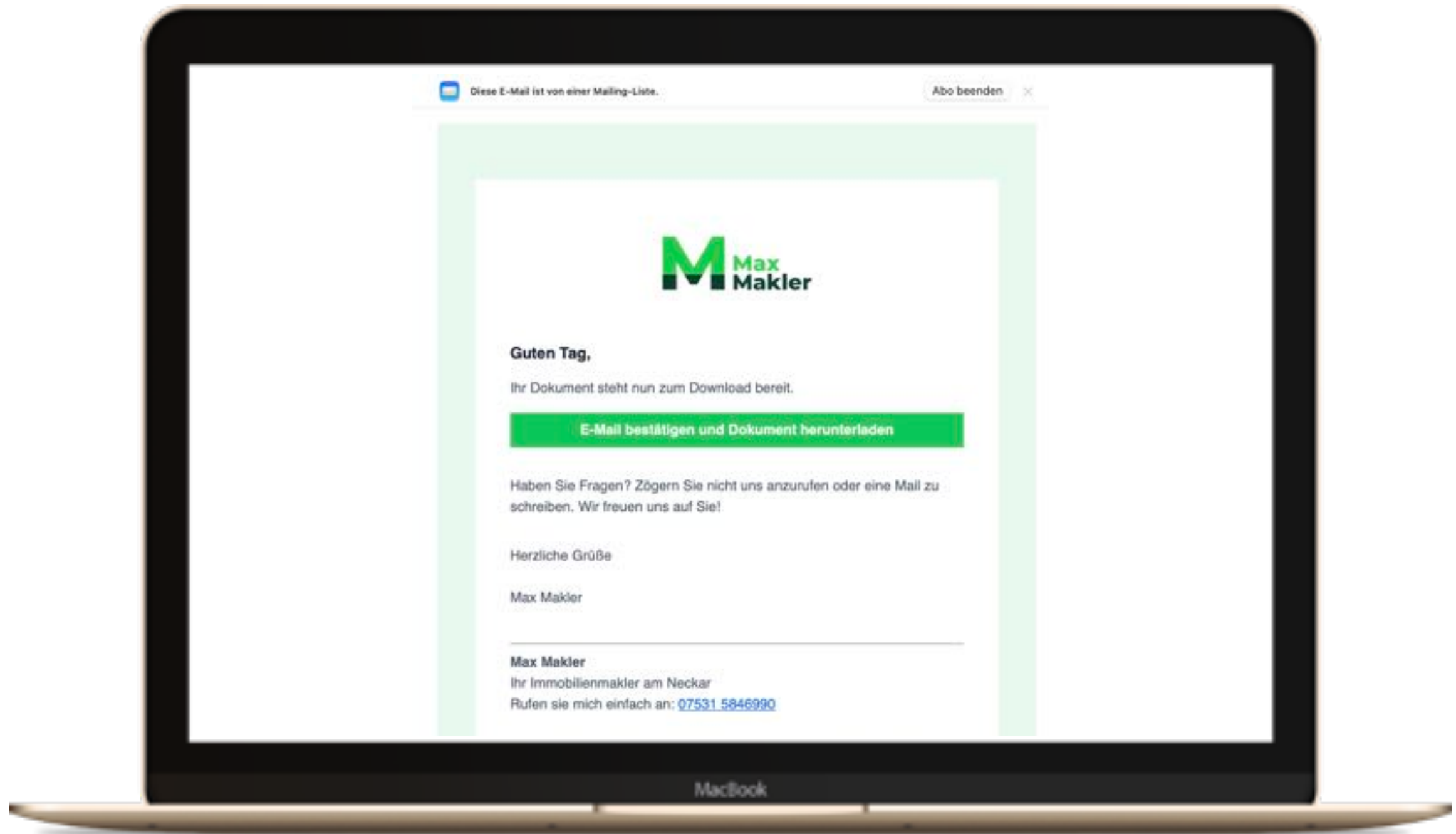
Beispiel: Makler Checkliste



<https://max-makler.de/de/checkliste/immobilienaufbereitung>

E-Mail Marketing

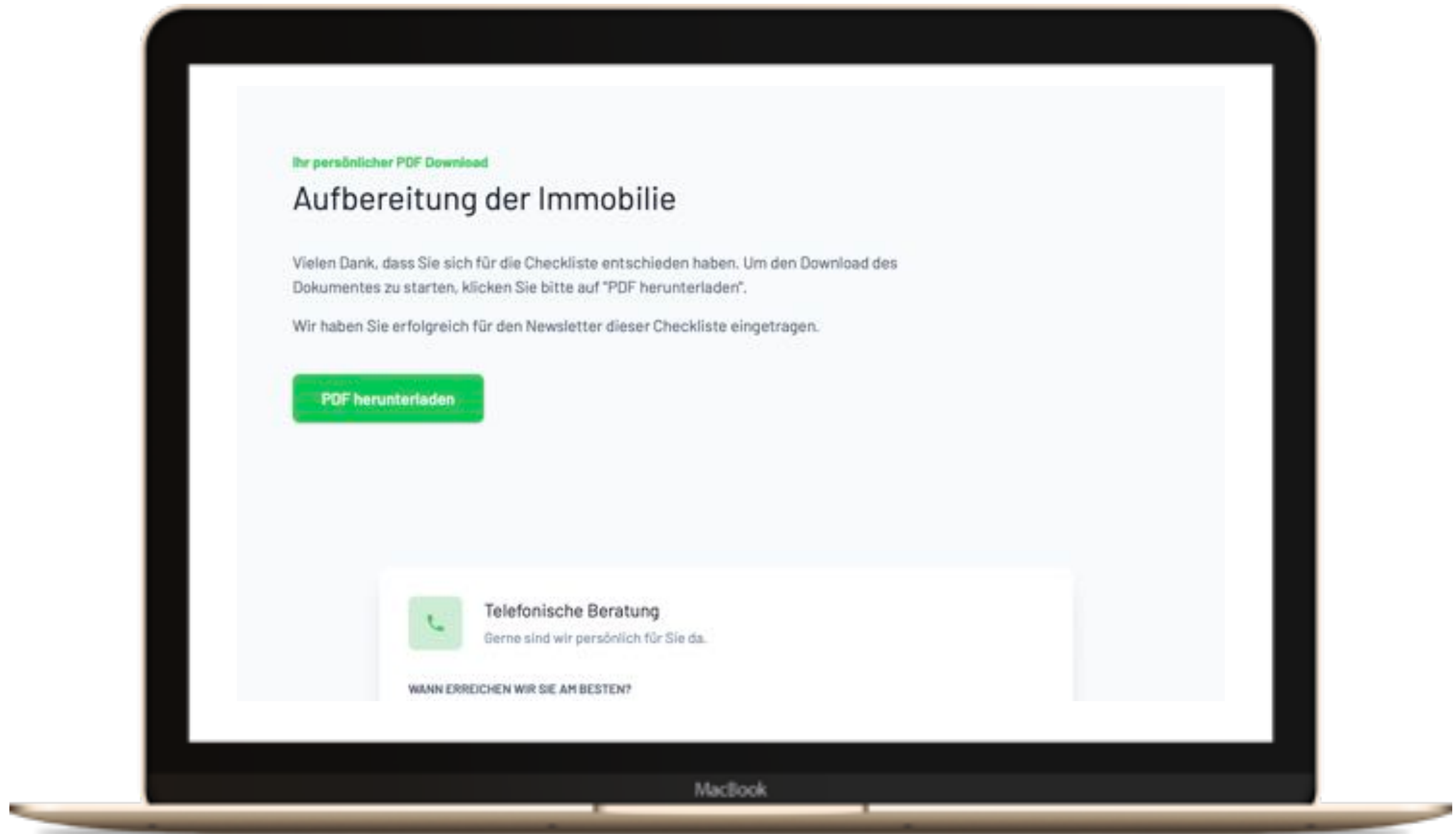
Beispiel: **Makler Checkliste** - Eingang E-Mail Postfach



<https://max-makler.de/de/checkliste/immobilienaufbereitung>

E-Mail Marketing

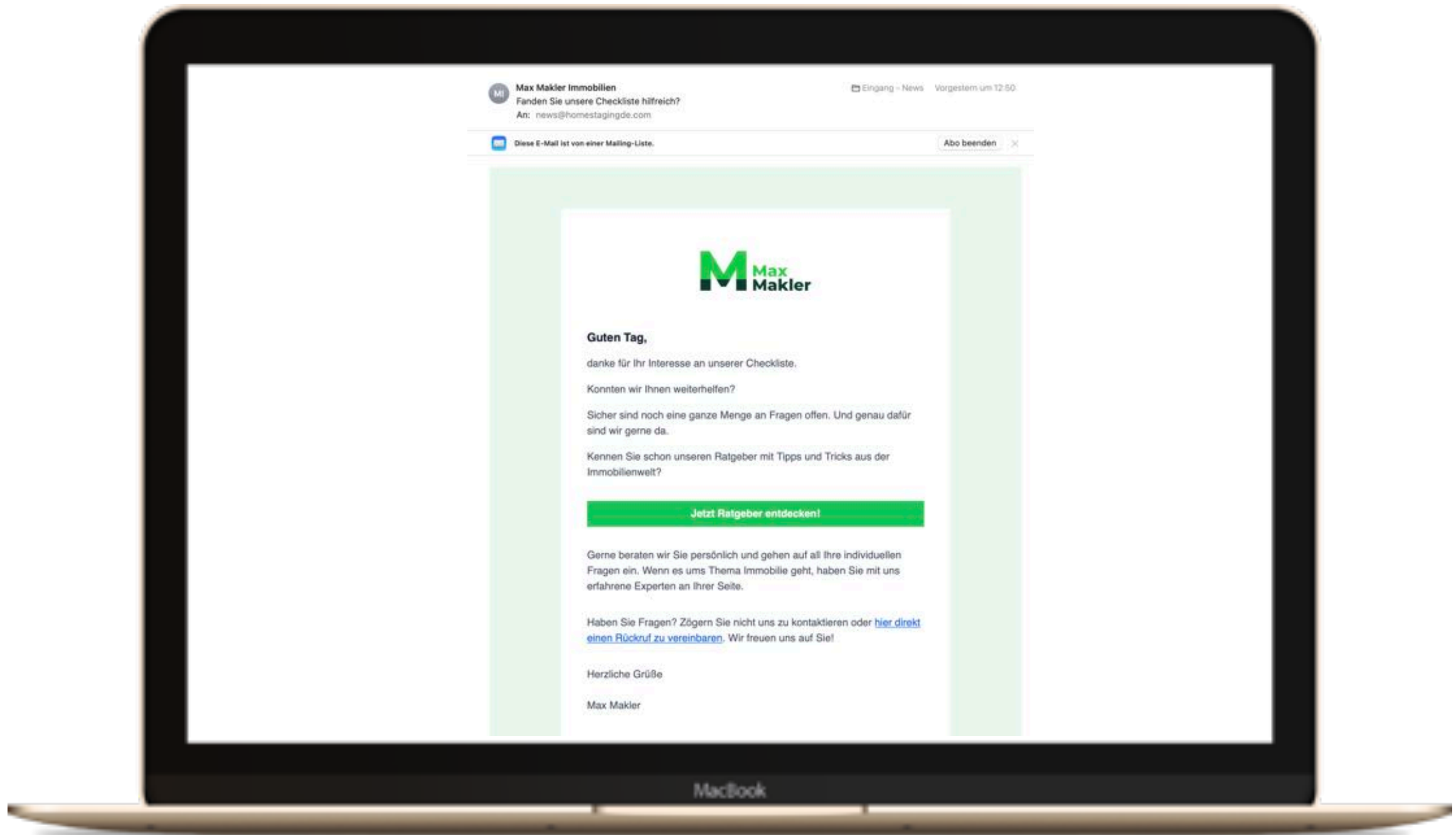
Beispiel: Makler Checkliste - Dankeseite 1



<https://max-makler.de/de/checkliste/immobilienaufbereitung>

E-Mail Marketing

Beispiel: **Makler Checkliste** - nächste E-Mail



<https://max-makler.de/de/checkliste/immobilienaufbereitung>

Brainstorming

Welche Freebies sind für **Home Staging** und Interior Design vorstellbar?

