

Website-Marketing Report



Kundengewinnung
per Autopilot!

WORLD**SOFT**

Vorwort: Kundengewinnung per Autopilot	03
Die 7 gravierenden Fehler beim Internet-Marketing	
1. Unternehmen sucht Kunde	04
2. Website wird unterschätzt	05
3. Internet-Anfragen werden nicht optimal genutzt	06
4. Informations-orientierte Website	07
5. Zu klein für Internet-Marketing	08
6. E-Mail-Marketing wird nicht genutzt	09
7. Keine Automatisierung	10
Kundengewinnung per Autopilot an einem Beispiel: Karibikreisen-Anbieter	11
1. Mehr Traffic - mehr Besucher auf der Website	12
1.1 SEO - Suchmaschinen-Optimierung	12
1.2 PPC - kostengünstige Werbung von neuen Kunden inklusive Conversion-Tracking	13
1.3 Social Media Portale	14
1.4 Video-Portale	15
1.5 Affiliate-Marketing!	15
1.6 E-Mail Marketing	15
2. Besucher zu Kontakten machen	16
2.1 Landing-Page	17
2.2 Eigene Adressliste aufbauen durch ein interessantes Angebot	17
2.3 Kooperationen mit anderen Listeneignern	18
2.1 Video-Trailer erhöhen die Klickrate um bis zu 1.000 Prozent	18
3. Kontakte werden zu Kunden	19
3.1 Anfragen automatisch beantworten	19
3.2 Kontakte effizient nutzen	19
3.3 Nachfassen per Autopilot und Vertrauensaufbau	20
3.4 Personalisierte E-Mail Rundschreiben	20
3.5 Kunden-Umfragen	21
4. Artikelverkauf per Autopilot	21
5. Statistiken und automatische Rechnungen	22
6. Affiliate-System als Sales-Multiplikator	23
7. Neukunden-Gewinnung per Autopilot	25
Anhang	
1. Ideen für Restaurants	26
2. Ideen für Rechtsanwälte	27
3. Ideen für Dachdecker	28
4. Ideen für Friseure	29

Kundengewinnung per Autopilot

Guten Tag liebe Leserin, lieber Leser,

dieser Report wird Ihnen helfen, Ihre Möglichkeiten im Internet besser zu verstehen. Die Thematik ist in der Regel komplex - im Rahmen dieses Reports werden Sie aber an **einfachen und verständlichen Beispielen** sehen, welche enormen Möglichkeiten Ihnen das moderne und **marketing-orientierte(!)** Internet bieten kann.

Ist das Konzept erst einmal verstanden und in den Marketingprozess Ihres Unternehmens integriert, verwandelt sich Ihre Website wie von Zauberhand in ein mächtiges Verkaufsinstrument.

Auch wenn der Report einige Seiten umfasst, versprechen wir Ihnen, dass es sich für Sie lohnen wird, diesen Report zu lesen. Sie werden dadurch der Konkurrenz immer eine Nasenlänge voraus sein.



Traffikgenerierung, Interessentengewinnung, Vertrauensaufbau und Verkauf sind die Schlüssel zum Erfolg. Alle Elemente sind wichtig. **Im eleganten Zusammenspiel entsteht Ihr Autopilot zur Kundengewinnung.**

Unternehmen sucht Kunde war gestern. **Kunde findet Unternehmen** ist das moderne und extrem erfolgreiche Marketingkonzept. Dieses Konzept erschließt gerade kleinen und mittleren Unternehmen die Möglichkeit mit dem Einsatz kleiner Mittel große Resultate zu erzielen.

Die Strategien in diesem Report sind kein theoretischer Ansatz, sondern ein praxiserprobtes Konzept, das für JEDES Unternehmen sofort anwendbar ist. Über 100.000 Benutzer der Worldsoft-Programme profitieren von diesen Strategien. Ständig neue Kontakte und letztlich eine große Anzahl neuer Idealkunden sind tägliche Realität.

Herzlichst, Ihr
Worldsoft Team

Worldsoft ist Spezialist für marketing-orientiertes Internet und Software-Entwickler. Das Unternehmen wurde im Jahr 2000 gegründet und hat seinen Firmensitz in Pfäffikon SZ in der Schweiz.

1. gravierender Fehler: Unternehmen sucht Kunde

Obwohl das Internet die Welt im Sturm erobert hat und nicht mehr wegzudenken ist, wird die Wichtigkeit des Internets nach wie vor unterschätzt und das Prinzip noch nicht richtig verstanden. Gerade kleinere Firmen vergeben oft diese **hervorragende Chance, um zusätzlichen Umsatz und Gewinn** zu generieren.

Über 80 Prozent des Werbe-Budgets wird auch im Internet nach dem Prinzip „**Unternehmen sucht Kunde**“ ausgegeben. Zu den Umsatzspitzenreiter im Internet gehört daher noch immer die klassische Online-Werbung mit Display-Werbung (Werbebanner etc.). Und das obwohl die Klickraten auf Banner & Co. mit unter einem Prozent sehr niedrig sind.

Das Internet und insbesondere das Web 2.0 funktioniert nach dem Prinzip „**Kunde findet Unternehmen.**“ Dieses moderne Marketingkonzept ermöglicht es Ihnen Ihre Werbemittel gezielt und sehr effizient einzusetzen. Zu diesen Konzepten gehören u.a. Suchmaschinenmarketing, Social Media, E-Mail-Marketing und Affiliate-Marketing.

Fast alle Haushalte verfügen über einen Internetanschluss. **Über 88 % (!) der Internet-Nutzer informieren sich bei einem Produktkauf** vorab online (Boston Consulting Group). Wer nicht gefunden wird, kann auch nicht über das Internet verkaufen. Oder positiv ausgedrückt: Wer auf „Kunde findet Unternehmen“ setzt, hat einen gewaltigen Wettbewerbsvorteil. Investieren Sie ein wenig Zeit diese neue Strategie kennenzulernen.



Die Anwendung dieser Strategie bedingt die Integration des Internet-Marketings in die Geschäftsabläufe. Da 90 % der kleineren und mittleren Unternehmen Ihren Internet-Auftritt nicht in die internen Geschäftsabläufe integriert haben, gehen wir in diesem Report auf dieses Thema ein.

Die Digitalisierung und Automatisierung von Marketing- und Verwaltungsabläufen wird Ihr Internet-Marketing optimieren und wird Ihnen viel Zeit und Geld sparen.

Worldsoft hat in diesem Bereich über 16 Jahre Erfahrung. Wir unterstützen Sie gerne bei der Umsetzung des modernen Internet-Marketings und geben Ihnen die Software-Instrumente an die Hand, um diese Strategien einfach und kostengünstig zu automatisieren. Und das ist einfacher, als Sie im Moment vielleicht noch vermuten.



3. gravierender Fehler: Internet-Anfragen werden nicht optimal genutzt

Haben Sie schon einmal erlebt, dass Sie auf Ihre Anfrage im Internet keine Antwort erhalten? Leider ist das keine Seltenheit. Laut Umfragen haben 90 Prozent der Unternehmen Ihren Internetauftritt nicht integriert, sprich automatisiert (Infras Studie von 2012). Anfragen von der Website, werden nicht optimal genutzt und manchmal nicht einmal beantwortet.

In Gesprächen hören wir manchmal solche Erklärungen:

„Wir bekommen nur selten Anfragen von unserer Website. Aber diese Anfragen legen wir sauber im Ordner ab. Wenn es mehr Anfragen sind, müssen wir uns etwas einfallen lassen.“

Oder:

„Internet-Anfragen gebe ich in die Verwaltung. Dort wird die Adresse in unserem Verwaltungsprogramm erfasst. Meine Sekretärin versendet dann ein E-Mail mit den gewünschten Informationen.“

Digitale Anfragen werden zu Papier gemacht und dann wieder elektronisch erfasst. Tippfehler beim Erfassen, unnötiger Arbeitsaufwand, Brüche im Kommunikationsfluss - ist das nicht wie im Mittelalter?



Das Landgericht Bamberg hat bei einem Urteil am 23.11.2012 (Az. 1 HK O 29/12) entschieden, dass es einen Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht darstellt, wenn ein Anbieter im Impressum keine Telefonnummer angibt und auf elektronische Anfragen (per E-Mail) nicht binnen 60 Minuten reagiert.

Mit der Worldsoft-Software erhalten alle Ihre Interessenten 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche, umgehend die gewünschten Informationen! Individuell und persönlich für Ihre Interessenten - vollautomatisch für Sie!

Automatische Folge-E-Mails (FollowUps) machen aus Kontakten per Autopilot neue Kunden. Ihre Website wird zu einem mächtigen Verkaufsinstrument durch Automatisierung der Kundengewinnung!

Jeder Geschäftskontakt ist wichtig! Nutzen Sie Ihre wertvollen Kontakte!

4. gravierender Fehler: Informations-orientierte Website

Voller Begeisterung lässt sich eine Firma eine Website erstellen. Das gewünschte Resultat - **neue Kunden zu finden und zusätzliche Umsätze zu generieren** - stellt sich aber nicht ein. Die anfängliche Überschätzung der Möglichkeiten einer Website wandelt sich in Unterschätzung.



