

# ONLINEMARKETING FÜR LOKALE UNTERNEHMEN



PHILIPP LAY

## **Bevor Sie dieses E-Book lesen:**

Der Inhalt dieses E-Books ist für Klein- und mittelständische Unternehmer, welche auf lokale Kunden angewiesen.

Mit diesen Techniken, welche in diesem E-Book vorgestellt werden, können Sie mit Facebook und Instagram **täglich** neue Kundengelegenheiten gewinnen, direkt in Kontakt treten und persönlich mit Ihnen das Geschäft abschließen.

Wenn Sie noch mehr über Onlinemarketing für lokale Unternehmer wissen wollen, können Sie mit **Ihren Zugangsdaten** an einem spannenden Videokurs (kostenlos) auf <https://p-lay.de/kostenloses-videotraining/> teilnehmen.

## **Wie lokale Unternehmen mit Social-Media-Marketing einen regionalen Wettbewerbsvorteil erhalten.**

Wenn Sie ein kleines-/ oder mittelständisches Unternehmen haben und auf Kunden aus der Umgebung angewiesen sind, dann ist dieses E-Book genau das Richtige für Sie.

Neukundengewinnung mit Social-Media-Marketing können nicht nur die großen Konzerne mit viel Werbebudget, sondern auch der Friseur um die Ecke, das Restaurant, der Handwerker, Einzelhändler und eben alle, die persönlich mit Ihrer Kundschaft umgehen und mehr aus Ihrem Werbebudget machen wollen.

In diesem E-Book erfahren Sie, wie Sie mit Socialmedia **täglich Neukundengelegenheiten gewinnen** können und diese dann zu Käufer umwandeln!

Und eines gleich vorweg: Sie müssen **nichts** auf Facebook posten oder jeden Tag Zeit darin investieren... Sie brauchen nicht einmal eine eigene Webseite! Klingt unglaublich?

An der Stelle möchte ich mich vorstellen: Ich bin Philipp Lay, Gründer von „Onlinemarketing Dienstleistungen“ und unterstütze lokale Unternehmen zu mehr

Bekanntheit und Umsatz mit dem größten Marketinginstrument **der Welt**: Facebook und Instagram.

Mein Wissen habe ich von Top-Marketingexperten aus Deutschland und den USA gelernt, welches ich stets auf dem neuesten Stand halte, damit Sie in diesem E-Book oder einem persönlichen Gespräch profitieren können. Da Sie diese Zeilen lesen, ist Ihnen der Wandel der Zeit auch bewusst – Internet ist Alltag, machen es Sie sich zu einem Werkzeug.

## **Die Probleme lokaler Unternehmen:**

- Es wird immer schwieriger neue Kunden zu gewinnen.
- Schlecht aufgebaute Onlinekampagnen = schlechte Ergebnisse
- Social-Media wurde noch nicht als Neukundenmaschine entdeckt
- Kein System hinter den Kampagnen um professionell nachfassen zu können.

## **Die Lösung:**

- Die richtige Zielgruppe mit dem richtigen Angebot ansprechen und somit unzählige Neukundengelegenheiten erschaffen.
- Die Prozesse automatisieren und mit den potenziellen Neukunden in Kontakt treten, als wären Sie schon in Ihrem Geschäft.
- Den Prozess Wiederholen und optimieren.



# Facebook ist die günstigste und effektivste Form von Werbung.

In dieser Tabelle sehen Sie die unterschiedlichen Kosten um 1000 Menschen zu erreichen.



Für Facebook/Instagram Werbung werden gerade mal **25 Cent** ausgegeben um **1000 Menschen** zu erreichen, im Vergleich zu den Printmedien (Zeitung, Flyer, Prospekt) eine sehr günstige und vor allem effektive Lösung.

Für Flyer oder Inserate in Zeitungen wissen Sie zwar was Sie dafür ausgegeben haben, aber wissen Sie auch wie viel Sie dadurch wieder eingenommen haben?

Onlinekampagnen können auf den Cent genau verfolgt werden, um zu erfahren was ein neuer Kunde gekostet.

*Kurz gesagt* – **Sie kaufen Ihre neue Kundschaft.**

## **Die Digitalisierung erlebt zurzeit einen Umschwung**

Um Umsatzstarke und erfolgreiche Werbung im Internet zu machen gibt es wichtige Kriterien zu beachten.

