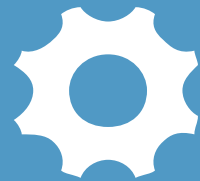


Marketing Strategie

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



95% brechen zu früh ab

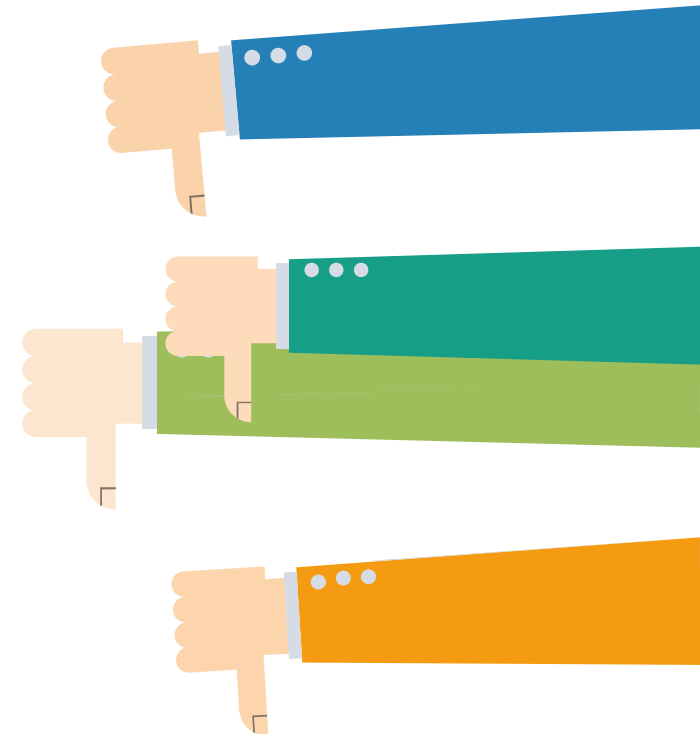
oder setzen ihre Strategie gar nicht erst
RICHTIG AUF



aller Unternehmer:innen
scheitern, weil:



- 1 **Fokus verlieren**, Die Strategie wird nicht konsequent durchgezogen
- 2 **Entscheidung fehlt**, es ist unmöglich es ALLEN recht zu machen



Bitte folge mir **Schritt-für-Schritt**

Auch wenn Du bereits viele Dinge schon kennst



Das ist die Realität

Dein Kunde ist heute gerne **sehr gut informiert**



Kunde kauft von der Person...



Expertenpositionierung

Präsenz und Wissen



Du stehst für EIN Thema.



Du bist überall präsent.



Du lieferst wertvolle Inhalte.
Bist Problemlöser:in.



Du bist erfolgreich in deinem
Bereich.



Du hast Empfehler/positive
Bewertungen.