Oft wissen Firmen nicht was Ihre Website eigentlich bringt. Die Resultate werden nicht gemessen. Nicht alle Interessenten und Kunden rufen an und nehmen Bezug auf die Website. Ohne zuverlässige Zahlen kommt es meist zur Schlussfolgerung: *„Eine Website braucht man halt, aber bringen tut das nicht viel.“*

Eine Website die nicht gefunden und besucht wird, bringt natürlich auch nichts. Eine Website muss in die Marketing- und Verwaltungsabläufe eingebunden werden und aktiv vermarktet werden. Wir zeigen Ihnen in diesem Report auf, wie Sie mit relativ einfachen Mitteln dafür sorgen, dass Ihre Website gefunden und besucht wird.

Da viele Firmen keine Marketingabteilung haben, fehlt eine Marketing-Strategie für das Internet. Das sieht man bereits an der Website. Die Website motiviert nicht in Kontakt zu treten. Das ist ungefähr so, als wenn ein Unternehmen viel Geld für einen Messeauftritt ausgibt, ohne Strategie um möglichst viele qualifizierte Kontakte auf der Messe zu knüpfen.

Viele Webseiten sind stark informations-orientiert. Eine erfolgreiche Website ist jedoch transaktions-orientiert. Mit anderen Worten: Eine erfolgreiche Website muss motivieren mit Ihnen in Kontakt zu treten, also eine Transaktion durchzuführen. Ein phantasieloses Kontaktformular bringt nicht viele Kontakte. Die Anzahl von Kontakten wird wesentlich erhöht, wenn eine interessante und nützliche Information angeboten wird.

Eine „gute“ Website ist aus unserer Sicht eine marketing-orientierte Website, die Kontakte generiert und die Kontakte automatisch zu Kunden macht!

5. gravierender Fehler: Zu klein für Internet-Marketing

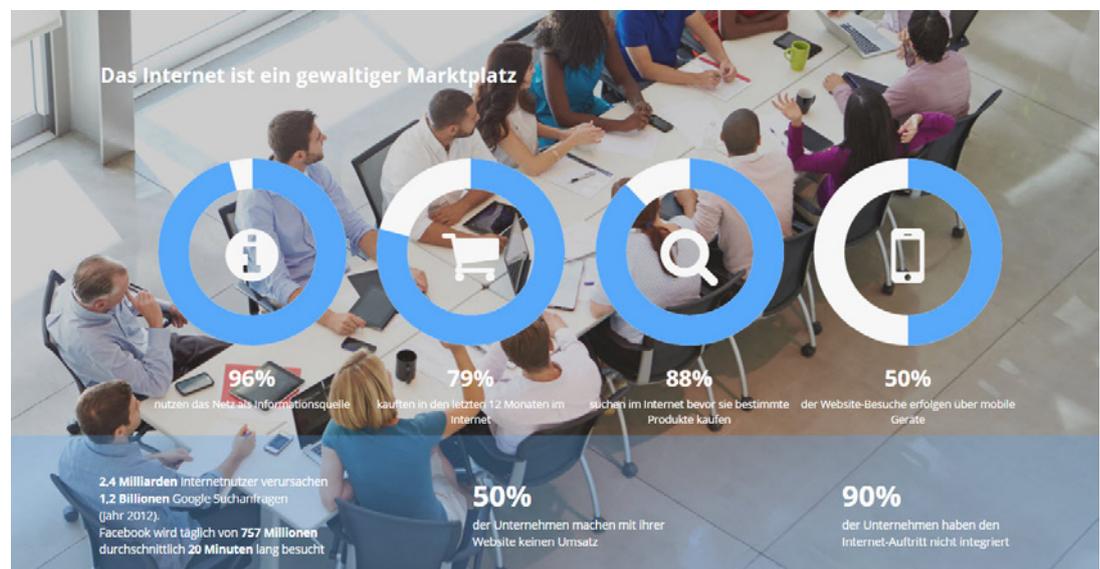
Große Unternehmen haben in der Regel ein großes Budget für Fernsehwerbung, Messeauftritte, Magazinwerbung und nutzen professionelles Internet- und E-Mail-Marketing. Große Unternehmen haben eine eigene Verkaufsabteilung, die sich auch um die Umsetzung von Internet-Strategien kümmert.

Kleine Unternehmen und Existenzgründer haben kein großes Werbebudget für Fernsehwerbung, Plakatwerbung, Messeauftritte, Magazinwerbung usw. Kleine Unternehmen haben keine eigene Verkaufsabteilung. Kleine Unternehmen nutzen kein professionelles Internet- und E-Mail-Marketing.

Internet-Marketing ist die beste Möglichkeit mit geringen Werbemitteln gute Resultate zu erzielen. Internet-Marketing kann sehr zielgruppenspezifisch und mit kleinem Budget durchgeführt werden. Es ist deshalb also genau der richtige Werbeweg und eine große Chance für kleine Unternehmen.

Da vielen kleinere Unternehmen das Know how nicht selbst im Haus haben, vergeben viele Firmen diese Chance. Unser Tipp: Wenden Sie sich an einen Internet Success Coach. Sie finden einen solchen Spezialisten in Ihrer Nähe auf unserer Website.

In diesem Report geben wir Ihnen bereits einen guten Überblick über erfolgreiche Strategien, mit denen Sie Ihre Dienstleistungen und Produkte besser über das Internet verkaufen können.



6. gravierender Fehler: E-Mail Marketing wird nicht genutzt

Unerwünschte E-Mails, sogenannte Spams, sind eine Plage im E-Mail-Verkehr und eine unzumutbare Belästigung. Spammen ist verboten. Seriöses E-Mail-Marketing hat mit Spammen nichts zu tun. Es ist die beste digitale Werbeform für Interessenten- und Kundenbindung sowie das Up- und Cross-Selling innerhalb einer bestehenden Geschäftsverbindung.

Beim E-Mail Marketing erklärt der Empfänger seine Zustimmung. In der Fachsprache spricht man vom Opt-in bzw. vom Double Opt-in. Wobei nach der aktuellen Rechtsprechung in vielen Ländern nur das doppelte Opt-in (Double Opt-in) eine ausdrückliche Zustimmung des Empfängers darstellt. Beim doppelten Opt-in erklärt der Interessent sein Einverständnis, z.B. durch das Anklicken einer entsprechenden Checkbox auf der Website. Danach erhält er ein E-Mail mit der Aufforderung seine Eintragung zu bestätigen. Er bestätigt also zweimal und Sie sind sicher, dass es sich bei der E-Mail-Adresse um die Mailadresse des Eintragenden handelt.

Eine weitere Voraussetzung für die Zulässigkeit ist, dass der Kunde der Verwendung nicht widersprochen hat und er dem weiteren Erhalt von E-Mails widersprechen kann. Technisch wird das durch einen Austragungslink im E-Mail umgesetzt.

Der Versand von persönlichen E-Mails, die über Platzhalter (Makros) personalisiert werden, wird als persönliche Kommunikation wahrgenommen auch wenn der Newsletter in tausendfacher Auflage versenden wurde.

Das E-Mail-Marketing System der Worldsoft Business Suite erfüllt die technischen Voraussetzungen. Schnell und einfach versenden Sie personalisierte Rund-E-Mails und können zielgruppengenau selektieren.





7. gravierender Fehler: Keine Automatisierung

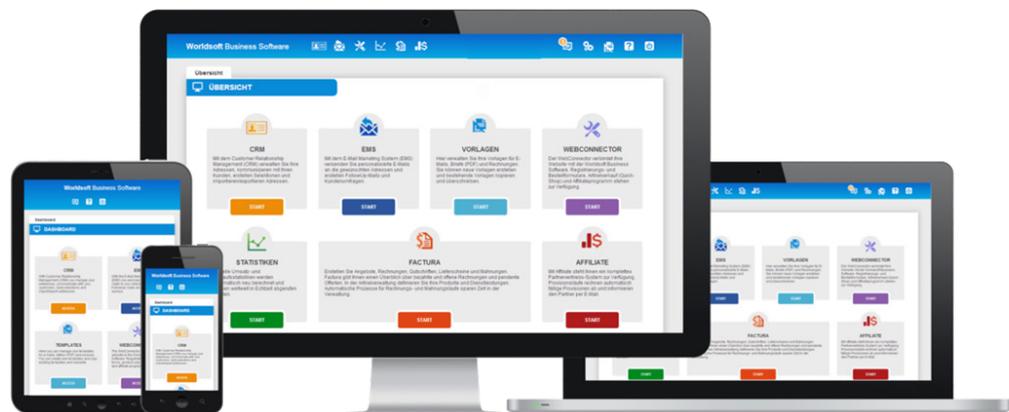
Viele Firmen wünschen sich zwar mehr Anfragen über das Internet, haben aber gleichzeitig auch Angst davor. Was würde geschehen, wenn Sie 1.000 Anfragen pro Tag erhalten?

Die Bearbeitung von Anfragen muss automatisiert sein, dann spielt es überhaupt keine Rolle ob Sie 1.000 Anfragen am Tag erhalten. Durch Automatisierung verwandeln Sie Ihre Website in ein mächtiges Verkaufsinstrument und gewinnen Neukunden per Autopilot.