- **Targetieren Sie die richtige Zielgruppe.**

Facebook und Instagram haben eine sehr zuverlässige Technik, um den richtigen Menschen die interessanteste Werbung anzuzeigen. Dies erledigt der sogenannte *Algorithmus* [künstliche Intelligenz] und wertet 24 Stunden täglich Nutzerdaten aus, welche anhand Ihres Surfverhaltens analysiert worden sind.

Somit ist der Streuverlust im Vergleich von Zeitungen oder Radiospots sehr klein und macht die Anzeigen nicht nur effektiver, sondern auch günstiger.

**Praxistipp 1:** Beim Schalten von Werbeanzeigen in Facebook ziehen Sie diese Kriterien für Ihre Kampagne mit ein: Alter, Geschlecht, Interessen und Standort.

Alter ⓘ 18 ▼ - 36 ▼

Geschlecht ⓘ Alle Geschlechter

Detailliertes Targeting ⓘ Einschließlich Personen, die übereinstimmen ⓘ

Interessen > Einkaufen und Mode > Schönheit

Haarprodukte ✕

Interessen > Zusätzliche Interessen

Haarmode

Haarpflege

Langes Haar

Demografie, Interessen oder Verhaltensweisen | **Vorschläge** | **Durchsuchen**

Personen ausschließen oder Zielgruppe eingrenzen

Wenn eine verbesserte Performance absehbar ist, kannst du die detaillierte Targeting-Erweiterung aktivieren und so mehr Menschen erreichen.

[Erfahre mehr zur detaillierten Targeting-Ausweitung.](#)

**Praxistipp 2:** Wählen Sie das Gebiet aus, in der nur Ihre Werbung sichtbar sein soll.

Standorte ⓘ

Jeder an diesem Ort ▼

Deutschland

📍 Hornbergtunnel, Hornberg, Baden-Württemberg,

Deutschland + 16km ▼

📍 (48.1068, 8.3646) + 5km ▼

📍 (48.1838, 7.9910) + 5km ▼

📍 Ausschließen ▼ | Gib weitere Standorte ein

Durchsuchen



## **Das *unglaubliche* Angebot**

Sichtbarkeit ist für das Unternehmen wichtig, reicht jedoch nicht aus um effektive und nachvollziehbare Ergebnisse der Kampagne zu erhalten. Es braucht eine direkte Botschaft, ein **attraktives Angebot** um von der Masse abzuheben.

### ***Beispiel für ein Produkt oder***

***Dienstleistung:*** 50% auf das Produkt X

### ***Beispiel für eine Mitgliedschaft:***

2 Wochen Gratis testen. Vergünstigung um 50%.

## **Die künstliche Verknappung**

Präsentieren Sie Ihre Produkte oder Dienstleistungen als ein zeitlich limitiertes Angebot oder in einer begrenzten Stückzahl, um eine Dringlichkeit zu erzeugen. Schließlich möchte der Interessent diese Gelegenheit nicht verpassen und am besten sofort zuschlagen. Beispieltext: Nur noch 25 Gutscheine bis zum 01.01.



## Analysieren und optimieren

Jede Onlinekampagne kann und sollte genau ausgewertet werden um noch mehr herausholen zu können. Die grundlegendsten Werte sind: Wie viel haben die Kampagne gesehen (Reichweite, Impressionen), wie viele *Leads* (Potenzielle Neukunden) haben sich eingetragen und wie viel hat einer davon gekostet.

Ergebnisse	Reichweite	Impressionen	Kosten pro Ergebnis	Qualitäts-Einstufung Bestimmung der ...	Einstufung der Interaktionsrate Bestimmung der ...	Einstufung der Conversion Rate Bestimmung der ...
30 Leads auf ...	1.608	3.341	1,50€ Pro Leads a...	Überdurchschn...	Überdurchschn...	Überdurchschn...
10 Lead auf F...	654	842	1,14€ Pro Leads a...	—	—	—
<b>40</b> Leads auf Fa...	<b>1.903</b> Personen	<b>4.183</b> Gesamt	<b>1,41 €</b> Pro Leads auf...			

Diese Tabelle war eine Kampagne für ein Kosmetikstudio und anhand dieser Werte ist eine Kostenoptimierung möglich. Ein potentieller Kunde für nur 1,50 € um eine Dienstleistung im Wert von 69€ zu vereinbaren.

