

MARCUS AMANN

Profitables Internet-Marketing für Kleinunternehmer

▶▶ **In sieben Schritten vom Online-Besucher
zum lukrativen Stammkunden**

Linde
international

INHALT

EINLEITUNG	9
Kleine Unternehmen gehören zu den Gewinnern im Internet	9
Bauen Sie eine virtuelle Liebesbeziehung zu Ihren Zielkunden auf	10
Die amann.de Internet-Erfolgsgeschichte	12
1. SCHRITT	
KONZENTRIEREN SIE SICH AUF IHRE STÄRKEN	16
Ihre Stärken sind das Fundament Ihres Internet-Erfolgs	16
So finden Sie Ihre individuellen Online-Stärken	17
Scheinbaren Stärken interessieren niemanden	21
Wie gehen Sie bei der Stärkenanalyse vor?	21
Zusammenfassung 1. Schritt	25
2. SCHRITT	
INFORMATIVE UND BENUTZERFREUNDLICHE WEBSEITEN	27
Unterschied Internet-Werbung und klassische Werbung	27
Diese vier Inhaltskategorien bestimmen Ihren Internet-Erfolg	28
So schreiben Sie Internet-Texte – die gelesen werden	31
Führen Sie Ihre Interessenten schnell zum Wesentlichen	34
Weitere Tipps für benutzerfreundliche Webseiten	39
Zusammenfassung 2. Schritt	39
3. SCHRITT	
LOCKEN SIE IHRE ZIELGRUPPE UND MULTIPLIKATOREN MIT GRATIS-ANGEBOTEN	41
Durch Gratis-Angebote 40 Prozent Umsatzsteigerung	41
Sechs Gründe für virtuelle Geschenke	41
Das Internet ist wie geschaffen für das Kostenlos-Marketing	42
Sieben Grundregeln für werbewirksame Gratis-Angebote im Internet	42
Diese Dinge eignen sich als virtuelle Geschenke	43
Nutzen Sie Ihre Gratis-Angebote als Speerspitze bei der Öffentlichkeitsarbeit	47
Zusammenfassung 3. Schritt	47

**4. SCHRITT
HALTEN UND VERTIEFEN SIE DIE BEZIEHUNG PER E-MAIL 49**

E-Mail – eines der wichtigsten Kundengewinnungs-Instrumente 49
 Wie funktioniert die Neukundengewinnung per E-Mail? 50
 Lassen Sie die Finger von gekauften E-Mail-Adressen 51
 Mit Erlaubnis-Marketing zum Internet-Erfolg 54
 So werden Ihre E-Mailings rechtssicher 55
 Mit diesen Inhalten punkten Sie bei Ihrer Zielgruppe 56
 Fassen Sie Ihre E-Mail-Zielgruppe sehr weit 57
 Nutzen Sie jede Gelegenheit zum Sammeln von E-Mail-Adressen 58
 Wie häufig sollten Sie Ihre E-Mail-Mailings versenden und wie umfangreich sollen diese sein? 62
 So erzielen Sie bei jeder Aussendung Reaktionen 62
 Folgende E-Mail-Formate stehen Ihnen zur Verfügung 63
 In sieben Schritten zum perfekten E-Mailing im Text-Format 64
 Info-Mails als einfaches Mittel zur Interessenten-Bindung 66
 Ein ausführlicher und mehrseitiger Text-Newsletter 68
 So nutzen Sie Outlook für den Versand Ihrer E-Mailings 74
 Mehr Reaktionen durch personalisierte Serien-E-Mails 76
 So speichern Sie Ihre Adressen für Serien-E-Mails 77
 Profissoftware für Serien-E-Mails 77
 Lösung für mehrere Tausend Empfänger 83
 Zusammenfassung 4. Schritt 84

**5. SCHRITT
MACHEN SIE IHRE WEBSEITEN MIT EINFACHEN MITTELN BEKANNT 86**

Bevorzugen Sie Werbemaßnahmen, die sich gegenseitig ergänzen 86
 Bewerben Sie gezielt Ihre Gratis-Angebote 86
 So gelangen Sie auf die vorderen Plätze der Suchmaschinen 86
 Mit Google AdWords preiswert zu neuen Besuchern 94
 Nutzen Sie klassische Werbung zur Bewerbung Ihrer Webseiten 95
 Zusammenfassung 5. Schritt 96

**6. SCHRITT
MACHEN SIE AUS ONLINE-INTERESSENTEN STAMMKUNDEN 98**

Die Abschlussquote bei Online-Anfragen ist sehr hoch 98
 Kein Erfolg ohne aktives Stammkunden-Marketing 98
 So lösen Sie Online-Anfragen aus 99
 Sammeln und bearbeiten Sie Ihre Internet-Kontakte mit System 99
 Sparen Sie mit dem richtigen Kommunikationsmix Zeit und Geld 101
 Zusammenfassung 6. Schritt 103

7. SCHRITT	
KONTROLLIEREN UND VERBESSERN SIE IHREN ONLINE-ERFOLG	105
Diese Kennzahlen geben Auskunft über Ihren Internet-Erfolg	105
Diese Kennzahlen sagen wenig über Ihren Werbeerfolg aus	108
Die regionale Verteilung Ihrer Webbesucher	110
Mit Webstatistiken den Suchmaschinenerfolg steigern	111
So kontrollieren Sie Werbekampagnen mit Ihren Webstatistiken	116
Zusammenfassung 7. Schritt	116
WIE GEHT ES WEITER?	118