Anfragen müssen **automatisch** in eine Datenbank fließen - automatisch richtig beantwortet werden - **UND automatisch** per Mail nachgefasst werden, wenn es nicht sofort zu einem Kauf kommt. **Schon das erhöht nach unserer Erfahrung Ihren Umsatz über das Internet um 200 bis 300 %!** Bei Worldsoft setzen wir dafür **automatische Folge-E-Mail-Newsletter**. **Bei diesen sogenannte FollowUps** versenden die Server nach vordefinierten Zeiträumen automatisch Nachfass-Newsletter - natürlich personalisiert - der Interessent wird **mit seinem Namen angesprochen!**

Mit der Worldsoft Business Suite verwalten Sie Ihre Adressen, kommunizieren mit Ihren Kunden, erstellen Selektionen und importieren/exportieren Adressen. Es ermöglicht Ihnen eine strukturierte und automatisierte Erfassung sämtlicher Kundenkontakte und Kundendaten. Die Übersicht über alle relevanten Kundendaten erleichtert gleichzeitig die Verwaltung und den Verkauf. Alle Vorgänge sind an einer Stelle dokumentiert. Ihre Mitarbeiter haben, je nach deren Zugriffsrechten, stets aktuelle Informationen zur Verfügung.

Mit der Worldsoft Business Suite automatisieren Sie Ihr Internetmarketing!



Kundengewinnung per Autopilot - Beispiel

Die Neukundengewinnung über das Internet per Autopilot ist kein theoretischer Ansatz, sondern ein praxiserprobtes Konzept, das für kleine und mittelständische Unternehmen anwendbar ist. Nachfolgend sehen wir uns die vier Schlüssel zum Erfolg am Beispiel eines Reisbüros an. Diese vier Schlüssel sind: Traffikgenerierung, Interessentengewinnung, Vertrauensaufbau und Verkauf.

Wir zeigen Ihnen auch auf, wie Sie diese Strategien mit der Worldsoft Business Suite (WBS) umsetzen und vollautomatisch abzuwickeln. Die WBS haben wir aus der Praxis für die Praxis entwickelt. Wir sind seit fast zwei Jahrzehnten Internetmarketing Spezialisten. Deshalb haben Sie in der WBS alles aus einer Hand: Website-Integration, CRM, E-Mail-Marketing-System, Kundenumfragen, Quick-Shop, Fakturierung, Artikelverwaltung, Affiliate-Programm u.v.m. WBS ist eine browserbasierende Cloud-Lösung. Der Kauf teurer Software und deren Installation auf geeigneten Servern entfallen.



Karibikreisen-Anbieter

Mit dem nachfolgenden Beispiel möchten wir Ihnen aufzeigen, wie das Konzept „Kundengewinnung per Autopilot“ in der Praxis funktionieren kann. Dieses fiktive Beispiel ist übertragbar auf jede Branche, unabhängig davon ob Dienstleistungen oder Produkte angeboten werden.

Im Anhang finden Sie dazu noch weitere Anregungen in Form von Ideen für andere Branchen. Sicher werden Sie nach dem Lesen des Reports ebenfalls einige zündende Ideen haben, wie Sie mit Hilfe dieser Technik wesentlich mehr Umsatz und Gewinn produzieren können und gleichzeitig Zeit und Geld in der Verwaltung sparen.

1. Mehr Traffic - mehr Besucher auf der Website

Um mehr Website-Besucher zu haben (mehr Traffic), gibt es verschiedene Marketingmaßnahmen im Internet. In diesem Report erklären wir Ihnen in Kurzform diese Methoden:

- **SEO** (Search Engine Optimization) = Suchmaschinen-Optimierung
- **PPC** (Pay per Click) = Anzeigen die pro Klick bezahlt werden
- **Social Media** Portale
- **Video-Portale**
- **Affiliate-Marketing**
- **E-Mail-Marketing**



1.1 SEO - Suchmaschinen-Optimierung

Maßnahmen die dazu dienen, dass Ihre Website in den unbezahlten Suchergebnissen auf den vorderen Plätzen erscheint, werden als Suchmaschinen-Optimierung bezeichnet. Internet-Benutzer suchen in Suchmaschinen nach Informationen, Produkten, Dienstleistungen oder Firmen. Google hat einen Marktanteil von aktuell über 90 Prozent. Daher orientiert sich Suchmaschinen-Optimierung stark an den Vorgaben von Google.

Die OnPage-Optimierung betrifft Maßnahmen an der Website selbst. Als Inhaber einer Website müssen Sie nicht im Detail wissen, was die aktuellen Google-Vorgaben sind, für eine OnPage-Optimierung. Internet Spezialisten kennen die Maßnahmen der Optimierung des Seiteninhalts (Content), der Formatierungen, der Überschriften, der Keywords und der technische Aspekte. Sie können jedoch die Leistung Ihrer Website sehr einfach überprüfen, indem Sie selbst nach Ihrer Firma suchen.

Eine bessere Leistung hat jedoch auch mit dem Faktor Zeit und der Aktualität Ihrer Website zu tun. Je länger Ihre Website im Netz ist und je öfter Menschen diese bei den entsprechenden Suchbegriffen angeklickt wurde, desto besser wird auch die Leistung Ihrer Website. Für das Ranking in Suchmaschinen ist es auch sehr wichtig, dass auf Ihrer Website ständig neue Inhalte eingefügt werden. Dann wird Ihre Website als „**aktuell**“ und „**wichtig**“ bei Suchmaschinen wie z. B. Google eingestuft.

Unser fiktiver Karibik-Reisen-Anbieter hat eigentlich nur drei verschiedene Karibik-Reisen im Angebot. Damit sich der Inhalt dennoch ständig ändert, hat er auf seiner Website ein Gästebuch, einen Blog und ein News-Modul eingebaut. Gästebucheinträge und Blogbeiträge erzeugen neue Inhalte auf der Website. Und ab und zu schreibt der Unternehmer selbst wissenswerte News über Reisen in die Karibik.

Die OffPage-Optimierung bezieht sich auf Maßnahmen außerhalb der eigenen Website.

Eine der wichtigsten Bewertungskriterien für das Rating sind eingehende Links. Sogenannte Rückverweise oder auch Backlinks genannt. Die Quantität und Qualität dieser Links zu Ihrer Website spielt eine große Rolle. Für ein besseres Ranking benötigen Sie viele Links die zu Ihrer Website verlinken. Und je wichtiger die Webseiten sind die zu Ihnen verlinken, desto besser.

Dazu schaltet unsere Karibikreisenanbieter kleine Anzeigen in bekannten Reiseportalen. Wichtig sind dabei Anzeigen mit einem Link zu der Website des Anbieters. Damit ist der Link von der Anzeige zur Karibikreisen-Website ein Back-link. Da die Portale bekannt sind und selbst ein gutes Ranking haben, verbessert sich das Ranking der Website.

Es gibt viele Anbieter die SEO-Dienstleistungen anbieten. Back-links gehören zu den Geheimnissen der SEO-Spezialisten. Achten Sie bei der Beauftragung solcher Agenturen auf die Messbarkeit der Ergebnisse.

In diesem Report zeigen wir Ihnen auch die Vorteile von Affiliate-Marketing auf. Affiliate-Marketing beruht auf der Verlinkung zu Ihren Produkten. Durch Affiliate-Marketing erhalten Sie also zusätzlich sehr viele Backlinks und damit ein besseres Ranking.

1.2 PPC (Pay per Click) - kostengünstige Werbung von neuen Kunden inklusive Erfolgsauswertung

Pay-per-Klick (PPC) bedeutet, dass Sie nur bezahlen, wenn Nutzer auf Ihre Anzeige klicken. So lassen sich die Kosten leicht kontrollieren. Sie können auch ein finanzielles Limit pro Tag und pro Monat festlegen. Mithilfe von PPC-Werbung erreichen Sie Nutzer, die aktiv nach Ihren Produkten und Dienstleistungen suchen.

Ein wichtiges PPC-Angebot ist das Google AdWords-Programm. Google hat bei Suchanfragen einen Marktanteil von über 90 Prozent. Sucht jemand in Google nach einem Begriff (Keyword), z. B. Karibik-Reisen, erscheinen neben den eigentlichen Suchtreffern oben und rechts **bezahlte Werbeanzeigen**.



Das Interessante bei Google AdWords:

1. **Sie bezahlen nur bei Erfolg**, also wenn jemand auf Ihren Link klickt und damit zu Ihrer Website kommt.
2. **Sie selbst bestimmen**, was Sie bereit sind für einen Klick zu bezahlen.
3. **Sie selbst legen auch Ihr Tagesbudget fest** - wenn der Betrag erreicht ist, erscheint die Anzeige einfach nicht mehr.
4. Sie können auch regional werben (z. B. 50 km im Umkreis).
5. Schon **innerhalb von wenigen Minuten** nach Eingabe erscheinen die Anzeigen!