Expertenpositionierung

kein Bauchladen

Wir bieten Lösungen für Räume



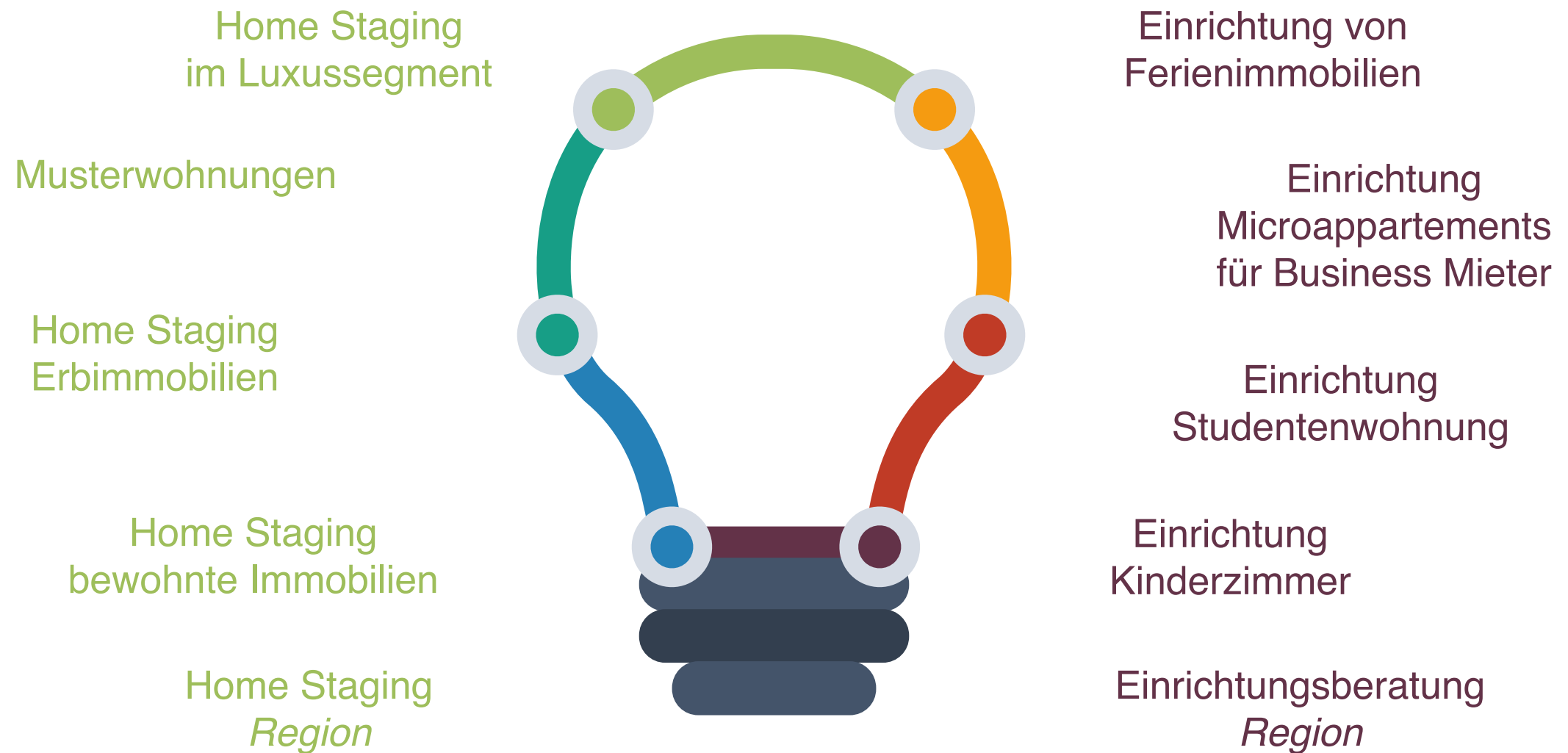
Wir bieten umfassende Beratung in den Bereichen

- Wohn- und Einrichtungskonzepte
- Raumdesign
- Einkaufs- und Begleitservice
- Seniorenservice - senioren-gerechte Raumgestaltung
- Home Staging - die professionelle Immobilienpräsentation
- Geschäfttraumberatung
- klassisches Feng Shui

MacBook

Brainstorming

Welche Positionierung gibt es im Bereich **Home Staging** und Interior Design



AUFGABE 1

MARKETING Strategie



DAS IST MEIN BUSINESS

Mögliche Geschäftsfelder - die ich bearbeiten könnte

(Beispiele: Home Staging Erbbimmobilen, Home Staging Luxus, Musterwohnung, Ferienwohnung, Einrichtungsberatung Kinderzimmer, ...)

Mein ausgewähltes Geschäftsfeld :



Mein künftiger Auftraggeber:

(Makler, Eigentümer, Bauträger, Mutter,...)



Mein Angebot:

(Beratung, Mietmöbel, Renovierung, Einrichtungskonzept, Möbelverkauf,...)

1 von 2

AUFGABE 1

Meine Ziele: - wieviele Aufträge möchte ich erreichen und mit welchem Verdienst rechne ich.