Checkliste

So bereiten Sie ihre Immobilie
für den anstehenden Verkauf vor

Checkliste

Besichtigung perfekt vorbereiten

VERTRAULICH

So funktioniert unser Partnerprogramm

Online-Rechner

Welches Steigerungspotential
hat Ihre Immobilie



die 5 ultimativen Tipps für
mehr Ordnung
im Kinderzimmer

meine Top 10 Tipps für bessere
Gästebewertungen

Checkliste :
Schritt-für-Schritt zum
gemütlichen Wohnzimmer

Meine 7 besten Einkaufsquellen
für nachhaltige Kindermöbel

Dein „Geschenk“

Gib dein **Bestes**

Expertise unterstützen

Habe keine Angst
zuviel zu verraten



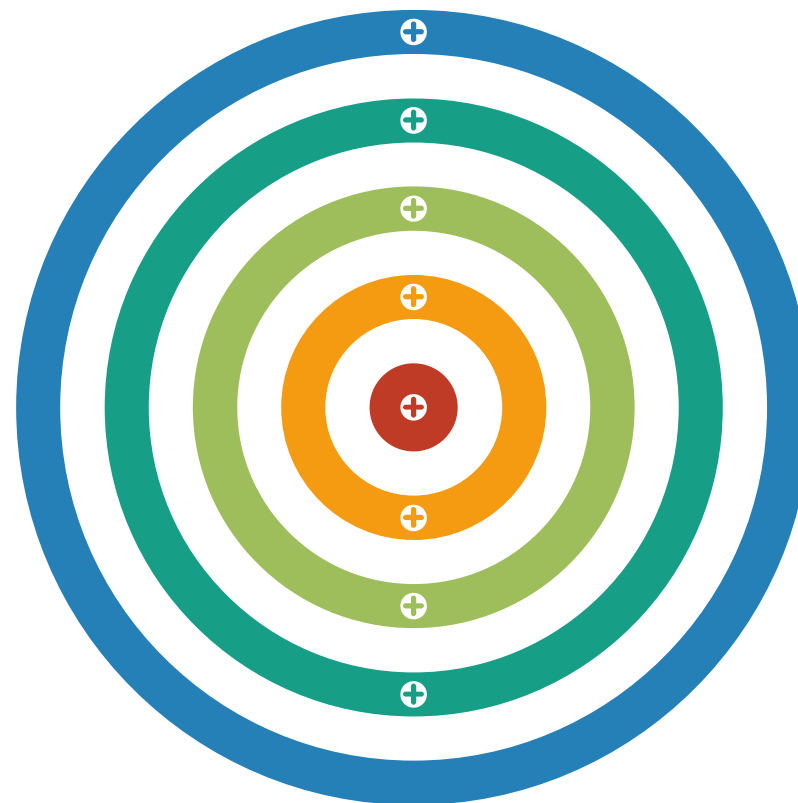
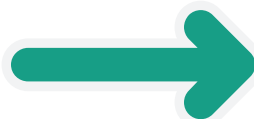
begeistern