Gratis bietet Google „Analytics“ an. Das ist ein kostenloses Analyse-Programm inklusive Conversion-Tracking. Das Programm liefert Ihnen umfangreiche Infos über Ihre Website-Besucher und die Effizienz Ihrer Werbung bei Google. Es gibt kaum ein anderes Werbe-Medium, bei welchem Sie **so schnell Werbung** schalten - und **so präzise Ihr Budget** festlegen können. Google hat eine große Reichweite, bringt viele Besucher, hat aber mittlerweile auch hohe Klickpreise.



PPC-Angebote gibt es auch von anderen Suchmaschinen, z.B. Bing bzw. Yahoo und Social Media Plattformen, wie z.B. Facebook.

1.3 Social-Media Portale

Social-Media Portale sind in erster Linie soziale Netzwerke. Facebook und Twitter sind wohl die aktuell Bekanntesten. Solche Portale eignen sich auch für Public Relations, Werbung und PPC-Anzeigen. Social-Media hat heute eine Beliebtheit von 42 Prozent im Internet-Marketing.

Der Vorteil von PPC-Anzeigen bei Facebook ist die genaue Zielgruppenansprache und niedrigere Klickpreise als bei Google.

Facebook bringt aber weniger Besucher und ist mehr für die End-Verbraucher-Ansprache (B2C) geeignet.



Unabhängig von der bezahlten Werbung sind Social-Media Portale hervorragend geeignet um Ihre Branchen-Kompetenz zu zeigen. Unser Karibikreisenanbieter ist deshalb in den Social-Media Portalen vertreten. Durch seine Follower bei Twitter, Freunde und Likes bei Facebook spinnt sich im Verlauf der Zeit ein feinmaschiges Netz rund um seine Kernkompetenz.

1.4 Video-Portale

Video-Portale wie YouTube, ClipFish usw. haben ebenfalls Social-Media Charakter. Unser Karibikreisen-Anbieter dreht bei seinen Aufenthalten interessante kurze Videos über die Sehenswürdigkeiten und Erlebnisse in der Karibik. Diese lädt er in YouTube und anderen Videoportalen hoch. Diese Videos motivieren eine Reise in die Karibik zu unternehmen. Im Video wird die Adresse der Website des Anbieters eingeblendet.

1.5 Affiliate-Marketing

Affiliate-Marketing basiert auf der Verlinkung der Partner zum Anbieter. Der eigentliche Erfinder des Affiliate-Marketings ist Amazon. Das Amazon Partnerprogramm ist eines der größten und erfolgreichsten Affiliate-Programme der Welt. Wer von seiner Website zu Produkten von Amazon verlinkt, erhält eine sogenannte Werbekostenerstattung von Amazon.



Das Affiliate-Programm der WBS ist für jedes Unternehmen geeignet und bringt Traffic auf die Website, eine bessere Listung bei Suchmaschinen durch viele Verlinkungen und zusätzliche Verkäufe ohne Werbekosten.

Website-Besitzer können sich als Partner für Karibikreisen eintragen und diese auf ihrer Website empfehlen. Dafür stellt der Anbieter Werbebanner zur Verfügung. Seinen Affiliates bezahlt er für jede erfolgreiche Vermittlung eine Provision. Provisionen muss er erst bezahlen nachdem der Kunde gekauft hat. Bei klassischer Werbung muss er im Voraus bezahlen und auf neue Kunden hoffen.

Je mehr Webseiten zur Karibikreisen-Website verlinken und je mehr Menschen die Reisen empfehlen, desto mehr neue Kunden werden gefunden. Ein Partnerprogramm bringt wesentlich mehr Umsatz und Gewinn! Zusätzlich wird das „Ranking“ in Suchmaschinen durch viele Verlinkungen verbessert. Google bewertet Websites zu denen viele andere Websites verlinken als wichtig. Je wichtiger eine Website für Google ist, desto weiter vorne, bzw. oben wird diese Webseite in Google bei einer entsprechenden Suche angezeigt.

Mit „Affiliate“ der Worldsoft Business Software steht dem Karibikreisen-Anbieter ein vollautomatisches System bis hin zur automatischen Provisionsabrechnung zur Verfügung. Im Kapitel 4 stellen wir das Affiliate-System näher vor.

1.6 E-Mail Marketing

Es gibt seriöse Listbroker die E-Mail-Adressen zur Miete oder zum Kauf anbieten, z.B. Firmen wie Schober, Trebbau etc. Die Kontakte, die Sie dort mieten können, haben ihr Einverständnis erklärt Werbung per E-Mail zu erhalten. Diese E-Mail-Adressen sind relativ teuer zu gewinnen und deshalb auch relativ teuer zu mieten oder zu kaufen.

Deshalb fallen viele Firmen auf Angebote herein, bei denen E-Mail-Adressen sehr günstig angeboten werden. Diese Angebote werden meist schon als Spam versendet. Es erübrigt sich deshalb nachzufragen, ob die angebotenen Adressen durch ein doppeltes Opt-in gewonnen wurden, wenn Sie selbst das Angebot als unerwünschtes E-Mail (Spam) erhalten haben.

Diesen verlockenden günstigen Angeboten, bei denen man Hundertausende oder Millionen E-Mail-Adressen bekommt, sollten Sie widerstehen. Möchten Sie, dass Ihr Unternehmen ein Spammer-Image bekommt? Aber einmal abgesehen davon, sind die Rücklaufquoten von Spam-Mails sehr gering. Die meisten E-Mails kommen ohnehin nicht an, landen in Spamfiltern, werden vom Empfänger als Spam wahrgenommen und gelöscht und führen vielleicht zu Abmahnungen.



Sie sollten also bei gemieteten oder gekauften E-Mail-Adressen lieber mehr bezahlen und zu einem seriösen Anbieter gehen. E-Mailing ist bei diesen Anbietern nicht viel günstiger als ein Brief-Mailing per Post. Wenn Sie jedoch Werbung für Ihre Website machen, bietet sich ein Postmailing nicht an. Wenn Sie einen Brief versenden und der Empfänger aktiv ins Internet gehen muss um auf Ihr Angebot zu reagieren, haben Sie einen Bruch im Leadgenerierungs-Prozess. Ein E-Mailing mit einem Link ist für Ihre Website-Werbung deshalb besser geeignet.

Wir zeigen Ihnen nachfolgend praxiserprobte Strategien, wie Sie sich eine eigene Liste für Mailings aufbauen und diese Kontakte zu Kunden machen. Der Vorteil dieser E-Mail-Marketing Strategie besteht darin, dass die Qualität Ihrer Adressen sehr hoch ist und durch den nachfolgenden Vertrauensaufbau wächst die Qualität noch mehr. Und Sie verdienen beim Aufbau der Liste durch den Verkauf Ihrer Produkte und Dienstleistungen. So kommen Sie quasi kostenlos zu Ihrer eigenen sehr wertvollen Liste und müssen keine Listen mieten.

2. Besucher zu Kontakten machen

98% der Betreiber einer Website oder eines Internetshops agieren nach dem Motto: Viele Besucher = viel Geschäft. Dabei beweisen Website-Statistiken: Die meisten Besucher verlassen die angeklickte Seite schon nach wenigen Sekunden! Dennoch ist dies die mit Abstand am häufigsten benutzte Taktik. Da der Erfolg in der Regel ausbleibt wird das Werbebudget für das Internet heruntergefahren.

Machen Sie es richtig! Suchen Sie nicht Kunden, sondern lassen Sie sich von Ihren Kunden finden. Es geht bei Ihren Werbemaßnahmen nicht nur darum gefunden zu werden, sondern von Ihren potentiellen Kunden gefunden zu werden.

Analysieren Sie Ihre Kernkompetenz. Mit was erzielen Sie am meisten Umsatz? Wo haben Sie das größte Know-how? Wie können Sie Ihren Kunden mit Ihrem Know-how helfen? Nachdem Sie sich darüber bewusst sein, isolieren Sie diese Kernkompetenz und machen daraus eine spezielle Landing-Page.



2.1 Landing-Page

Eine Landing-Page erhöht die Konversion, z.B. bei Google AdWords, da Inserat und Landing-Page perfekt aufeinander abgestimmt sind. Auf der Landing-Page wird Ihre Kernkompetenz in den Mittelpunkt gestellt. Sie können von der Landing-Page zu Ihrer Haupt-Website verlinken. Dort findet der Interessent mehr Information über Ihr Unternehmen. Aber auf der Landing-Page haben Sie nicht viele Informationen. Sie stellen möglichst alles auf einer Seite dar. Diese Seite zieht interessierte Besucher wie ein Magnet an und führt zur gewünschten Aktion. Das Ziel dieser Landing-Page ist es die E-Mail-Adresse des Interessenten über ein Eintragungsformular zu erhalten. Dadurch bauen Sie sich Ihre eigene Adress-Liste auf.

2.2 Eigene Adressliste aufbauen durch ein interessantes Angebot

Auf der Landig-Page bieten Sie ein interessantes Angebot an, das den Besucher motiviert sich einzutragen. Hier kommt wieder Ihre Kernkompetenz zum Tragen. Erstellen Sie einen Ratgeber, der die bekannten Probleme der Interessenten gezielt anspricht. Beispiele: Ein Anwalt macht einen Ratgeber zum Arbeitsrecht. Ein Restaurant bietet Rezepte an. Ein Physiotherapeut einen Report zum Thema Rückenschmerzen. Ein Naturkostladen zu Naturkost. Ein Immobilien-Makler über den Kauf- und Verkauf von Immobilien usw.

