

Marketing Know-How:

Marketing Analyse

Wie gut ist Ihre Werbung?

Analysieren Sie Ihre Werbung mit dieser Checkliste.

Was hat funktioniert?

Was hat nicht funktioniert?

Welche Produkte biete ich an?

Marketing Nachforschung:

- Ich weiß genau, wer meine Zielgruppe ist.
- Ich kann meine Mitbewerber benennen.
- Ich habe meine Preise mit denen der Konkurrenz verglichen.
- Ich bin auf der Versandliste meiner Konkurrenz (eMail & Post).

Marketing Grundlagen:

- Ich habe eine klare Liste von Dingen, die mich von der Konkurrenz unterscheiden. (USP)
- Ich benutze das USP in jeder Form der Werbung.
- Ich weiß, wie ich mich am Markt positioniere.
- Ich benutze diese Positionierung in jeder Werbung.

Direkt Marketing

- Ich habe Adressen von potentiellen Kunden aus meiner Zielgruppe.
- Ich beschrifte meine Zielgruppe regelmäßig mit Aussendungen.
- Ich benutze das USP und die Positionierung für meine Aussendungen.
- Ich verwende meine Homepage um die Aussendungen zu unterstützen.

Website/Landing Pages

- Ich habe eine Website.
- Die Informationen auf meiner Website sind aktuell und korrekt.
Meine Homepage hat:
 - Eine gute Website Adresse (Domaine)
 - Einen Aufruf zu handeln
 - Eine Startseite, welche die Besucher genau weiterleitet
 - Eine Möglichkeit Namen und Kontaktdaten durch ein Angebot zu sammeln
 - Leicht auffindbare Kontaktinformationen
 - Ein professionelles Design
 - Einfache Navigation
 - Eine "Über Uns" Seite mit Mitarbeiterfotos

- Kundenfeedbacks
- Fotos, welche die Message unterstützen
- Vorteile meiner Produkte werden klar hervorgehoben
- Ich werde in Suchmaschinen gefunden
- Ich habe ein statistisches Meßsystem für meine Homepage
- Optional: Ich habe Videos auf meiner Website.

Optional: Ich habe informative Artikel auf meiner Website.

E-Mail Marketing

- Ich sammle e-Mail Adressen meiner Kunden und Interessenten über die Website, Telefon etc.
- Ich habe einen professionellen eMail Newsletter
- Ich verschicke regelmäßig einen Newsletter
- Ich verfolge die Resultate meiner Newsletter

Ziele / Budgetierung

- Ich habe wöchentliche, monatliche und jährliche Ziele an Neukunden
- Ich messe inwiefern ich diese Ziele erreiche und unternehme die entsprechenden Aktionen, um sie zu erreichen.
- Ich weiß, wie viel mich ein Neukundenkontakt kostet (basierend auf vergangenen Marketing Aktionen).
- Ich gebe jede Woche etwas meiner Einnahmen für Werbung auf die Seite.
- Ich weiß wie viel ein neuer Kunde Wert ist sodass ich weiß, wie viel ich bereit bin für einen Kunden auszugeben.

Aufzeichnungen

- Ich zeichne auf, wie Neukundenkontakte zustande kommen und wie sie von uns gehört haben.
- Mein Verkaufspersonal fragt JEDES MAL, wie ein Interessent von uns gehört hat. Wenn der Interessent sagt, von der Website, fragt das Verkaufspersonal WIE er auf die Website gekommen ist.
- Ich schreibe die Anzahl der Neukundenkontakten von jeder Marketing Schiene mit.
- Ich schreibe die Umsätze von jeder Marketing Schiene mit.
- Ich kann den Return-on-Investment von jeder Marketing Schiene berechnen.