Übertreffe die
Erwartung



Vertrauen aufbauen

kenne das
Kundenproblem



Zielgruppen orientiert

Löse das Problem



Mehrwert liefern

keine Werbung



Gesetz der **Reziprozität**
Kunde möchte sich „revanchieren“

E-Mail Marketing

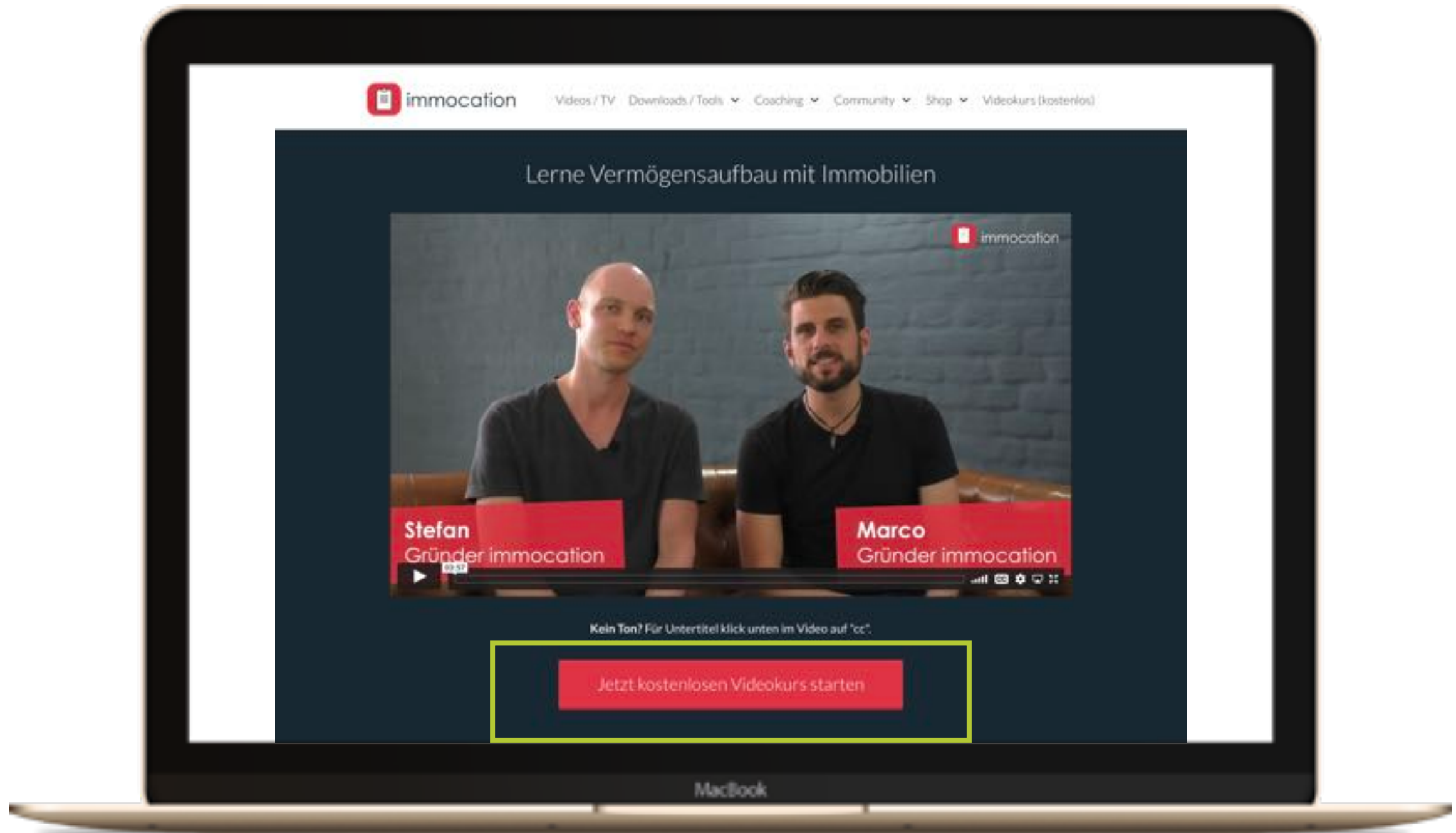
Anbieter - eigene Erfahrung Getresponse



<https://www.tooltester.com/de/blog/newsletter-tools/>

Noch mehr Praxis

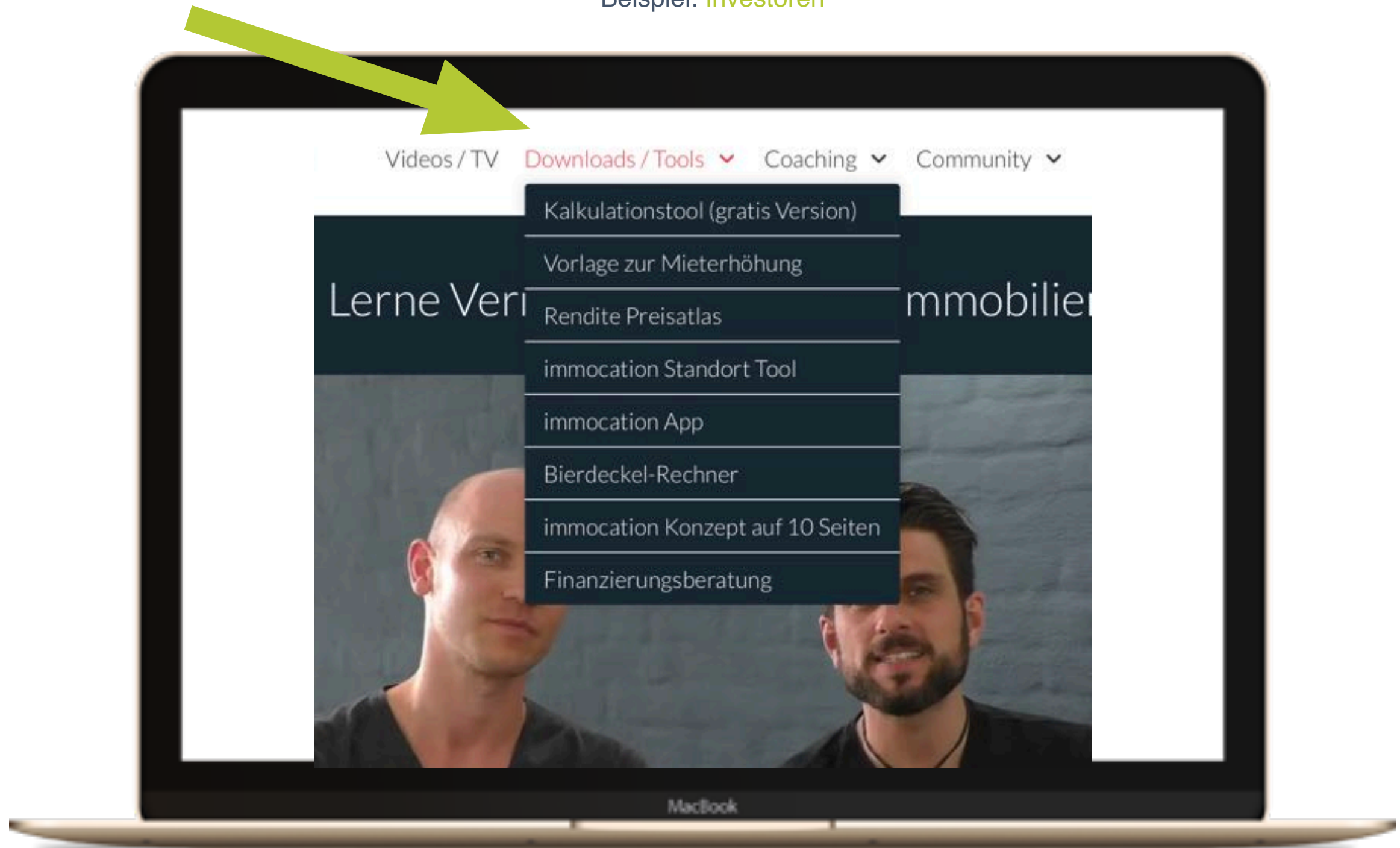
Beispiel: Investoren



<https://immocation.de>

Noch mehr Praxis

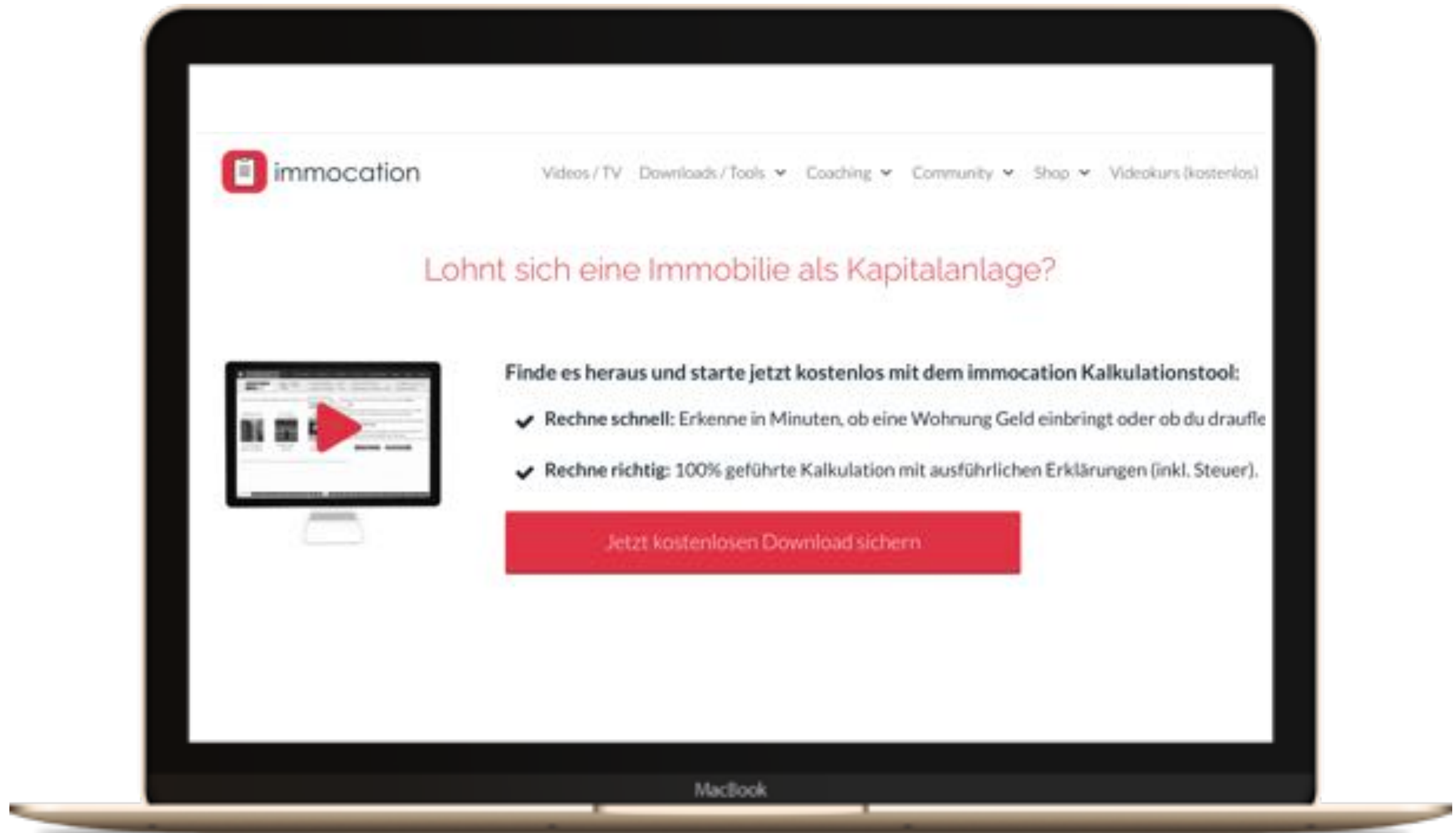
Beispiel: Investoren



<https://immocation.de>

Noch mehr Praxis

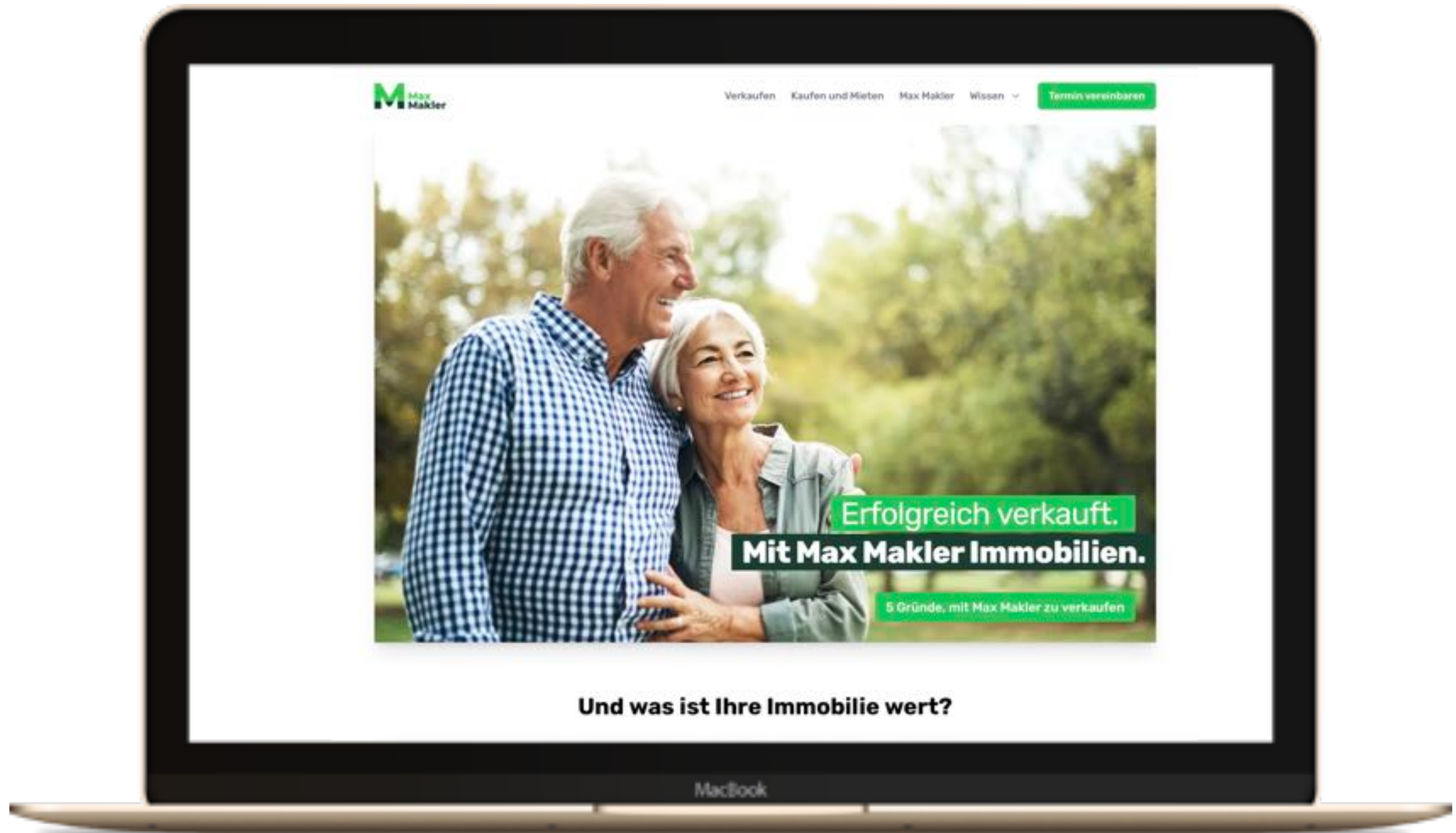
Beispiel: Investoren



<https://immocation.de>

Noch mehr Praxis

Beispiel: **Makler** Wertermittlung



<https://max-makler.de/de/>

Noch mehr Praxis

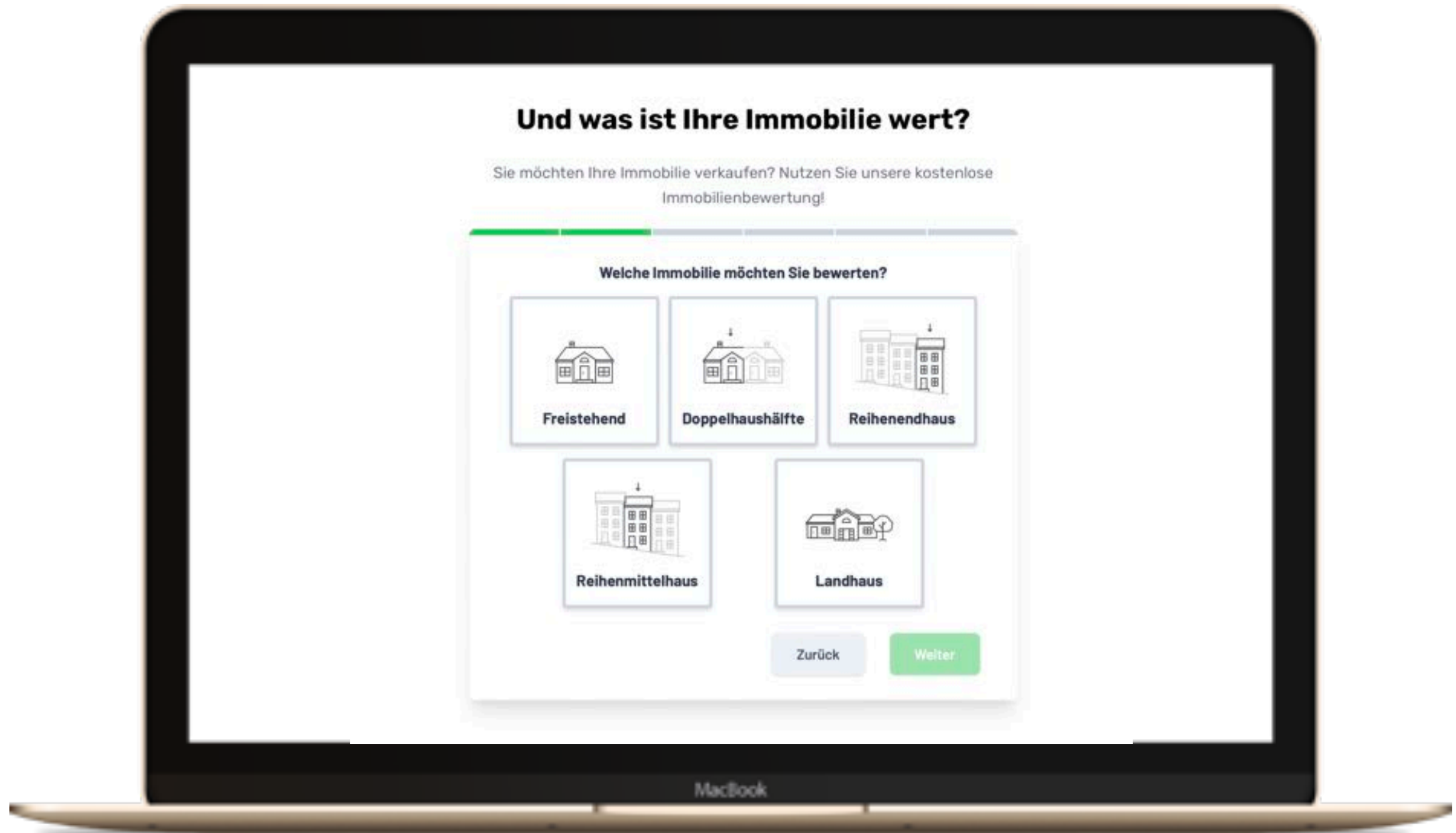
Beispiel: **Makler** Wertermittlung



<https://max-makler.de/de/>

Noch mehr Praxis

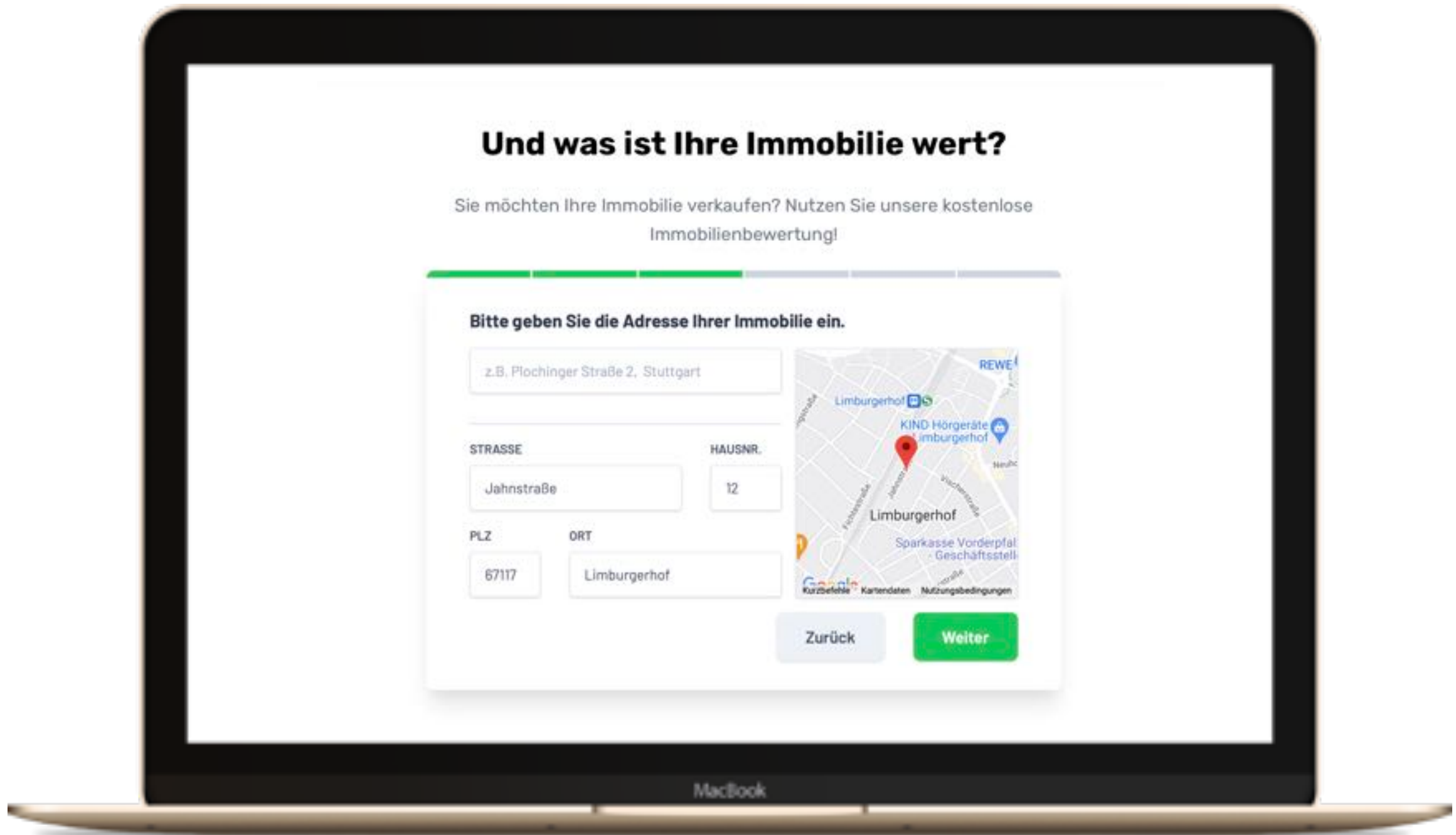
Beispiel: Makler Wertermittlung



<https://max-makler.de/de/>

Noch mehr Praxis

Beispiel: Makler Wertermittlung



The laptop screen shows a web form titled "Und was ist Ihre Immobilie wert?". Below the title is a sub-header: "Sie möchten Ihre Immobilie verkaufen? Nutzen Sie unsere kostenlose Immobilienbewertung!". The form asks the user to enter the address of their property. It includes a text input field with a placeholder "z.B. Plochingen Straße 2, Stuttgart". Below this, there are four input fields: "STRASSE" (containing "Jahnstraße"), "HAUSNR." (containing "12"), "PLZ" (containing "67117"), and "ORT" (containing "Limburgerhof"). To the right of these fields is a map showing the location of Limburgerhof. At the bottom of the form are two buttons: "Zurück" (grey) and "Weiter" (green). The laptop is a MacBook, as indicated by the logo at the bottom of the screen.

Und was ist Ihre Immobilie wert?

Sie möchten Ihre Immobilie verkaufen? Nutzen Sie unsere kostenlose Immobilienbewertung!

Bitte geben Sie die Adresse Ihrer Immobilie ein.

z.B. Plochingen Straße 2, Stuttgart

STRASSE: Jahnstraße HAUSNR.: 12

PLZ: 67117 ORT: Limburgerhof

Zurück Weiter

<https://max-makler.de/de/>

Noch mehr Praxis

Beispiel: **Makler** Wertermittlung

The screenshot shows a laptop screen with a web form for real estate valuation. The form is titled "Und was ist Ihre Immobilie wert?" and includes a sub-header "Sie möchten Ihre Immobilie verkaufen? Nutzen Sie unsere kostenlose Immobilienbewertung!". The form contains three main input sections: "BAUJAHR" (Year built) with a text input showing "z.B. 1990"; "ANZAHL DER ZIMMER" (Number of rooms) with a numeric input showing "6" and plus/minus buttons; "WOHNFLÄCHE" (Living area) with a slider from "10 m²" to "+ 800 m²" and a manual input field showing "160"; and "GRUNDSTÜCKSFLÄCHE" (Plot area) with a slider from "100 m²" to "+ 3000 m²" and a manual input field showing "500". At the bottom of the form are "Zurück" (Back) and "Weiter" (Next) buttons. The laptop is a MacBook, as indicated by the logo at the bottom of the screen.

<https://max-makler.de/de/>

Noch mehr Praxis

Beispiel: **Makler** Wertermittlung