Unser Karibik-Reisen-Anbieter schreibt einen GRATIS-Report: „**Karibik-Reisen - die wichtigsten Tipps, um Geld zu sparen**“. Das Inserat bei Google AdWords lautet: „**Karibik-Reisen - die wichtigsten Tipps, um Geld zu sparen - GRATIS-Report anfordern**“. Inserat und Landing-Page sind aufeinander abgestimmt. Das erhöht die Konvertierungsrate (Relation zwischen Klick auf die Anzeige und Kontaktaufnahme).

Auf welche Anzeige bei Google AdWords würden Sie klicken? Auf eine der vielen langweiligen „Hier Karibik-Reisen...“-Inserate oder auf eine Anzeige, die einen **GRATIS-Report über die wichtigsten Tipps** anbietet, um Geld bei einer Karibik-Reise zu sparen? Wer den Report herunterlädt, muss sich natürlich zuvor mit seiner E-Mail-Adresse registrieren und wird auf Wunsch in den Newsletter-Verteiler aufgenommen. So bauen Sie Ihre eigene Adress-Liste mit qualifizierten Adressen auf.

2.3 Kooperationen mit anderen Listeneignern

Wenn Sie eine eigene Adress-Liste aufgebaut haben, können Sie Kooperationen mit anderen Listeneignern eingehen. Sie schreiben die E-Mail-Adressen auf gegenseitiger Basis an. Sie versenden z.B. 3.000 E-Mails für ihn und er für Sie. Eine offene Kommunikation mit einem persönlichen Bezug ist dabei die beste Strategie. Zum Beispiel: „Mein Geschäftsfreund Mr. Ship vermietet Boote in der Karibik...“ Und der Geschäftsfreund schreibt: „Mein Geschäftsfreund Mr. Travel bietet preislich vorteilhafte Reisen in die Karibik an...“

Ihre Adressen sind Ihr Kapital. Sie besitzen Vertrauen bei diesen Menschen. Diese Menschen vertrauen Ihrer Kompetenz. Menschen, die im Internet unterwegs sind, sind schlau. Es ist ihnen schon klar, dass Sie auch etwas verkaufen wollen. Das ist auch in Ordnung, solange Sie immer wieder Nutzen durch wertvolle Informationen bieten. Wenn Sie aber, wie es 95 % der Anbieter tun, ständig nur mit den verschiedensten Angeboten kommen, werden sich viele Newsletter-Abonnenten wieder austragen.

2.4 Video-Trailer erhöhen die Klickrate um bis zu 1.000 Prozent!



Sie möchten einen weiteren Sales-Turbo? Dann stellen Sie Ihre Dienstleistung oder Ihr Produkt in einem kurzen Video-Trailer auf Ihrer Website vor! Analysen haben ergeben, dass dadurch die Klickraten bis zu 1.000 Prozent (!) höher sind! Videos erhöhen den Aufmerksamkeitsgrad auf Ihrer Website und dadurch Ihren Verkaufserfolg!

Ein kurzer Video-Trailer gedreht in der Karibik motiviert dazu den Koffer zu packen. Dieses Video ist bereits auf der Startseite der Website. Und der GRATIS-Report motiviert zusätzlich sich gleich einzutragen.

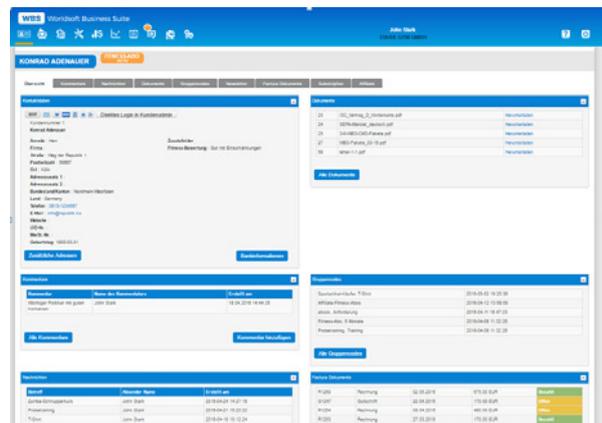
3. Kontakte werden zu Kunden

Wie sieht es in der Regel bei kleineren Firmen aus? Eintragungen von Website-Besuchern z. B. in das Newsletter-Formular (sofern überhaupt vorhanden) werden per E-Mail zugestellt. Die Firma druckt diese Mail aus (elektronische Daten werden zu Papier gemacht!) und legt das Blatt in einem Ordner ab. Zur Weiterverarbeitung müssen die Daten in einer anderen Software erfasst werden. Anfragen müssen von Hand bearbeitet werden. Kleinere Firmen haben aber keine Verkaufsabteilung die sich darum kümmert. Meist führt das dazu, dass Kontakte nicht optimal genutzt und manchmal nicht einmal beantwortet.

Vielen Firmen fehlt eine Software die den Internet-Auftritt mit ihrer Adressverwaltung und ihrem Rechnungswesen verbindet. Und es fehlt in der Regel auch ein geeignetes Newsletter-Programm um aus Kontakten Kunden zu machen.

3.1 Anfragen automatisch beantworten

Die Worldsoft Business Suite verbindet Website, Marketing und Verwaltung. Anfragen und Verkäufe von Ihrer Website werden automatisch beantwortet und verarbeitet. Trägt sich jemand über ein Formular ein, wird **automatisch** vom Server eine von Ihnen **vordefinierte E-Mail** versandt. Direkt nach dem Eintrag hat Ihr Interessent oder Kunde **sofort das gewünschte Angebot von Ihnen**.



3.2 Kontakte effizient nutzen

Die WBS ermöglicht genaue Selektionen und gibt Ihnen eine Übersicht über alle relevanten Kundenprozesse. Es ist ein effizientes Werkzeug um mehr zu verkaufen und ein proaktives Kunden-Management und Marketing umzusetzen. Anfragen und Kontakte (Leads) können Sie verschiedenen Mitarbeitern oder Verkäufern zuordnen und den Verkaufsprozess mit dem Leadmanager steuern. Durch die Nachverfolgung der Kommunikation, des Status, der Notizen und Dokumente, haben Sie einen genauen Überblick über alle Aktivitäten und Ihren Verkauf. Der Leadmanager erhöht Ihre Verkäufe und steuert den Verkaufsablauf.



3.3 Nachfassen per Autopilot und Vertrauensaufbau

Die meisten Verkäufe werden erst nach einigen Kontakten getätigt. Folge-E-Mails (Follow-Ups) rufen Ihr Angebot in Erinnerung und bauen Vertrauen auf. Einmal aufgesetzt funktioniert die Neukundengewinnung per Autopilot! Cross-Selling-Aktionen werden ebenfalls in die Folge-E-Mails integriert um das Adresspotenzial optimal zu nutzen. Sehen wir uns das an unserem fiktiven Praxisbeispiel für eine Karibikreise genauer an:

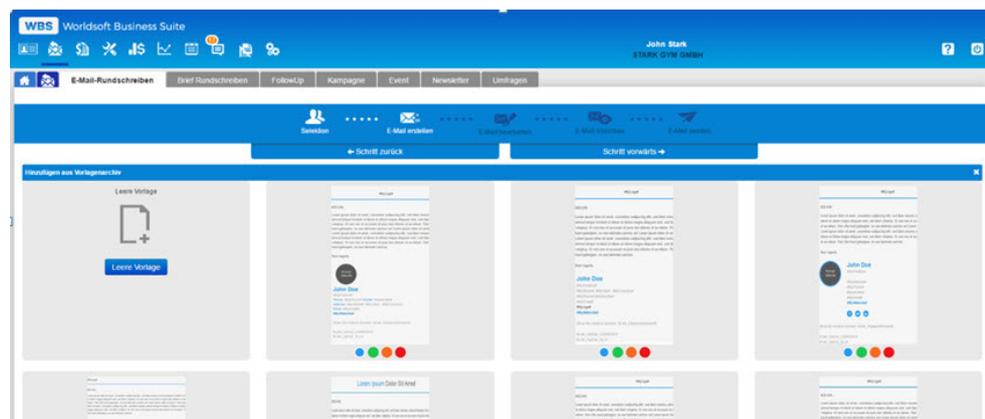
1. Direkt nach dem Eintrag erhält der Interessent über den Auto-E-Mail Prozess ein **präzises Angebot** (je nach Anfrage ein anderes Angebots-Mail).
2. Nach 5 Tagen erhält er ein **Nachfass-E-Mail**.
3. Nach 10 Tagen erhält er nützliche Informationen zu Karibikreisen.
4. Nach 20 Tagen ein günstiges, zeitlich befristetes Angebot.
5. Nach 40 Tagen eine Umfrage zum Thema Karibikreisen.
6. Nach 60 Tagen das Angebot für Bootsvermietung in der Karibik usw.