2 von 2

DAS BIN ICH

Meine Stärken - die ich in meinen Job einbringen kann
(Ausbildung, Erfahrung im Bereich, Talente, ...)

Meine Schwächen - die ich *noch* habe
(z.B. schüchtern, chaotisch, Technik-„Niete“, ...)

Mein Image - welches Charaktereigenschaften kann ich nach außen zeigen
(5-8 positive Eigenschaften auflisten)



Mein schönsten Foto -
welches mich repräsentiert
(weitere 4-5 Fotos - optimalerweise in meinem Arbeitsumfeld)
sind hier abgespeichert :)



Meine liebste Kommunikationsform

(Mail, Telefon, Messenger, persönliches Gespräch, Netzwerken,...)

Meine Social Media Plattformen - bereits Erfahrung gesammelt

(Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn...)

Mein USP - warum soll sich mein Kunde für MICH entscheiden

(max 2)



Mein Über Mich Text - berücksichtigt meine Stärken, mein Image, meinen USP
und den KUNDENNUTZEN

Fange zuerst bei DIR an

Das bist DU - **das ist dein Image**



ehrlich/authentisch



konsistent



spiegelt deine Stärken
wider



vorteilhaft für
deine Zielgruppe

Deine Eigenschaften

Auf der Suche nach dem perfekten **IMAGE**



Heikes Wahl

Auf der Suche nach dem perfekten IMAGE

hilfsbereit

erfolgreich



professionell

DAS BIN ICH

Meine Stärken - die ich in meinen Job einbringen kann
(Ausbildung, Erfahrung im Bereich, Talente, ...)

Meine Schwächen - die ich *noch* habe
(z.B. schüchtern, chaotisch, Technik-„Niete“, ...)

Mein Image - welche Charaktereigenschaften kann ich nach außen zeigen
(5-8 positive Eigenschaften auflisten)



Mein schönsten Foto -
welches mich repräsentiert
(weitere 4-5 Fotos - optimalerweise in meinem Arbeitsumfeld)
sind hier abgespeichert :)



1 von 2

Meine liebste Kommunikationsform

(Mail, Telefon, Messenger, persönliches Gespräch, Netzwerken,...)

Meine Social Media Plattformen - bereits Erfahrung gesammelt

(Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn...)

Mein USP - warum soll sich mein Kunde für MICH entscheiden

(max 2)



Mein Über Mich Text - berücksichtigt meine Stärken, mein Image, meinen USP
und den KUNDENNUTZEN