Und was ist Ihre Immobilie wert?

Sie möchten Ihre Immobilie verkaufen? Nutzen Sie unsere kostenlose Immobilienbewertung!

An wen dürfen wir die Bewertung versenden?

Bitte achten Sie auf die korrekte Schreibweise Ihrer E-Mail-Adresse. **Wichtig:** Überprüfen Sie auch Ihren Spam-Ordner nach Post von max.makler@bottimmo.com.

☐ Ich willige zur Kontaktaufnahme und Zusendung von Informationen ein. Weitere Angaben, auch zu meinem Widerrufsrecht, habe ich in der [Datenschutzerklärung](#) gelesen.

E-Mail-Adresse bestätigen

Bedenke...

Marketing ist ein **Marathon** -
kein Sprint

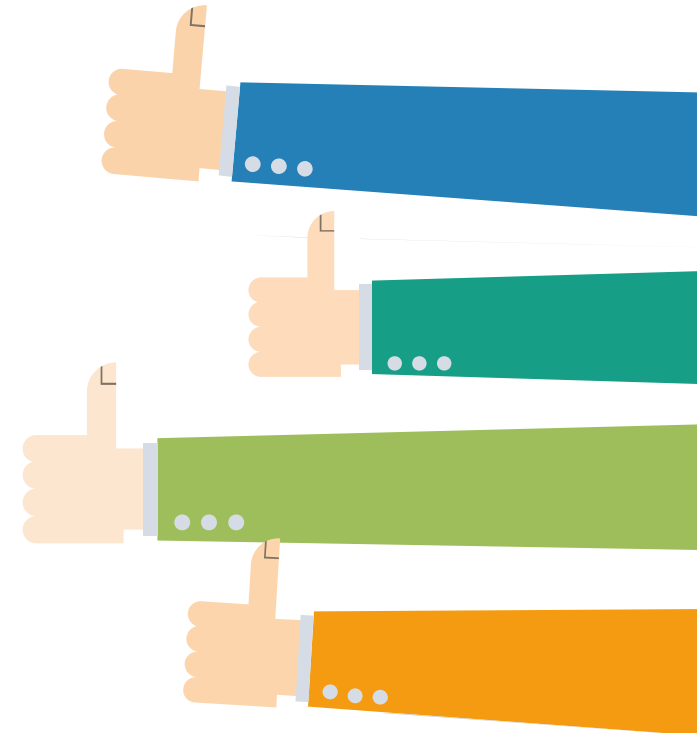


Wir benötigen im Schnitt
7 Kontakte bis es zu einem
Geschäftsabschluss kommt



1 **Ziel**
Jeder Kontakt sollte einen
CTA beinhalten
-> Handlungsaufforderung

2 **Konstanz**
dran bleiben.
Mind. einen mtl.
Newsletter versenden



Sales Funnel

Strategische Kundengewinnung

„Mini“ Funnel

-  Kunde erfährt z.B. auf Social Media von deiner Existenz
-  interessiert sich für das angebotene „Geschenk“
-  trägt sich in deinen E-Mail Verteiler ein
-  erhält das Geschenk, ist begeistert und fasst Vertrauen.
-  erhält deinen monatlichen Newsletter und Vertrauen wird weiter aufgebaut.
-  Kunde beauftragt Dich, wenn er/sie soweit ist.



Sales Funnel

Customer Journey

Aufmerksamkeit

Social Media, Blogartikel,
Podcast, PR, Radio, TV, Akquise,
Bewertungen, SEO,
Werbeanzeigen, persönliche
Empfehlung,...

Erziehung

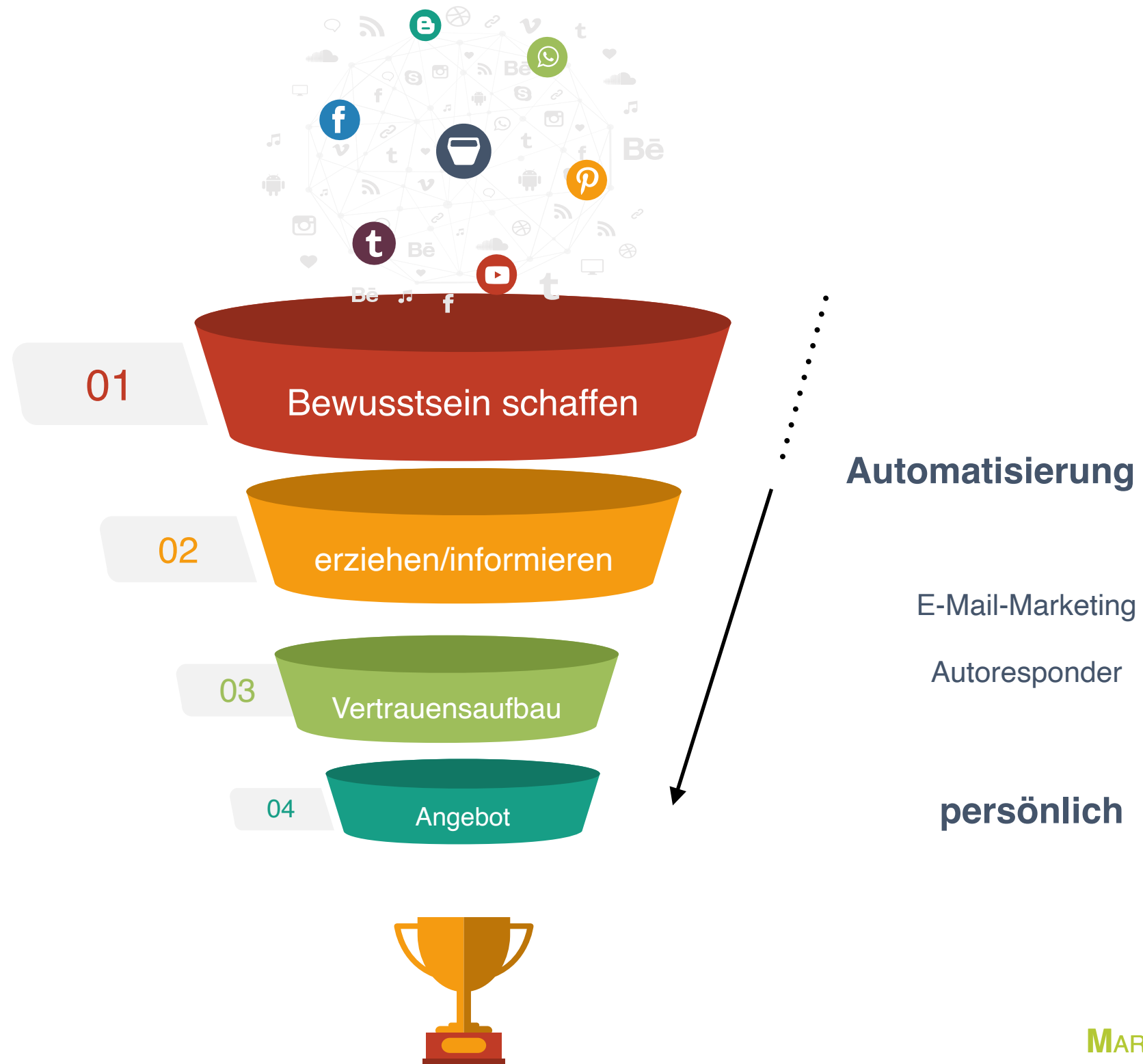
Projektbeispiele,
Videos, Erfolgsgeschichten,
Tipps, Blick hinter die Kulissen,