Erfahrungsgemäß steigern schon wenige Nachfassmails den Umsatz um **200 bis 300 Prozent**, teilweise sogar über 1.000 Prozent! Mit der Worldsoft-Software können auch Events und Kampagnen mit Folge-E-Mails beworben werden.

3.4 Personalisierte E-Mail Rundschreiben

Wichtig ist mit den Interessenten und Kunden in Kontakt zu bleiben. Deshalb informiert unser Musterkunde von Zeit zu Zeit per Rundschreiben (Newsletter) über Neuigkeiten und unterbreitet seine Angebote, z. B. für die Vorstellung einer neuen Karibik-Reise, Last-Minute-Angebote usw.

Das E-Mail-Marketing System von Worldsoft ermöglicht den Versand personalisierter Rund-E-Mails (Newsletter). E-Mail-Rundschreiben werden über Makros (Platzhalter in den E-Mailvorlagen) personalisiert und empfangerspezifische Daten eingefügt. Ein persönliches Mail ist wesentlich effektiver und wird wahrgenommen.



3.5 Kunden-Umfragen

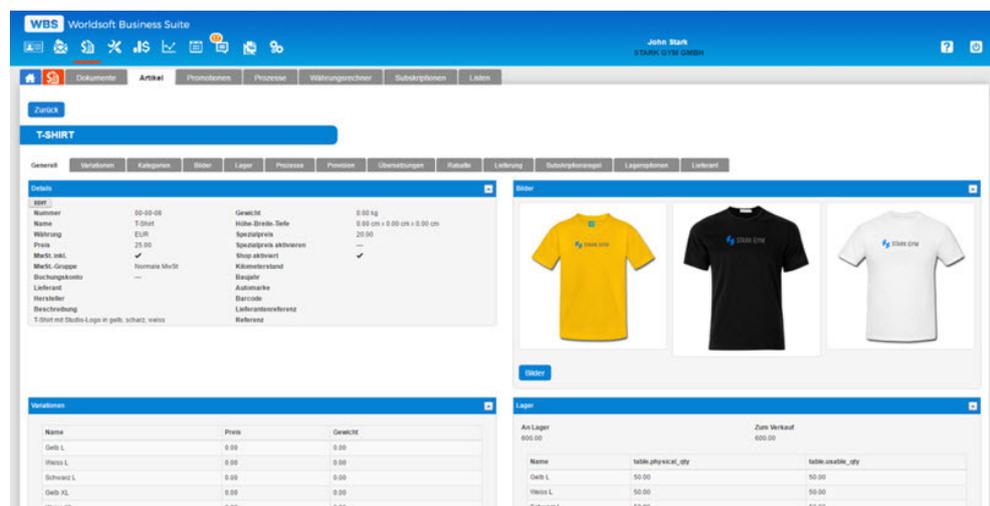
Mit Umfragen erhalten Sie wertvolle Informationen und binden den Kunden. Mit unserer Software erstellen Sie schnell und einfach beliebige Online-Umfragen. Sie versenden ein E-Mail-Rundschreiben mit dem Link zur Umfrageseite. In Echtzeit erhalten Sie die Ergebnisse als Zahlen und Grafiken angezeigt.



4. Artikelverkauf per Autopilot

Wenn über den Quick-Shop (in der WBS enthalten) Artikel verkauft werden, kann dieser Ablauf ebenfalls automatisiert werden. Die Bestellung wird im System notiert und dem Kunden bestätigt. Die Rechnung wird automatisch erstellt und als PDF dem Kunden per E-Mail zugesendet.

Als Zahlungssysteme stehen Rechnung, SEPA (Lastschrift-Verfahren), 2CheckOut (mit Kreditkarten) und PayPal zur Verfügung. Die Datei zum Einzug der SEPA-Dateien (XML) erstellt das System automatisch für **ALLE Kunden** (in einer Gesamtdatei) zu einem von Ihnen gewählten Zeitpunkt. Sie übermitteln die XML-Datei lediglich Ihrer Bank. Wird der Betrag auf Ihrem Konto gutgeschrieben, codieren Sie die entsprechende XML-Datei als „bezahlt“ um, und es werden automatisch **ALLE Rechnungen**, die in dieser Datei enthalten waren, auf **bezahlt** gestellt.



Bezahlt der Kunde über PayPal oder mit Kreditkarte (2CheckOut) wird die Zahlung automatisch verbucht und der Kunde bekommt ein E-Mail mit der Zahlungsbestätigung/Lieferinformation. Bei digitalen Produkten können Sie auch gleich die Lieferung per E-Mail automatisieren.

Sie erhalten vom System lediglich eine **Benachrichtigung** über den Kauf - der Rest funktioniert automatisch!

5. Statistiken und automatische Rechnungen

Durch die automatische Erstellung der Rechnungen haben Sie stets aktuelle Umsatzstatistiken. Bei **jedem** Aufruf, irgendwo weltweit über das Internet - z. B. auch während Ihres Urlaubs, errechnen die Server die **aktuellen Zahlen!**

Keine lästigen, von Hand erstellten „Excel-Listen“ - **mit nur einem Klick haben Sie die Entwicklung Ihrer Firma perfekt im Überblick:** Umsatz-Statistiken, Rechnungs-Status aller Rechnungen, Artikel-Statistiken, Mahnstufenübersicht uvam. **Sie können auch selbständig einzelne Artikel zu Artikelgruppen zusammenfassen und sich deren Umsatzentwicklung grafisch und auch in Zahlen anzeigen lassen.**

Artikel-Nr.	Artikel-ID	Artikelname	Menge	Gesamtbeitrag	Gesamtumsatz
00-00-05	5	Fitness-Abo 6 Monate	17,00	5420,00	5420,00
00-00-07	7	Fitness-Abo 24 Monate	2,00	2980,00	2980,00
00-00-08	8	T-Shirt	28,00	490,00	490,00
00-00-09	9	Zunfts 19-Lektoren	7,00	1190,00	1190,00
00-00-11	11	Stinkband	1,00	19,00	19,00
				Gesamtbeitrag	10699,00

Sie verwalten Angebote, Auftragsbestätigungen, Rechnungen, Gutschriften, Mahnungen und Provisionsabrechnungen an einer Stelle. In den Detailansichten haben Sie alle relevanten Informationen auf einen Blick. Das vereinfacht Ihre Verwaltung und gibt Ihnen einen genauen Überblick über Ihre Umsätze und Außenstände. Von dort aus können Sie direkt mit dem Kunden kommunizieren und viele spezielle Aktionen per Mausclick ausführen.

Alle erstellten Dokumente sind archiviert und können jederzeit wieder aufgerufen werden. Sie können auch Listen generieren, z.B. für Ihre Mehrwertsteuerabrechnung. Mit Factura können Sie auch wiederkehrende Zahlungen verwalten. Automatische Rechnungsläufe sparen Zeit in der Verwaltung.

Datum	Nummer	Status	Anzahlwert	Zahlungstyp	Leistungsnummer	Fällig	Lieferantennummer	Lieferant	Umsatz	Rechnungsnummer	Firma	Ort	Land	Aktionen
2016-03-27	R1263	BEZAHLT		RECHNUNG		✓		Korrad	Adenauer		Köln	de		
2016-03-27	R1247	BEZAHLT		PAYPAL		✓		Arnold	Schwarzenegger		Thu	at		
2016-03-27	R1248	BEZAHLT		SEPA-LEV		✓		Müller	Theresa		Shope	nl		
2016-03-27	R1258	BEZAHLT		RECHNUNG		✓		Michaen	Jackson		Gary	us		
2016-03-27	R1251	OFFEN		RECHNUNG		✓		Ferdinand	Graf von Zeppelin	Zeppelin	Konstanz	de		
2016-03-27	R1262	TEILZAHLUNG		RECHNUNG		✓		Albert	Einstein		Ulm	de		
2016-04-08	R1254	OFFEN		RECHNUNG		✓		Korrad	Adenauer		Köln	de		

Auch das **Mahnwesen** wird vom Faktura-System **automatisch** übernommen. In den Grundeinstellungen legen Sie **einmalig** fest, nach wie vielen Tagen die erste und die zweite Mahnung versandt werden sollen. Danach klicken Sie nur mehr zu dem von Ihnen gewünschten Zeitpunkt (in der Regel einmal monatlich) auf den automatischen Mahnungslauf. Das System erstellt daraufhin **automatisch** alle fälligen Mahnungen und **verschickt diese als PDF per E-Mail**. Selbstverständlich können Sie, wenn Sie das möchten, die Mahnungen auch noch ausdrucken und per Briefpost zusätzlich versenden.

Ihre Kunden haben Zugang zur Kunden-Administration. Ihr Kunde kann also Online sein Kundenkonto bei Ihnen einsehen, Adressangaben ändern und seine Rechnungen einsehen und ausdrucken.