2 von 2

Dein Kunde/deine Kundin

Recherche, Recherche, Recherche

WER

Demografische und
persönliche Eigenschaften

WIE

Soziale Einflüsse und
Vorlieben

WAS

ist sein Problem und was
ist deine Lösung

WARUM

soll er/sie dich
beauftragen



AUFGABE 3

MARKETING Fahrplan



DAS IST MEIN (Wunsch-) KUNDE/KUNDIN

Demographie

Alter _____

Geschlecht _____

Wohnort _____

Wohnart _____

Hintergrund

Beruf _____

Familienstand _____

Karriere _____

Lebensmotto _____

Soziales

Persönlichkeit _____

Kaufverhalten (on/offline) _____

Kommunikationsverhalten (Telefon, Mail, Messenger, Brief,...) _____



Einflussnehmer _____



Social Media Plattformen _____

Netzwerke/Gruppen (online/offline) _____

Wann online _____

AUFGABE 3

Herausforderungen für den Kunden/Kundin

Was sind die Probleme? _____

Womit hat er/sie besonders zu kämpfen? Was fällt ihm/ihr schwer? _____

Erwartungen, Ziele & Emotionen des Kunden/der Kundin

Welches Problem soll gelöst werden? _____

Welchen Nutzen erwartet er/sie? _____

Welches Ziel hat er/sie? _____

Welche Gefühle begleiten ihn/sie? _____

Ideale Lösung für den Kunden/die Kundin

So kann ich helfen: _____

Das kann ich tun, damit Kunde/Kundin das Ziel erreicht: _____

2 von 3

AUFGABE 3

Häufige Einwände

Was könnte Kunde/Kundin davon abhalten, mit mir zusammenzuarbeiten? _____

Was sind die häufigsten Gegenargumente? _____

Wodurch könnte er/sie sich gestört oder verunsichert fühlen? _____

Das ist meine Antwort / meine Lösung dazu. _____

3 von 3

Jetzt können wir starten

Ergebnisse eintragen - Vorarbeit - Check



• • *START*



was

dein
Geschäftsmodell



warum

was zeichnet
dich aus



wer

ist dein
Kunde



wie

wirst du
überzeugen



Das kleine 1x1 des Marketing

Corporate Identity - Corporate Design



Corporate Identity

Ist die Übertragung deines
gewählten Image auf die
Unternehmenskommunikation



durchgängig

auf all deinen Kanälen,
Webseite, Social Media,
Print, Messe,



Corporate Design

ist deine optische
Aussendarstellung



auffällig

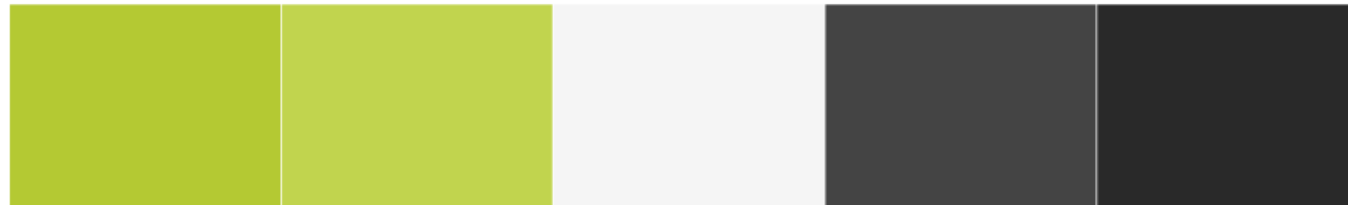
steche positiv heraus
aus der Masse

Dein Logo

@heike.uhlemann



Farben



#b4c933

#C1D44E

#F5F5F5

#444444

#292929

Schriftarten

Textkörper

Poppins Medium

abcdefghijklm

nopqrstuvwxyz

1234567890

Signature Schrift

Brittany

abcdefghijklm

nopqrstuvwxyz

1234567890

Überschriften

POPPINS BOLD

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

1234567890

Deine Webseite

Bitte kontrollieren bzw. **anpassen/optimieren**



Geschäftsmodell : muss präsent auf deiner Webseite gefunden werden



Imageentscheidung :
Über mich Text einbauen/
anpassen



Wunschkunde muss sein Problem und deine Lösung sofort erkennen



CI + CD sind selbstverständlich



Deine Webseite

Checke deine technischen **Voraussetzungen**



Wordpress : bietet die Möglichkeit Landingpages, Kontaktformulare, Plug-Ins zu nutzen.



Freiheit :
(selber)Veränderungen durchzuführen



Möglichkeiten für Einbau von Freebies, E-Mail Marketing, Sales Funnel,...