Vertrauen und Bindung

Bewertungen, Checklisten,
Community, Umfragen, Partner-
Programm,

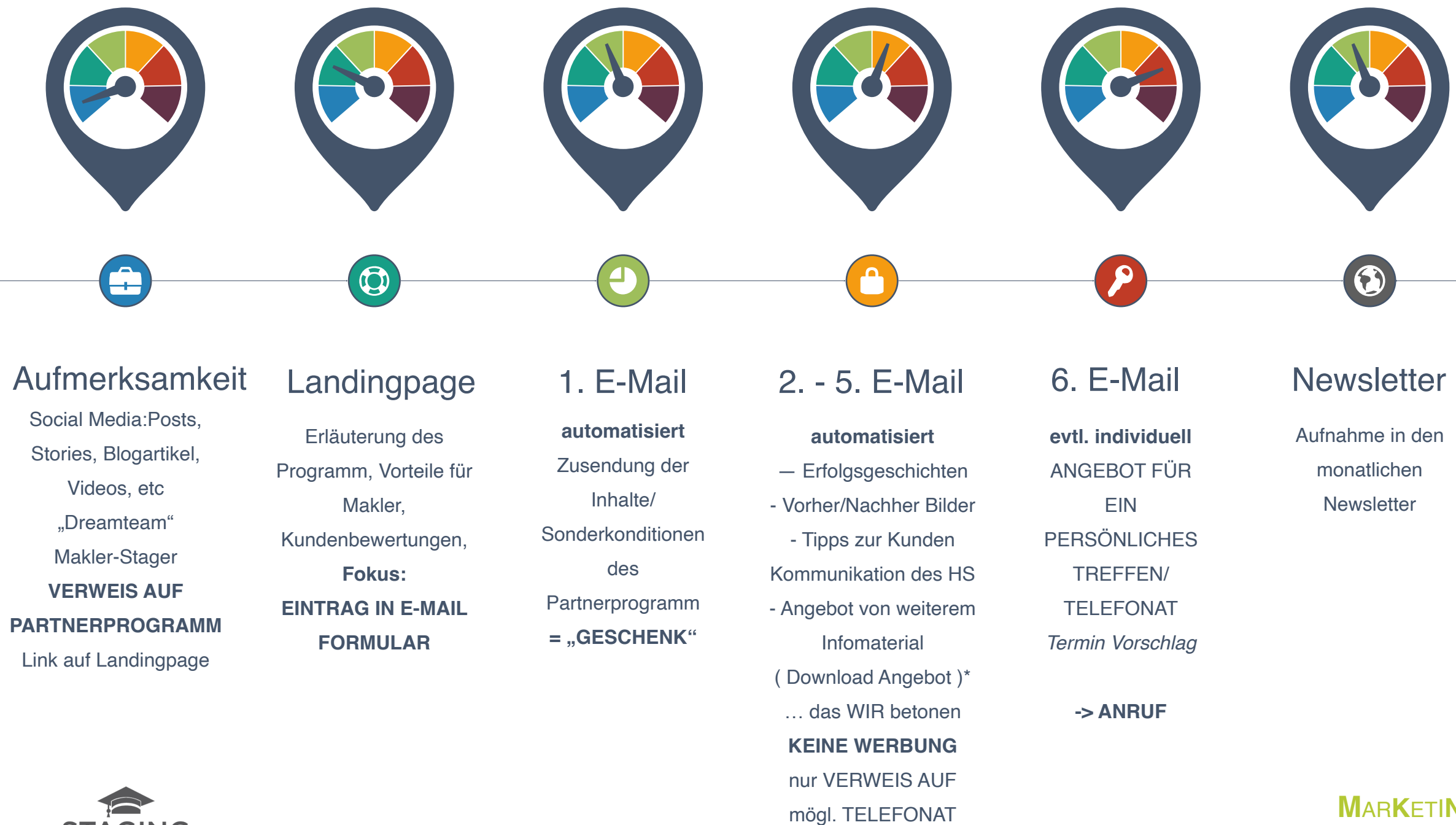
Angebot

kostenlose Erstberatung,
Gutschein, Telefonat



Sales Funnel

ENTWURF am Beispiel **Zielgruppe Geschäftlich
Makler**



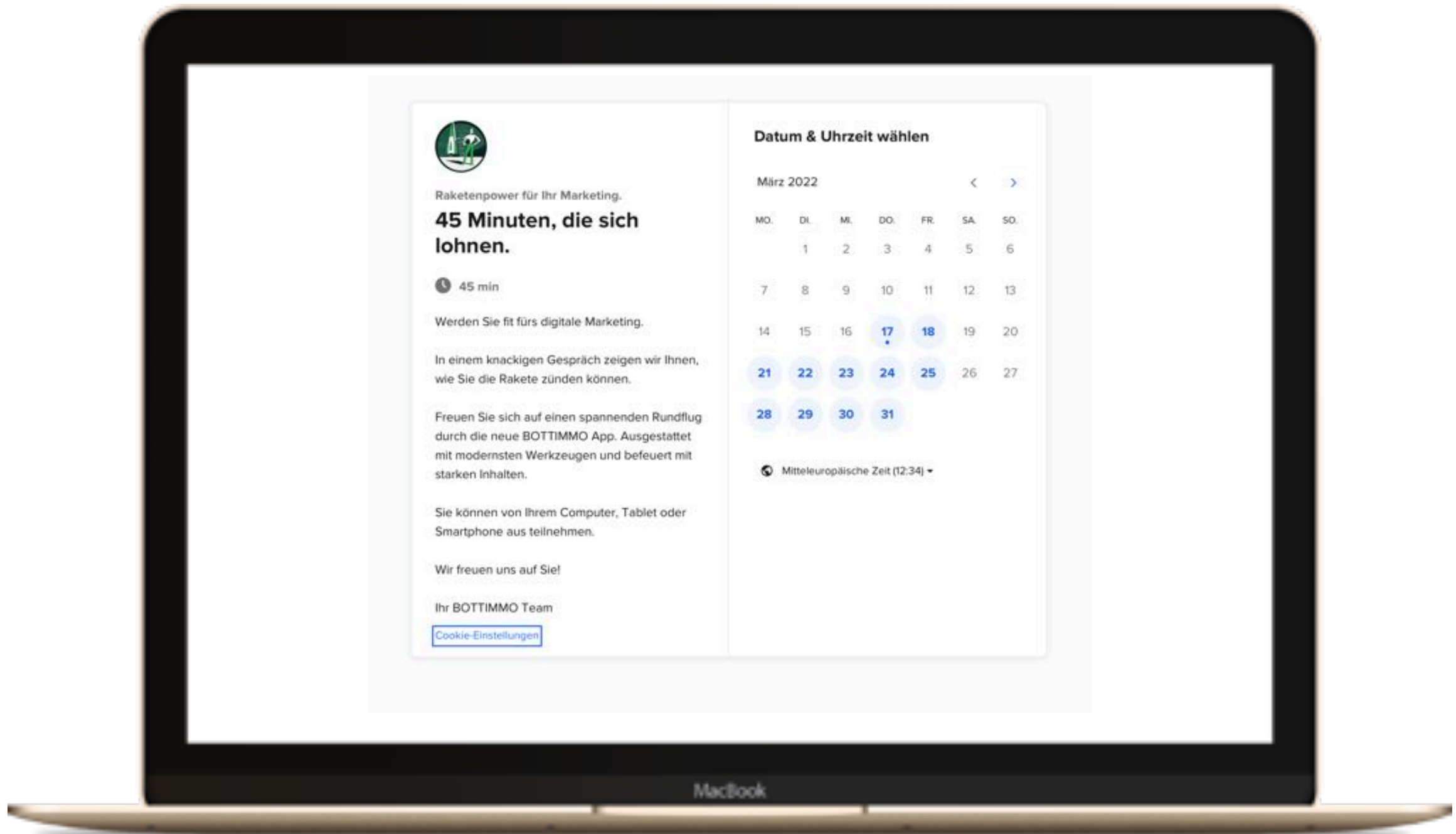
Sales Funnel

ENTWURF am Beispiel **Zielgruppe Privat Kunde**
Einrichtung Kinderzimmer



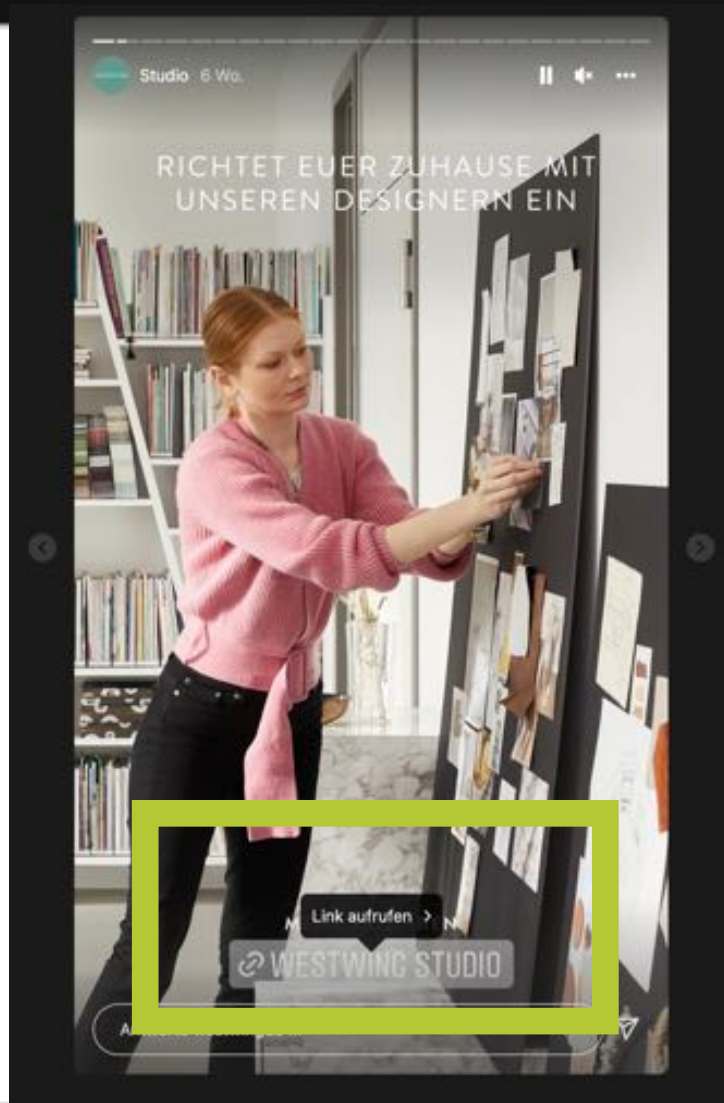
Termin Buchung

Beispiel: BOTTIMMO - **calendly**



Noch mehr Praxis

Beispiel: **Westwing** Interior Design Online Beratung



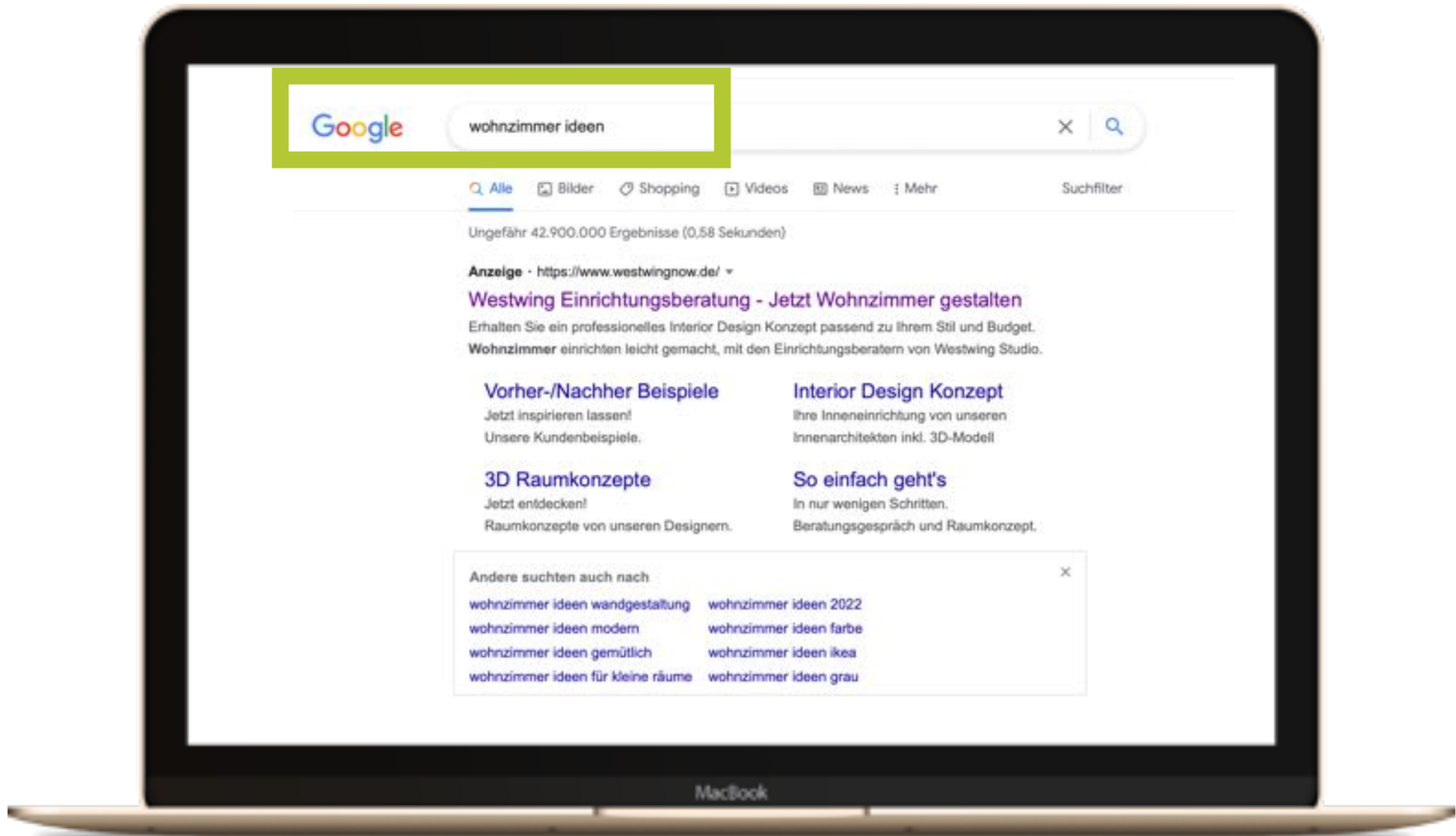
Noch mehr Praxis

Beispiel: **Westwing** Interior Design Online Beratung



Noch mehr Praxis

Beispiel: **Westwing** Interior Design Online Beratung



<https://www.westwingnow.de/m/westwingstudio/>

Noch mehr Praxis

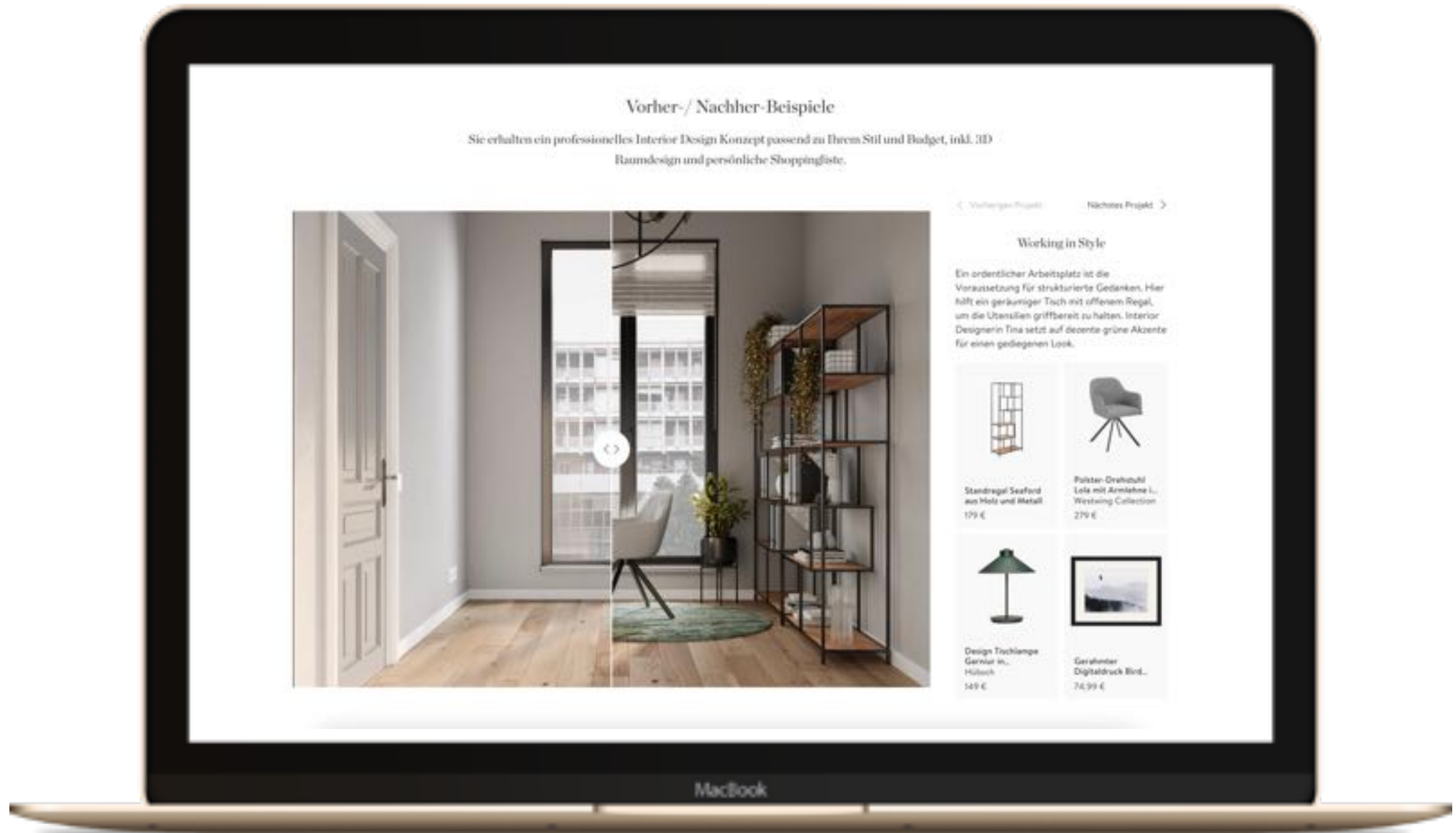
Beispiel: **Westwing** Interior Design Online Beratung