Datum	Rechnungs-Nr.	Firma	Beschreibung	Status	Zahlungsdatum	Fälligkeitsdatum	Betrag	Aktionen
	R1268		Zahlar innerhalb von 30 Tagen ab Rechnungsdatum.	Bezahlt	2016-07-07		205.00	PDF
			Zahlar innerhalb von 30 Tagen ab Rechnungsdatum.	Offen			170.00	PDF Jetzt bezahlen

4. Affiliate-System als Sales-Multiplikator

Um mehr Umsatz über das Internet zu erzielen, steht Ihnen bei Worldsoft ein **ausgereiftes Affiliate-Programm** (Partner-Programm) zur Verfügung. Dieses Programm kann für Sie ein „SalesMultiplikator“ werden. Website-Besitzer können sich als Partner eintragen. Sie stellen Werbebanner zur Verfügung.

Vermittelt ein Affiliate Umsatz, erhält er eine von Ihnen festgelegte Provision, prozentual vom Umsatz. Sie können mehrstufige Provision bei einem Vertrieb mit verschiedenen Ebenen selbst festlegen. Beispiel: Sie haben einen Verkaufsleiter der Verkäufer betreut. Der Verkaufsleiter bekommt in einer zweiten Stufe eine Provision von den Umsätzen die seine Verkäufer machen.



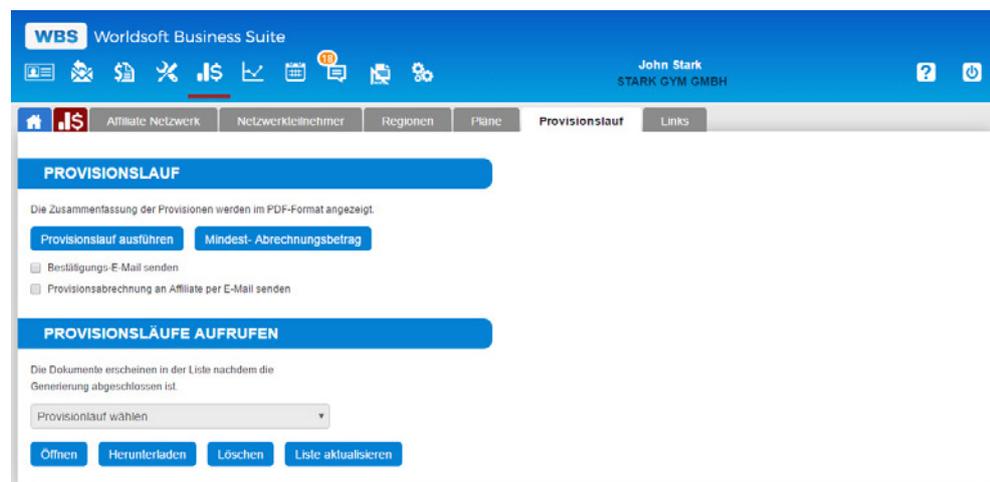
Sie können zwischen Ebenen-Strukturen, **festen Provisionen auf Artikel** (z. B. Autor für ein Buch) und auch **regionalen Gebieten** (Gebietsleiter) wählen. **Jeder Artikel kann einen anderen Provisionssatz haben. Jeden Artikel können Sie einem Affiliate-Netzwerk zuordnen.**

Die Provisionen/Honorare/Beteiligungen können Sie prozentual oder als festen Betrag einstellen. Sie legen fest ab welchem Mindestbetrag die Provisionen abgerechnet werden sollen. Wenn Sie z.B. möchten, dass erst abgerechnet wird, wenn insgesamt mindestens 50,- Euro Provisionen zusammengekommen sind, speichert das System die Provisionsansprüche solange als offene Provisionen, bis der Mindestabrechnungsbetrag erreicht ist und rechnet dann beim nächsten Provisionslauf alle offenen Provisionen ab.

Ihre Affiliate-Partner haben Zugang zur Kunden-Administration. Dort sind alle Infos für den Verkauf, Affiliate-Links, Marketing-Ideen und Werbebanner bereitgestellt. Das Affiliate-Programm bietet Ihren Partnern in der Kunden-Administration zusätzlich eine Provisionsvorschau, eine Liste der bereits erhaltenen Provisionen und eine Liste der vermittelten Kunden.



Die Provisionsabrechnungen werden vom System automatisch erstellt. Sie selbst bestimmen, wann Sie einen Provisionslauf auslösen. Sie klicken lediglich auf einen Button und das System erstellt selbständig alle Provisionsabrechnungen und verschickt die Abrechnungen per E-Mail als PDF an die Affiliate-Partner. Provisionsabrechnungen sind extrem komplexe Programme - aber für Sie als Kunde ist es in der Tat nur ein Klick auf einen Button!



Das Affiliate-System kann Ihren Umsatz und Gewinn vervielfachen!

7. Neukunden-Gewinnung per Autopilot!

Jetzt sind Sie am Ende des Reports angelangt. Wir hoffen, Ihnen hat das Lesen Spaß gemacht und Sie konnten sich davon überzeugen, welche **enormen Möglichkeiten Sie bei der Neukunden-Gewinnung per Autopilot haben.**

Die Neukundengewinnung über das Internet per Autopilot ist kein theoretischer Ansatz, sondern ein praxiserprobtes Konzept, das für kleine und mittelständische Unternehmen anwendbar ist. Über 100.000 User profitieren bereits von den Worldsoft-Programmen für mehr Umsatz und Gewinn im Internet.

Ständig neue qualifizierte Kontakte (Leads) und letztlich eine große Anzahl neuer Idealkunden sind kein Zufall sondern das Ergebnis einer marketing-orientierten Website. Was wir darunter verstehen und wie das umsetzbar ist, haben wir Ihnen in diesem Report aufgezeigt.



Beratung, Website-Gestaltung, Internet-Marketing, Automatisierung durch die Worldsoft-Software, Schulung und Betreuung - Sie haben jetzt einen kompetenten Partner an der Hand. Sie finden die Koordinaten Ihres Ansprechpartners unten rechts. Er steht Ihnen gerne für ein kostenloses Beratungsgespräch zur Verfügung.

Wir bedanken uns, dass Sie diesen Report angefordert und gelesen haben. Bitte tun Sie Ihren Bekannten und uns einen Gefallen - empfehlen Sie uns weiter!

Ihr Worldsoft-Team

Ihr Ansprechpartner:

beck & web
Hermann-Levy-Str.17, 53773 Hennef
Deutschland

Tel: 02242-969515
Fax: 02242-969519
t.beck@beckandweb.de
www.beckandweb.de



Worldsoft wurde 2004 mit dem **eco Award für ASP & Online Services** vom Verband der deutschen Internetwirtschaft e.V. ausgezeichnet.



Die Initiative Mittelstand verleiht den **INNOVATIONSPREIS-IT 2016** an besonders innovative IT-Lösungen mit hohem Nutzen für den Mittelstand. Die Fachjury zeichnete die Worldsoft Business Suite in der Kategorie E-Business mit dem Prädikat **BEST OF 2016** aus.

Anhang 1: Ideen für Restaurants

Grundlegende Idee

Es sollen sich möglichst viele Menschen beim Newsletter eintragen. Diese Adressen werden regelmäßig mit personalisierten Newslettern angeschrieben (in welchen der Kunde NAMENTLICH angesprochen wird – auch im laufenden Text), um die Kundenbindung zu erhöhen und die Auslastung des Restaurants zu optimieren. Viele Empfänger werden glauben, dass Sie ihnen persönlich diese Mail geschickt haben, was die Response-Quote (Rückmeldung) WESENTLICH erhöht.

Empfehlung für die Website

In „normale Newsletter-Angebote“ trägt sich so gut wie kein Website-Besucher ein. Damit sich viele Personen bei Ihnen eintragen, erstellen wir einen besonderen Anreiz, z.B. ein GRATIS-PDF, welches man nach dem Eintrag erhält. Ein griechisches Restaurant könnte z.B. ein PDF mit Hintergrundinformationen über griechische Gerichte und Griechenland geben; eine Pizzeria ein PDF über die geschichtliche Entstehung der Pizza; ein deutsches, österreichisches oder schweizerisches Restaurant, ein PDF mit interessanten Informationen zur einheimischen Küche. Das Newsletter-Angebot mit dem Gratis-PDF sollte bereits auf der Startseite (Homepage) SEHR deutlich sichtbar eingebaut sein. PDFs dieser Art können Sie auch durch uns erstellen lassen.

Inhalt der Newsletter

Die Newsletter können regelmäßig oder auch unregelmäßig verschickt werden. Bei vielen Restaurants bieten sich z.B. regelmäßige Informationen über die Mittags-Menüs für die jeweilige Woche an. Ebenso Änderungen in der Menükarte, Spezialmenü oder Spezialpreis-Aktionen für bestimmte Tage oder ein Wochenende. Eine personalisierte Rund-E-Mail an alle Kunden mit Hinweis, dass jetzt wieder die Genießer-Zeit für Wild-Freunde gekommen ist, trägt seine Früchte und beschert volle Gasträume. Auch für die Bewerbung von Spezialveranstaltungen sind personalisierte Rund-E-Mails bestens geeignet. Ob spanischer Abend mit Gitarrenspieler, italienischer Abend mit besonderem Meeresfrüchte-Buffer, der Riesen-Wienerschnitzel-Abend usw. – eine Rund-E-Mail, bei dem der Empfänger persönlich angesprochen wird, bringt Ihrem Restaurant wesentlich mehr Umsatz und Gewinn.