## Der Werbetext

Der Werbetext muss es auf den Punkt bringen und sollte so aufgebaut sein, dass sich der Facebooknutzer sofort angesprochen fühlt.

Um möglichst viel Aufmerksamkeit zu erlangen, ist der Werbetext in folgenden Textbausteinen aufgebaut:

- **Persönliche** Begrüßung
- Eine Frage, welche **positive** oder negative (Painpoint) Gefühle erweckt
- Das **besondere** Angebot
- Die künstliche Verknappung
- Den **Nutzen** des Produkts
- Die Aufforderung zum **Handeln**

Um noch mehr über Werbetexte zu erfahren, finden Sie von mir einen kostenlosen Videokurs auf

<https://p-lay.de/kostenloses-videotraining/>

## Das Werbevideo

Das Werbevideo ist mit Ihrem Handy aufgenommen und darf **nicht professionell** aussehen, da es sonst **sofort als Werbung** erkannt und dementsprechend ignoriert wird. Der Grund ist einfach: Unser Auge ist durch Fernsehen, YouTube und Facebook sehr gut trainiert und kann in Bruchteilen von Sekunden professionell aussehende Videos als Werbung

entlarven. Dies umgehen wir mit authentischen Amateuraufnahmen. Selbstverständlich dürfen Sie nicht allzu verwackelt sein und ein paar Schnitte mit einer Videoschnittapp bringt zudem noch Schwung hinein. Dabei filmen Sie das, was ein Kunde sonst auch sieht, sobald er in Ihr Geschäft läuft. Damit meine ich den Eingangsbereich, die Produktauswahl, die freundlichen Mitarbeiter (unbedingt miteinbeziehen!) und wenn möglich das Angebot. Unter 30 Sekunden reicht auch schon aus, da die Aufmerksamkeitsspanne auf solchen Portalen sehr kurz ist.

## **Die Aufforderung zu handeln**

Die Aufforderung zum Handeln ist ein fester Bestandteil einer jeden Onlinekampagne und trotzdem wird Sie so oft von Werbetreibenden nicht beachtet oder als nicht wichtig gesehen. Der Interessent möchte durch alle Schritte bis zum Kauf geführt werden und dies fängt beim Werbetext an, indem man ihn z. B. mit den Worten „Jetzt auf mehr dazu klicken“ zum nächsten Schritt führt.

Das war ein kleiner Crashkurs in der Theorie, kommen wir gleich zur Praxis und zum wichtigsten Teil, **dem Neukundenmagnet-Prozess**. Um die einzelnen Schritte leicht zu verstehen und nachzuvollziehen sind, ist jeder Teil mit einer kleinen Grafik versehen.

## Der Prozess



Das Angebot ist als Kampagne in Facebook online und strahlt zur richtigen Zielgruppe aus.



Um das Angebot in Anspruch zu nehmen, tragen sich die Interessenten mit dem **Namen, E-Mail** und der



**Telefonnummer** in ein Leadformular ein.







Das Unternehmen bekommt **im selben Moment** eine Benachrichtigung als **SMS** auf ein Privat oder Geschäftshandy mit dem Namen und der Telefonnummer des Interessenten.



Der Interessent (potenzieller Neukunde) wird telefonisch kontaktiert damit ein Termin vereinbart werden kann und weitere Informationen ausgetauscht werden können.



Der potenzielle Neukunde erhält automatisch eine E-Mail mit allen wichtigen Informationen über das Produkt und dem Unternehmen.

Sobald der Interessent zu einem Kunden wird und im besten Fall zu einem zukünftigen Stammkunden, war die Kampagne **ein voller Erfolg.**

## **Persönliches Beratungsgespräch**

Jedes Unternehmen ist einzigartig und benötigt demnach einzigartige Werbemaßnahmen, aus diesem Grund biete ich ein persönliches und unverbindliches Beratungsgespräch an.

Buchen Sie sich jetzt ein kostenloses Gespräch auf:

<https://calendly.com/telefonat-buchen/strategiesession>

Schauen Sie sich als Ergänzung die Videos auf

<https://p-lay.de/kostenloses-videotraining/> an.

Vielen Dank für Ihr Interesse. Ich freue mich mit Ihnen persönlich über Ihre Marketingziele zu sprechen.



Onlinemarketing Dienstleistung  
Philipp Lay  
Schwanenbacher Str.8  
78132 Hornberg