<https://www.westwingnow.de/m/westwingstudio/>

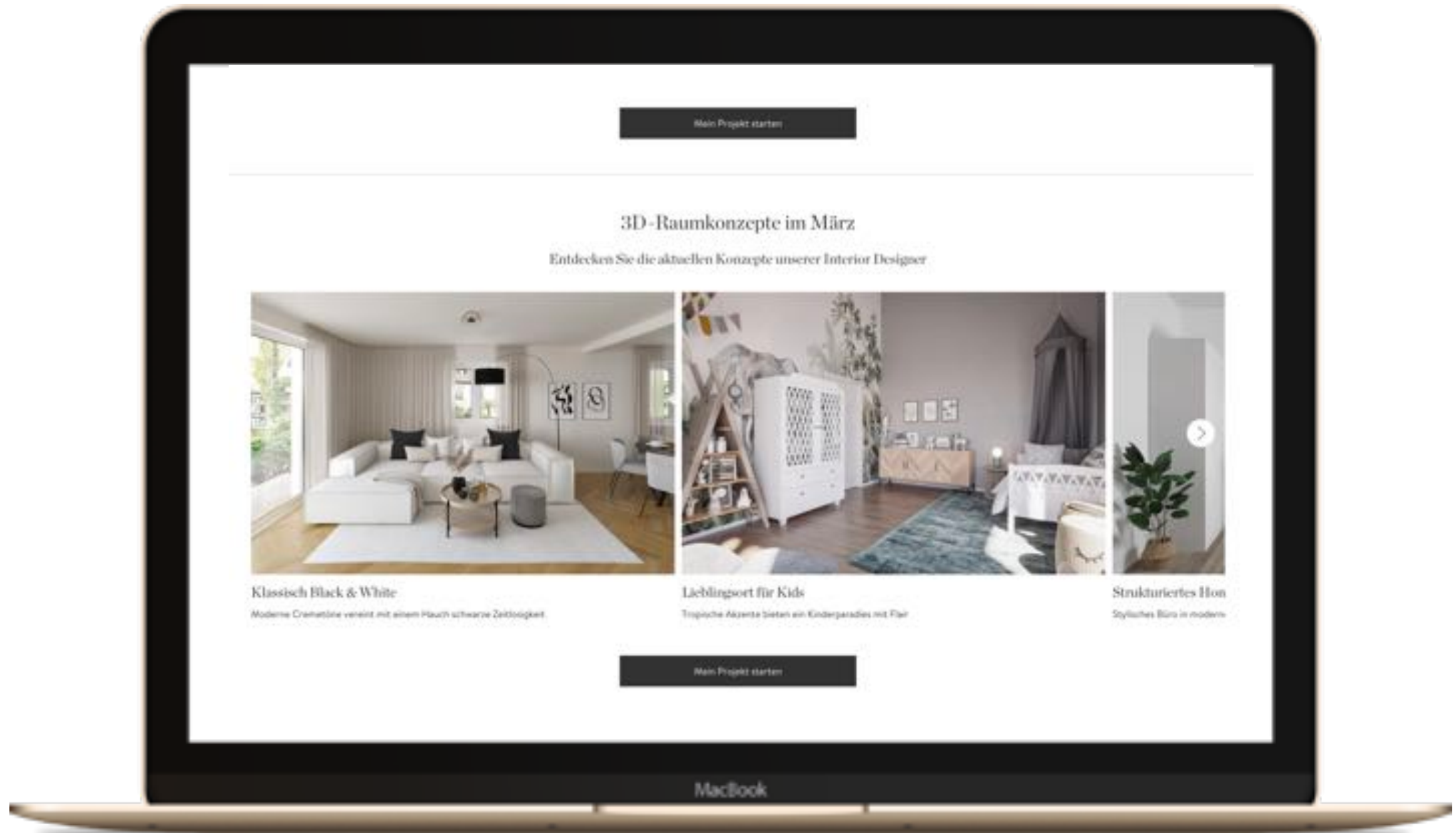
Noch mehr Praxis

Beispiel: **Westwing** Interior Design Online Beratung



Noch mehr Praxis

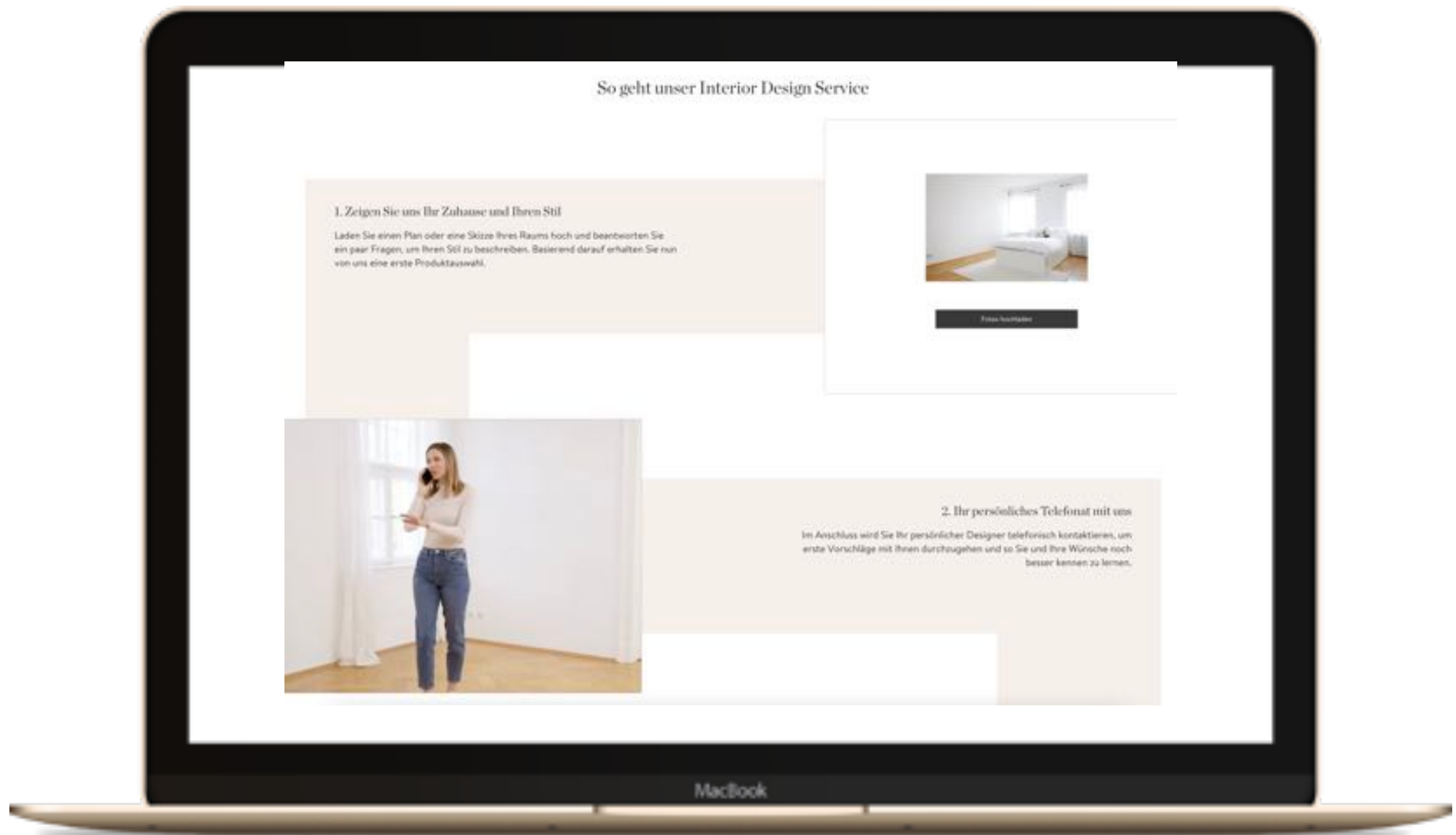
Beispiel: **Westwing** Interior Design Online Beratung