Flankierende Marketing-Maßnahmen

Stellen Sie bereits auf den Gästetischen kleine Kärtchen auf (wie Namenskärtchen), wo die Gäste zur Eintragung in den Newsletter aufgefordert werden. Auf der Rückseite kann der Gast direkt die Felder ausfüllen. Tipp: Bieten Sie für jede abgegebene Newsletter-Eintragung ein kleines Geschenk, z.B. einen Apéro oder einen Digestif. Denken Sie auch daran, alle Visitenkarten, Rechnungen, Zeitungsanzeigen etc. mit Ihrer Internet-Adresse zu versehen.

Anhang 2: Ideen für Rechtsanwälte

Kundenanforderung

Ein Rechtsanwalt ist spezialisiert auf Arbeitsrecht und schaltet bereits Google-Anzeigen. Er möchte mehr aus dieser Werbung herausholen. Dafür benötigt er eine business-orientierte Website mit einem speziellen Angebot für die Besucher seiner Website. Dieses Angebot soll möglichst viele Menschen animieren, sich bei dem Rechtsanwalt zu melden, bzw. sich in seinen Newsletter-Verteiler einzutragen (Adressen sammeln). Das Ergebnis soll messbar sein.

Empfehlung für die Website

Es wird eine spezielle Seite (Landing-Page) erstellt. Nachdem der Interessent auf den Anzeigenlink in Google geklickt hat, landet er auf der Landing-Page. Als Anreiz wird dem Kunden eine wertvolle kostenlose Information zum Arbeitsrecht geboten: ein GRATIS-Report mit den wichtigsten Tipps zum Arbeitsrecht! Der Text der Google-Anzeige lautet z.B. „Tipps zum Arbeitsrecht – Gratis-Report von renommiertem Münchner Fachanwalt anfordern...“. Auf der Landing-Page steht als Überschrift „GRATIS-Report: Tipps zum Arbeitsrecht“.

Den Report erstellt der Anwalt selbst. Der Report wird kostenlos zum Download als eBook angeboten. Der Interessent soll dazu veranlasst werden, sofort ein Formular auszufüllen und abzuschicken. Die Landing-Page selbst ist das Online-Formular. Dadurch wird ein weiterer Handlungsschritt gespart, der zum Ausstieg führen kann. Im Formular werden nur die wirklich benötigten Daten abgefragt: Anrede, Vor- und Nachname, E-Mail, Land, Sprache. Wer anfordert, trägt sich per Double Opt-in in den Newsletter-Verteiler (aktuelle Infos zum Arbeitsrecht) ein. Nach der Anforderung erscheint eine Seite mit der Downloadmöglichkeit des Reports. Diese Seite wird mit dem Google-Conversion-Tool gezählt.

FollowUp-Newsletter

Die gewonnenen Leads werden mit dem Gruppencode „Gratis-Arbeitsrecht-Report“ in der Datenbank codiert. An diese Gruppe wird eine FollowUp-Sequenz mit 10 bereits verfassten Newslettern erstellt. Der erste Newsletter wird nach 5 Tagen versendet, der 2. nach 14 Tagen, der 3. nach 30 Tagen, danach ein Newsletter pro Monat. Der Newsletter enthält wertvolle Informationen und von Zeit zu Zeit eine Handlungsaufforderung (z.B. weitere Informationen zum Arbeitsrecht oder ein persönlicher Termin beim Anwalt). Der Anwalt kann zusätzlich zum FollowUp noch wichtige Neuigkeiten und Änderungen per Rund-Email kommunizieren. Die FollowUp-Newsletter werden weiter ergänzt und ausgebaut, damit die Interessenten über viele Monate oder Jahre im Verteiler bleiben.

Ziel: Messbarkeit der Werbung und neue Kunden

Die Google-Anzeigen sind jetzt messbar. Das Ziel ist, Vertrauen bei den Kunden durch die Newsletter aufzubauen. Das führt direkt zu neuen Kunden und zu Empfehlungen durch die Newsletter-Leser.

Anhang 3: Ideen für Dachdecker

Kundenanforderung

Eine Bedachungsfirma möchte auf der Website die Aufmerksamkeit erhöhen und Vertrauen in die eigene Kompetenz schaffen. Dafür soll ein kurzer Video-Trailer erstellt werden, der dem Interessenten eine komplette Dachsanierung präsentiert.

Vorteil eines Video-Trailers

Im Internet wird immer weniger gelesen. Filme hingegen werden gerne angesehen. Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Filme vermitteln nicht nur Informationen, sondern wecken Emotionen - und das führt direkt zu mehr Umsatz. Ein Video-Trailer auf Ihrer Website erhöht die Aufmerksamkeit, baut Vertrauen auf und hebt die Website von der Masse ab. Tomorrow Focus erstellte eine Studie, die belegt: Die Klickrate auf einen Video-Trailer ist um über 1.000 Prozent höher als auf einen Werbebanner! Video-Trailer sind für jede Firma also ein notwendiges und unabdingbares Marketing-Instrument.

Professioneller Video-Trailer zum günstigen Pauschalpreis

Die Film-Produktion eines Video-Trailers ist normalerweise sehr teuer. Werbe- und Filmagenturen verlangen ganz schnell viele Tausend Euro für die Produktion. Wir haben die Produktion von Video-Trailern revolutioniert und können Ihnen professionelle Video-Trailer für Ihre Website zum günstigen Pauschalpreis anbieten.

Produktion des Video-Trailers

Zunächst wird gemeinsam mit dem Kunden ein Storyboard für den Trailer erstellt. Das Storyboard ist das Manuskript für den Inhalt und die Handlung. Die Videoaufnahmen finden direkt auf der Baustelle statt. Die Aufnahmen werden in verschiedenen Stadien der Dachsanierung gemacht. Die Trailermusik wird ausgewählt und die Aufnahmen des Sprechers werden produziert. Danach erfolgt der Schnitt zum fertigen Trailer.

Einbinden auf der Website

Der fertige Video-Trailer wird bei Worldsoft gehostet und auf der Website eingebunden.

Anhang 4: Ideen für Friseure

Grundlegende Idee

Es sollen sich möglichst viele Menschen beim Newsletter eintragen. Diese Adressen werden regelmäßig mit personalisierten Newslettern angeschrieben (in welchen der Kunde NAMENTLICH angesprochen wird – auch im laufenden Text), um die Kundenbindung zu erhöhen und die Auslastung des Friseurs zu optimieren. Viele Empfänger werden glauben, dass Sie ihnen persönlich diese Mail geschickt haben, was die Response-Quote (Rückmeldung) WESENTLICH erhöht.

Empfehlung für die Website

In „normale Newsletter-Angebote“ trägt sich so gut wie kein Website-Besucher ein. Damit sich viele Personen bei Ihnen eintragen, erstellen wir einen besonderen Anreiz, z.B. einen Wettbewerb oder ein Gratis-PDF, welches man nach dem Eintrag erhält. Ein Haarverlängerungsspezialist könnte z.B. ein PDF mit häufig gestellten Fragen zu Hair Extension erstellen; ein Naturfriseur ein PDF über die Zusammenhänge von Mondphasen und Haarwuchs. Das Newsletter-Angebot mit dem Gratis-PDF sollte bereits auf der Startseite (Homepage) SEHR deutlich sichtbar eingebaut sein. PDFs dieser Art können Sie auch durch uns erstellen lassen.

Inhalt der Newsletter

Die Newsletter können regelmäßig oder auch unregelmäßig verschickt werden.

Bei vielen Friseuren bieten sich z.B. regelmäßige Informationen über Schönheit, Haarpflege-Tipps und Trend-Infos an, aber auch darüber hinaus Themen über Körperbewusstsein, Fitness, regionale Empfehlungen von guten Restaurants, Kino usw. Eine personalisierte E-Mail an Ihre Kunden mit einem kleinen Geschenk zum Geburtstag oder die Advents-Gutschein-Aktion trägt Früchte. Auch für die Bewerbung von Spezialveranstaltungen sind personalisierte Rund-E-Mails bestens geeignet. Ob „selber Föhnen leicht gemacht“-Workshop oder Jubiläums-Apéro – eine Rund-E-Mail, bei welcher der Empfänger persönlich angesprochen wird, bringt Ihrem Salon wesentlich mehr Umsatz und Gewinn.

Flankierende Marketing-Maßnahmen

Stellen Sie auf den Bedienungstisch kleine Namens-Kärtchen „Reserviert für _____“ mit dem Namen der Kundin auf, wo die Gäste zur Eintragung in den Newsletter aufgefordert werden. Auf der Rückseite kann der Gast direkt die Felder ausfüllen. Tipp: Bieten Sie für jede abgegebene Newsletter-Eintragung ein kleines Geschenk, z.B. eine Gratis-Kopfmassage oder ein kleines Haarpflege-Produkt. Denken Sie auch daran, alle Visitenkarten, Rechnungen, Zeitungsanzeigen etc. mit Ihrer Internet-Adresse zu versehen. Und fordern Sie dazu auf, sich in den Newsletter einzutragen.