

WAS sage ich meinen Kunden?

Content für meine Marketing-Kommunikation

Selbstständige befassen sich in der Regel ausführlich mit ihrem Thema und sprechen meistens auch gerne mit anderen darüber – trotzdem gibt es Hürden, die verhindern, dass passende und zielführende Inhalte mit Spaß und Leichtigkeit veröffentlicht werden. Ich habe ein paar der Sätze notiert, die ich häufig von Selbstständigen höre. Kommt dir etwas bekannt vor?

- Ich habe keine Ideen, es ist schon alles gesagt ...
- Es steht doch alles auf meiner Webseite und meinem Flyer ...
- Ich habe keinen Plan und keine Zeit für dauernde Kommunikation ...
- Es gibt so viel zu sagen, ich weiß nicht, wo ich anfangen soll ...
- Ich bin dauernd sichtbar, aber trotzdem kauft niemand ...
- Ich habe mein Format noch nicht gefunden ...

Was ist deine größte Hürde?

.....

.....

Prinzipien

Ich wende mich an Selbstständige, die ihr Unternehmen steuern und ihre Marketing-Kommunikation zielführend gestalten wollen. Unternehmerinnen, mit denen ich zusammen arbeite, begreifen sich als Wunscherfüllerin oder Problemlöserin und wollen echte Beziehungen zu ihren Kunden aufbauen. Sie ...

- nutzen Marketing als Brücke zum Kunden und begreifen dies als Teil der Lösung
- kennen und beachten die Phasen Kundenreise
- führen kleinere Kampagnen durch, um ihre Positionierung immer weiter zu schärfen und für die passenden Kunden sichtbar zu werden

Content Marketing ...

- weckt Interesse, informiert, berät und unterhält die „Zielgruppe“ – orientiert sich dabei an den Bedürfnissen der potentiellen Kunden, ist leicht konsumierbar und macht dir und deinen Kunden Spaß
- bietet relevante Inhalte, die Informationen und Emotionen transportieren
- orientiert sich bei Ansprachen und Themen eher an Fachpresse-, Ratgeber- und Unterhaltungspublikationen
- dient dem Ziel, passende Kunden zu gewinnen und eine längerfristige Beziehung zu ihnen aufzubauen

Die Inhaltsproduzentin profiliert sich als Expertin, Beraterin und Entertainerin, die Kompetenzen, Know-how und Wertversprechen durch den Inhalt demonstriert, statt sie nur zu behaupten.

https://de.wikipedia.org/wiki/Content_Marketing

Botschaft, Themen & Protagonisten

Sich zu überlegen, WAS man in die Welt senden möchte, ist lediglich *ein* Teil der Kampagnenplanung. Alle Aspekte deiner Kommunikation hängen zusammen – wen du mit welchen Zielen ansprichst, welche Formate zu dir und deinen Kunden passen, welche Anlässe du für deine Kommunikation schaffst und welche Kommunikationskanäle du nutzen möchtest ... Hier sind vier Bereiche, um die sich deine Inhalte drehen können:

- Rund um´s Business: Gründerin, Team, Blick hinter die Kulissen, Motive, Arbeitsweise ...
- Produkt, Leistung, Angebot: Teil-Lösungen, Tipps, Erklärungen, Service, Folgeprodukte ...
- Kundenperspektive: Ausgangslage, Gefühle, Bedürfnisse, Ergebnisse, Erlebnisse ...
- Rund um die Mission: Markt, Gesellschaft, Anlässe ...

Mit welchen Inhalten wirst du sichtbar?

Business:

Angebot:

Kundenperspektive:

Mission:

Was sind deine nächsten Schritte?

.....

.....

.....

Ich unterstütze dich gerne und freue mich, wenn wir in Kontakt bleiben.