<https://www.westwingnow.de/m/westwingstudio/>

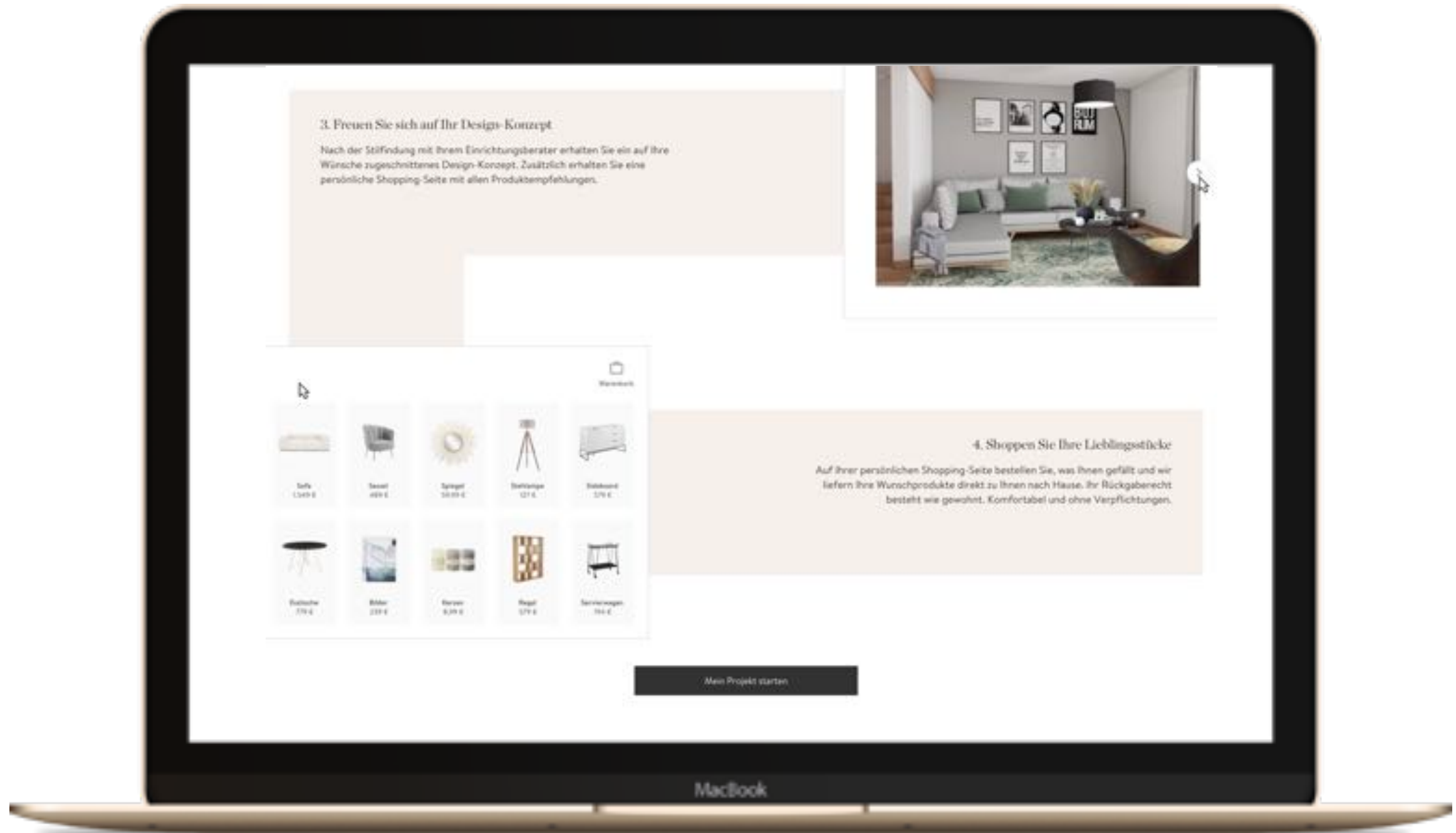
Noch mehr Praxis

Beispiel: **Westwing** Interior Design Online Beratung



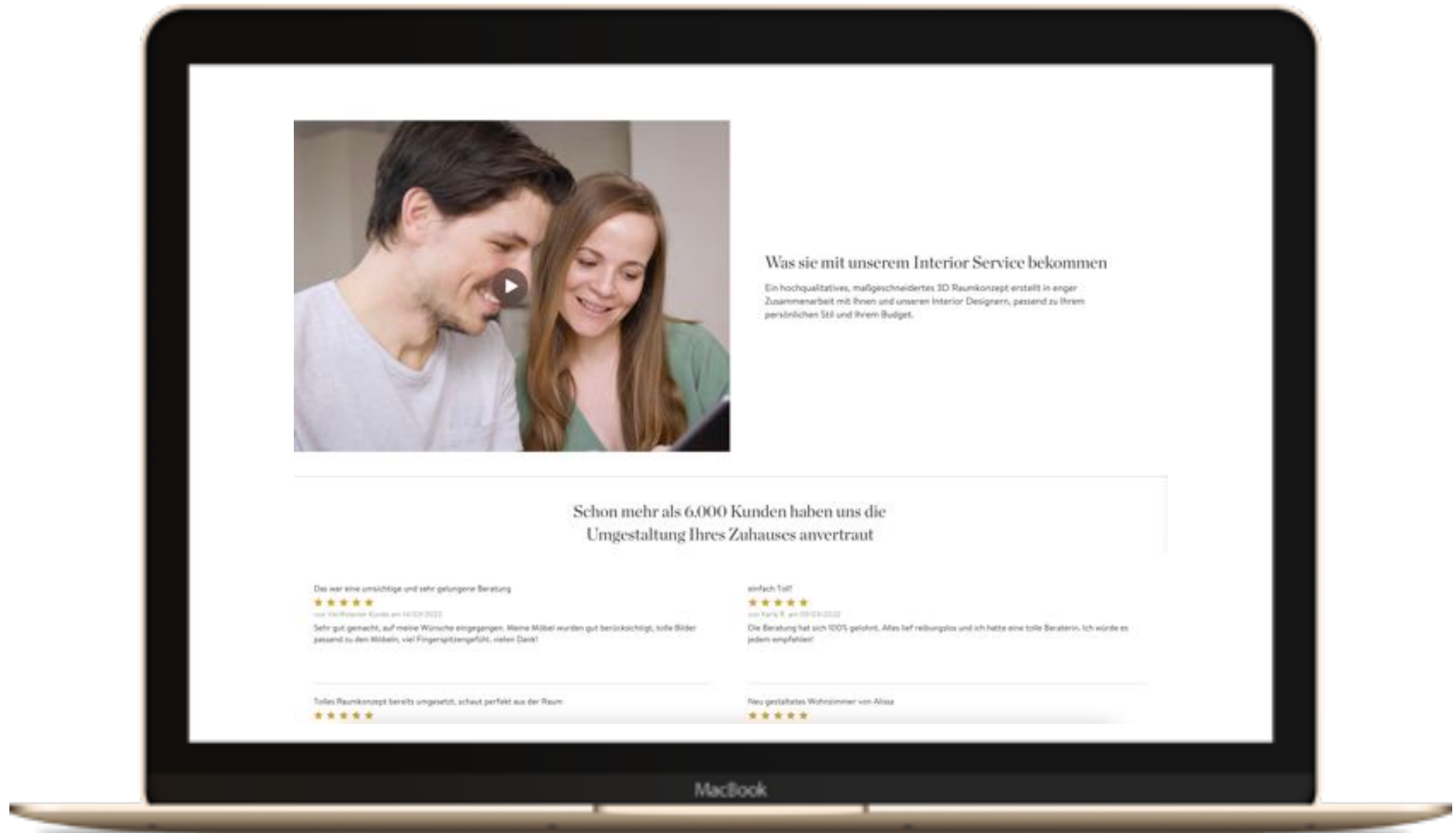
Noch mehr Praxis

Beispiel: **Westwing** Interior Design Online Beratung



Noch mehr Praxis

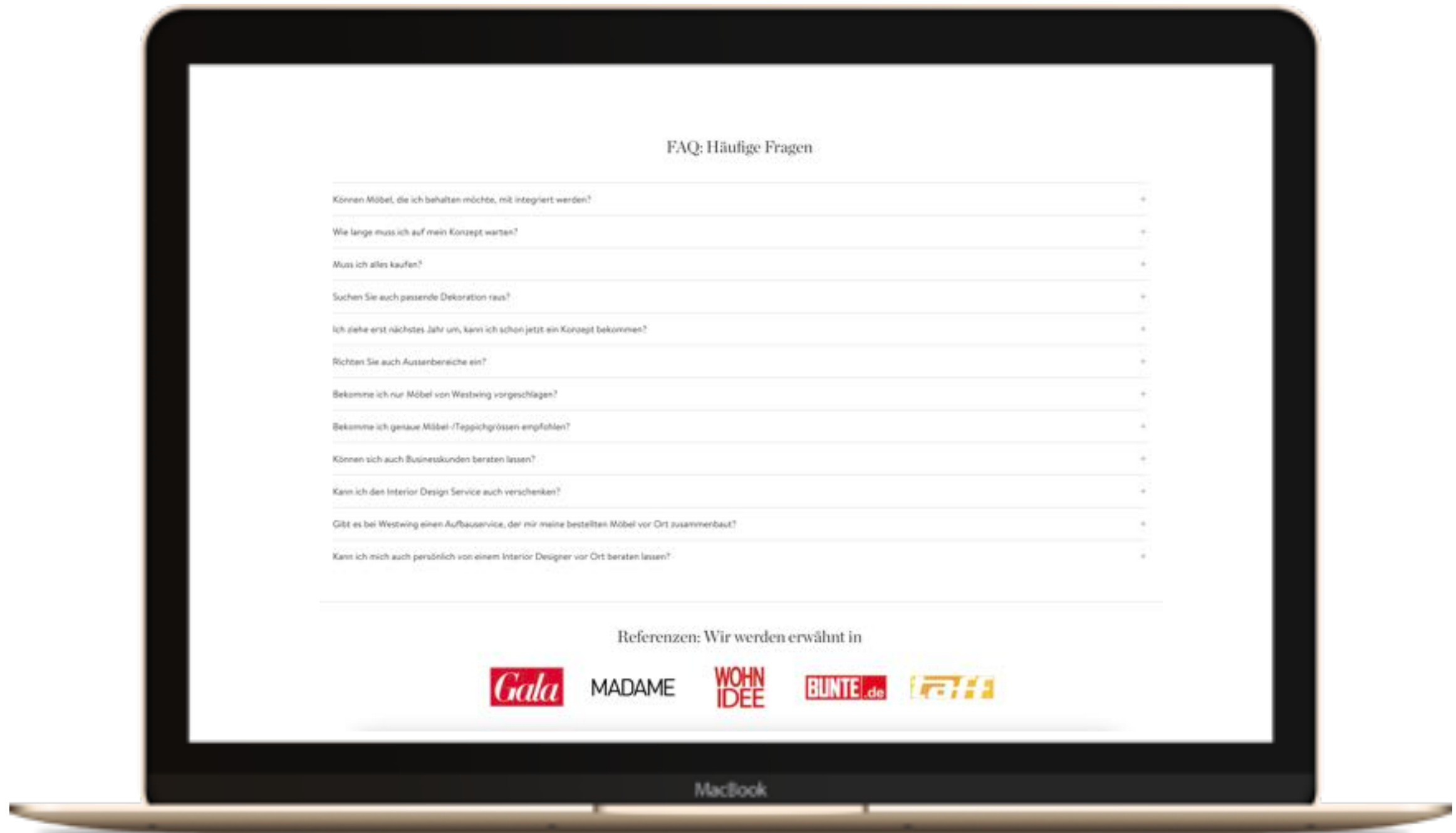
Beispiel: **Westwing** Interior Design Online Beratung



<https://www.westwingnow.de/m/westwingstudio/>

Noch mehr Praxis

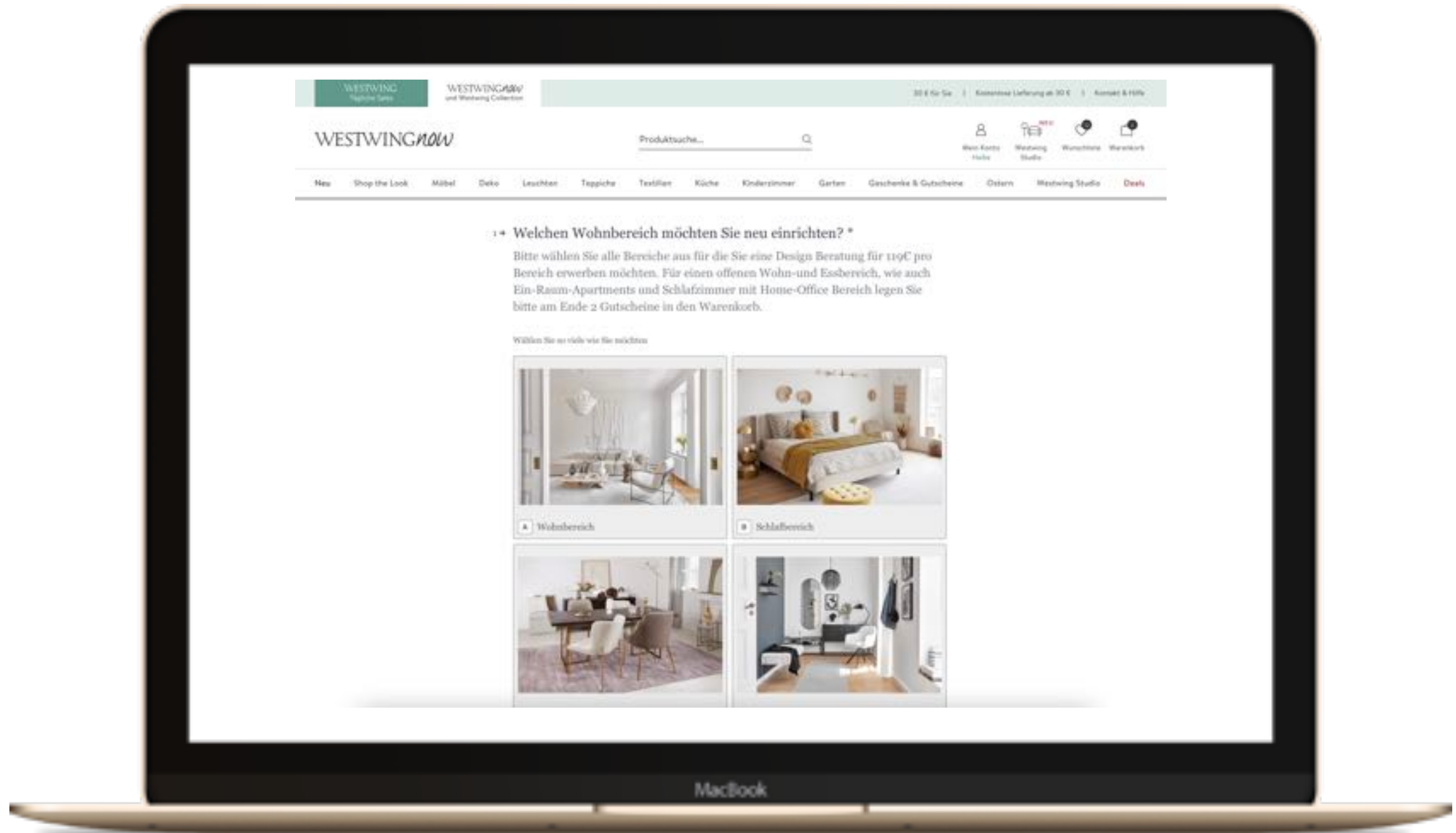
Beispiel: **Westwing** Interior Design Online Beratung



<https://www.westwingnow.de/m/westwingstudio/>

Noch mehr Praxis

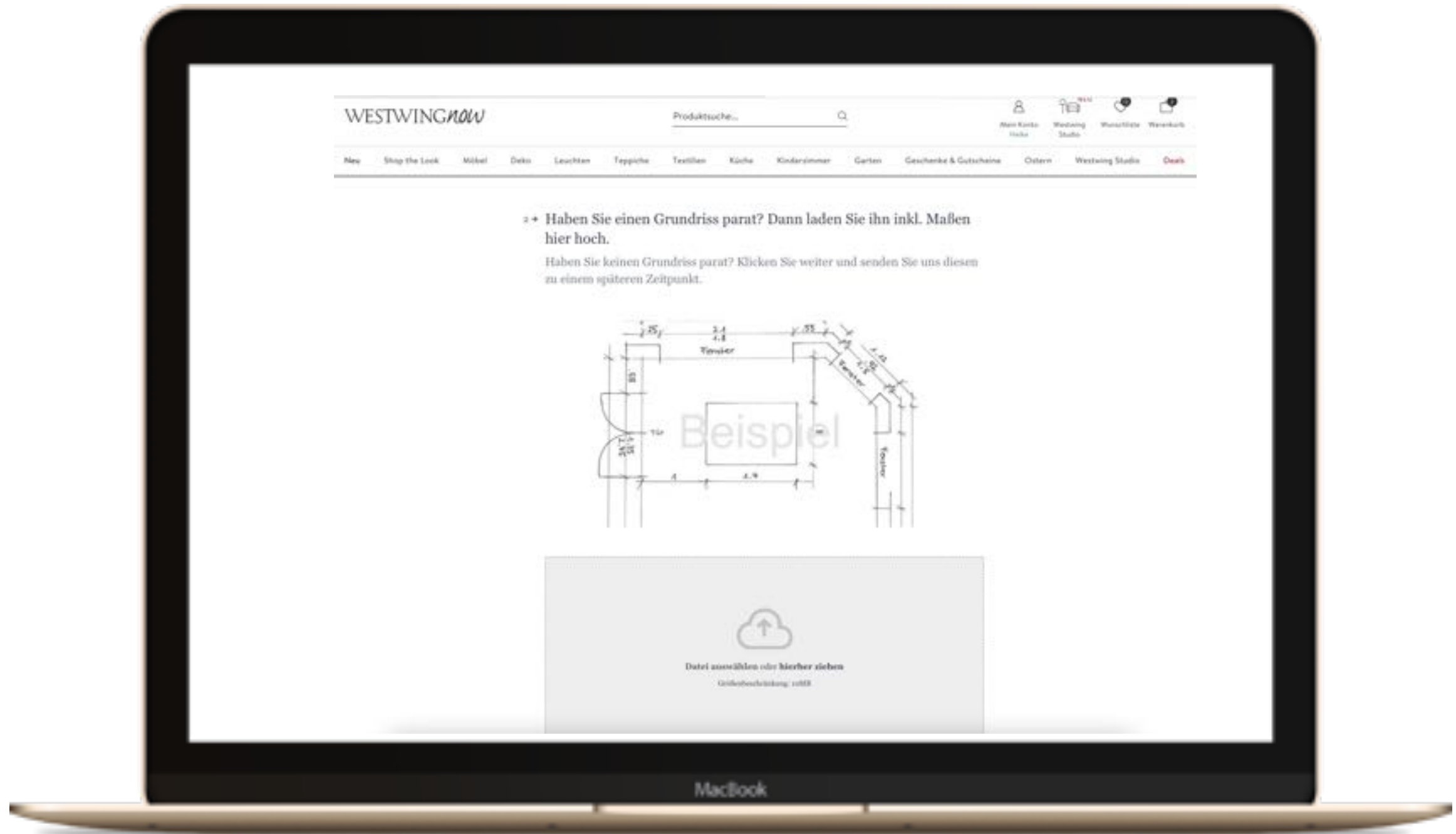
Beispiel: **Westwing** Interior Design Online Beratung



<https://www.westwingnow.de/m/westwingstudio/>

Noch mehr Praxis

Beispiel: **Westwing** Interior Design Online Beratung



<https://www.westwingnow.de/m/westwingstudio/>

Noch mehr Praxis

Beispiel: **Westwing** Interior Design Online Beratung

3 + Keinen Grundriss parat? Kein Problem. Bitte beschreiben Sie die Maße Ihres Raumes, sowie die Position von Türen und Fenstern.
Beispiel: Mein Raum ist rechteckig. Tür ist an der kurzen Seite mittig. Tür ist an der kurzen Seite mittig. Von dort aus sind die Langswände 4m...

Antwort hier...

Um einen Absatz einzufügen, drücken Sie Shift + Enter ↵

Weiter ✓

Drücken Sie Enter + ↵

U.S.W.

Eintragen, von den Profis lernen und
Erkenntnisse für den eigenen Funnel zu gewinnen

F

R

A

G

E

N

?

?

Keine Chance dem Technik Frust

Lass Dich davon **nicht aufhalten**



DU weisst WAS Du willst

Wenn deine Strategie steht hast Du den genauen Plan, WAS Du gerne technisch umsetzen möchtest.



Der Rest ist „nur“ Technik

Lass Dich davon nicht aufhalten!
Suche Dir Unterstützung bei der Umsetzung.



Unternehmer:in sein

Arbeite lieber AM Unternehmen als IM Unternehmen.



D

A

N

K

E

!