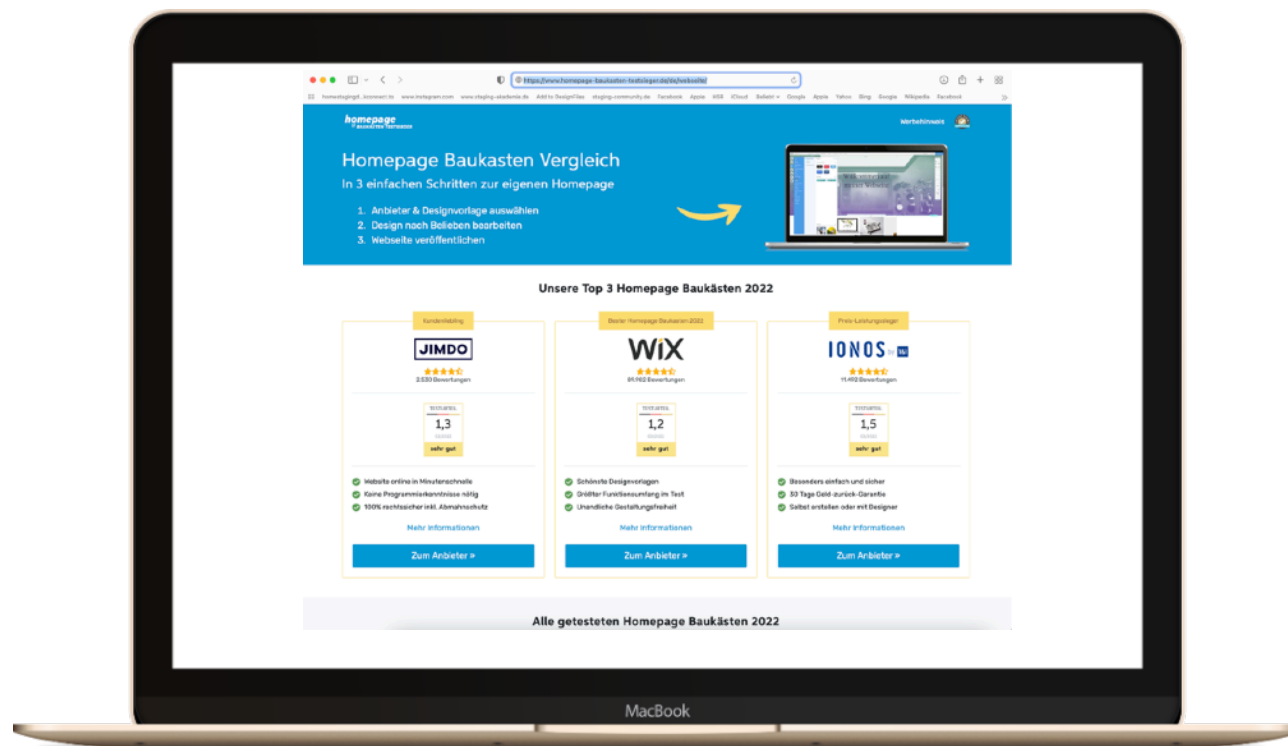


Hosting wer ist dein Provider?
Was beinhaltet dein Hosting Paket?



Deine Landingpage

externe Lösungen möglich



<https://www.homepage-baukasten-testsieger.de/de/webseite/>



Getresponse : eigene Erfahrung -
direkt an E-mail Marketing angeschlossen



sehr **viele Anbieter** :
z.B. Jimdo, Wix, Ionos,



unbedingt Templates nutzen
vorbereitete Designs, die schon die
wichtigsten Voraussetzungen berücksichtigen



Unterstützung nicht (zwingend) selber machen,
fiverr, virtuelle Assistenten (Facebook Gruppen),
Webagenturen, familiäre Unterstützung



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.



kurze **Wiederholung**

Schritt-für-Schritt

Dein Weg zum Kunden



Deine Aufgaben

Du legst damit das **FUNDAMENT** für deine Strategie



Aufgabe 1

Arbeitsblatt
DAS IST MEIN
BUSINESS
ausfüllen



Aufgabe 2

Arbeitsblatt
DAS BIN ICH
ausfüllen



Aufgabe 3

Arbeitsblatt
DAS IST MEIN
KUNDE/KUNDIN
ausfüllen



Fahrplan

Ergebnisse in den
MARKETING
FAHRPLAN
eintragen

Lass Dir Zeit -
es ist eine weitreichende
Entscheidung, die auch
bewirken kann, dass Du
Dich innerhalb des
Prozess
umentscheidest.
Kein PROBLEM!



**Hauptsache die
Positionierung steht,
bevor wir mit der
Umsetzung starten.**

F

R

A

G

E

N

D

A

N

K

E

!