

So bringen kleine Unternehmen System in ihr Marketing

Wie ergeht es Ihnen mit der Eigenwerbung – fühlen Sie sich wohl mit Ihren Materialien und mit Ihren Akquise-Maßnahmen? Oder glauben Sie, dass hier noch einiges zu verbessern wäre? Für uns Kleinunternehmer kommt Marketing neben dem Tagesgeschäft ja meist etwas zu kurz und wir denken „... ich müsste eigentlich mal wieder ...“. Das kann zu einem regelrechten Berg anwachsen.

Aber was gehört wirklich unbedingt dazu? Ich bin selbständige Marketingberaterin und Texterin und habe mir einmal überlegt, welche Elemente für mich als Inhaberin eines kleinen Unternehmens entscheidend sind.

Ich habe drei zentrale Etappen ausgemacht, die beim Marketing kleiner Unternehmen wichtig sind:

1. Fundament legen

Eine Visitenkarte und Briefpapier – also ein Corporate Design in Minimalausstattung - hat vermutlich jeder Selbständige und Unternehmer. Und damit allein lassen sich schon Geschäfte anbahnen! Ich kenne einige erfolgreiche Berater, die fast keine Werbematerialien haben, keine Broschüre, keine Website. Meistens kommt aber irgendwann der Punkt, wo einige Materialien für die Selbstdarstellung dazu kommen – das ein oder andere Element der folgenden Liste ist meist dabei:

- ein schriftlich fixiertes Profil, das die Positionierung klar macht
- Texte, die sich für den digitalen Einsatz und für den Druck eignen
- die eigene Website, eine digitale Präsentation
- etwas Gedrucktes wie Flyer oder Broschüren.

Alles natürlich gut getextet und grafisch attraktiv aufbereitet. Damit sind die Basics vorhanden, das Fundament für die Vermarktung ist gelegt.

Solche Basis-Materialien sollen eine Weile "halten", nicht völlig kurzlebig sein. Wir müssen uns also damit beschäftigen, wo das eigene Unternehmen hinsteuern soll. Also steht das Ermitteln der eigenen Positionierung am Markt am Anfang. Materialien ergeben sich meiner Erfahrung nach dann relativ leicht daraus.

Ein paar Tipps zum Entwickeln von Flyern gibt es unter www.flyeroptimal.de

2. Regelmäßig Akquise betreiben

Aktiv Kontakte aufbauen und pflegen, gute Angebote machen, in die Offensive gehen. Das ist die nächste Etappe, die zum Teil zeitlich durchaus parallel mit Punkt 1 laufen kann.

Jetzt geht es mit dem Marketing erst richtig los. Um sich nicht zu verzetteln, sondern effizient etwas für die eigene Vermarktung zu tun, braucht es eine realistische Akquisestrategie.

Ein Plan, wann und mit welchen Maßnahmen wir welche Interessenten / Kunden für neue Aufträge gewinnen wollen.

Da gibt es 1001 Möglichkeiten und die Kunst ist, sich genau das heraus zu suchen, das zum eigenen Unternehmen passt. Zum Beispiel:

- Interessenten anschreiben (Direct Mail Kampagnen)
- Einen Newsletter verbreiten
- Netzwerken
- Bloggen
- Die ganze Welt des Web 2.0 erobern
- Spannende Artikel schreiben und online veröffentlichen
- Pressearbeit betreiben
- Präsentationen / Vorträge halten
- Per Telefon akquirieren

und vieles, vieles mehr - tolle Tipps dazu gibt es bei www.unternehmenskick.de

3. Überprüfen und neu justieren

Das Fundament steht, die Akquise läuft - wie geht es weiter? Wenn Punkt 1 und 2 sich bewähren im Unternehmensalltag, dann heißt es einfach eine Weile so weiter machen.

Bis es an der Zeit ist, sein Marketing einem Check up zu unterziehen und wenn nötig die Materialien und Maßnahmen neu zu justieren.

Bringt das Marketing, was wir uns davon versprochen haben? Wo soll es in Zukunft hingehen? Werden wir von den richtigen Interessenten gefunden? Es gibt mehrere Ansätze:

- Abstand nehmen und über sein Unternehmens-Leitbild nachdenken
- Controlling betreiben
- Kundenumfrage starten
- Materialien und Maßnahmen von Externen prüfen lassen

Mir persönlich bringt es mehr, wenn ich das nicht ständig mache, sondern ungefähr ein mal im Jahr. Zu bestimmten Einschnitten, wie zum Jahreswechsel oder zu Ostern.

Vielleicht gönnen Sie sich einen Wachstumstag bei Monika Birkner, Coach mit sehr reger Online-Präsenz und guten Anregungen: www.monika-birkner.de

Aufwärtsspirale entwickeln mit den drei Etappen

Mein Tipp: Versuchen Sie nicht alles auf einmal anzupacken, sondern gehen Sie Etappe für Etappe und Schritt für Schritt voran. Wichtig ist, bei den drei Etappen fürs eigene Marketing in Bewegung zu bleiben und so in eine Aufwärtsspirale zu kommen.

Wie geht es Ihnen - sind Sie auf allen drei Ebenen systematisch aktiv oder sind Ihnen noch weitere Aspekte beim Marketing fürs eigene Unternehmen wichtig?

Schreiben Sie mir auf meinem Blog: <http://experimentier-blog.im-blog.de/>

Annja Weinberger

Marketing-Beraterin + Texterin

www.annjaweinberger.eu