



# Die 10 fatalsten Marketing-Fehler

*... die Sie in Zukunft Ihr Geschäft kosten könnten!*

# Einleitung

*Die meisten Fehler werden im Marketing gemacht*

**Sehr oft hören wir von Unternehmern die folgende Aussage:**

*„Ich bin doch schon im Internet und habe eine Firmen-Webseite...“*

Wenn wir dann aber nachfragen, was diese Webseite denn für ein Ziel verfolgt oder welche Resultate sie einbringt, kommt meist nur ein Schulterzucken. Aber wussten Sie, dass diese Webseite 24 Stunden am Tag völlig automatisch neue Kunden für Ihr Geschäft gewinnen kann? Das ist die eigentliche Kernfunktion Ihrer Webseite!

Um also nicht länger Umsätze und Gewinne zu verlieren oder gar zu verschenken, haben wir uns entschlossen diesen kleinen Report zu schreiben und die 10 fatalsten Marketing-Fehler aufzudecken.

Selbstverständlich decken wir diese Fehler nicht nur auf, sondern zeigen Ihnen auch gleich die passende Lösung. Damit Sie diese Fehler in Zukunft nicht (mehr) machen. Denn wenn Sie Ihre Erfolge im Marketing steigern, werden Sie auch zwangsläufig Ihre Gewinne und Profite im Unternehmen steigern.

## **Wir holen Sie da ab, wo Sie jetzt stehen:**

Vielleicht haben Sie schon umfangreiches Marketingwissen und Ihnen kommen einige der Punkte in diesem Report bekannt vor. Dann nutzen Sie diese PDF einfach als Checkliste, um Ihren Erfolg regelmäßig zu kontrollieren.

Vielleicht aber sind die Punkte für Sie auch komplett neu. Auch dann können Sie diese natürlich als Checkliste für den eigenen Erfolg nutzen. Und darüber hinaus bleiben Ihnen in Zukunft schmerzhaft Erfahrungen erspart, weil Sie von Anfang an lernen, wie Sie es richtig machen.

Es spielt also gar keine Rolle, wo Sie aktuell stehen und wie viel Vorwissen Sie bereits haben. Von diesem PDF-Report werden Sie in jedem Fall stark profitieren.

## **Schalten Sie gravierende Fehler in Ihrem Marketing ab und maximieren Sie Ihre Gewinne!**

Hier erfahren Sie gleich, wie es richtig geht. Genau deswegen ist dieser Report für Sie geschrieben. Damit Sie diese zeit- und kostenintensiven Fehler nicht machen müssen und gleich den direkten Weg zu mehr Kunden und mehr Umsatz gehen können. Sozusagen Ihre ganz persönliche Abkürzung zu maximalen Erfolgen.

## **Also, lassen Sie uns jetzt loslegen!**

# Marketing-Fehler Nr. 1

*Völlig an Ihrem Kunden vorbei, falsche oder keine Zielgruppe*

**Wir haben diesen Punkt ganz gewusst auf Platz 1 gelegt, da er der wohl häufigste Marketing-Fehler überhaupt ist.**

Es gibt tatsächlich immer noch sehr viele Unternehmer da draußen, die einfach wahllos auf die Masse schießen und gar nicht genau wissen, wen sie eigentlich erreichen wollen. Getreu dem Motto: „*Je mehr Menschen ich irgendwie anspreche, umso mehr werden auch kaufen.*“ Doch das ist ein Irrglaube!

Zudem machen Sie sich so unnötig mehr Aufwand. Stellen Sie sich einmal vor Sie sprechen gezielt die Menschen an, die das suchen, was Sie bieten. Und von 100 Menschen, kaufen 50% bei Ihnen. Über wahlloses Massenmarketing sprechen Sie 1000 Menschen an, wovon aber nur 2 kaufen, weil die meisten mit Ihrer Werbebotschaft ohnehin nichts anfangen können.

Im zweiten Fall haben Sie deutlich mehr Arbeitsaufwand und dennoch deutlich weniger Erfolg. Also konzentrieren Sie sich doch einfach auf die Menschen, die interessiert sind und die das suchen, was Sie anbieten.

## **Unser Tipp für Sie:**

Es ist also enorm wichtig Ihr Marketing auf die richtige Zielgruppe auszurichten. Um Ihre Zielgruppe zu bestimmen, gehen Sie z.B. bisherige, zufriedene Kunden durch und schreiben Sie Eigenschaften und Gründe auf, wieso diese Menschen gekauft haben. Anhand dieser Informationen können Sie dann einfach ein Kundenprofil erstellen und daraus resultierend genau solche Menschen gezielt ansprechen. Ihre Erfolgsquote wird dadurch deutlich höher liegen!

# Marketing-Fehler Nr. 2

*Das Internet als Werbemedium ist nur was für große Unternehmen*

**Auch das ist ein gefährlicher Irrtum. Denn auch kleine, regionale Unternehmen gewinnen tagtäglich über das Internet neue Kunden.**

Während Sie also z.B. vor Ort auf Laufkundschaft warten, wird Ihre Konkurrenz in diesem Moment im Internet gefunden und steigert immer weiter ihren Umsatz.

Sicherlich haben Sie auch schon gemerkt, dass sich die Umsätze der Firmen immer weiter ins Internet verlagern und dass die wirklich guten Geschäfte online gemacht werden. Also nutzen Sie dieses Potenzial auch für sich. Sie können es sich schon heute nicht mehr erlauben, das Internet als Medium für Ihr Geschäft nicht zu nutzen.

Der Trend gibt klar vor, dass das Internet zur Kundenquelle Nr. 1 wird in Zukunft. Wenn Sie also am Markt bestehen wollen, sollten Sie jetzt auf diesen Zug aufspringen.

## **Unser Tipp für Sie:**

Sorgen Sie für deutliche Sichtbarkeit im Internet. Melden Sie sich und Ihr Unternehmen z.B. auf allen relevanten Plattformen an. Hierbei geht es um Suchmaschinen, soziale Netzwerke, Kartendienste, Branchen-Verzeichnisse, Bewertungsplattformen, Navigationssysteme und Mobile-Apps.

Damit werden Sie online erreichbar und konkret in Ihrer Region gefunden. Es geht hier nicht um aufwendige Techniken oder komplexe Strategien, es geht vielmehr um die einfache Möglichkeit, dass Sie für potenzielle Kunden in Ihrer Stadt sichtbar werden.

Stellen Sie also sicher, dass Ihr Geschäft in allen digitalen Kanälen vertreten ist und potenzielle Kunden Sie sowohl von zu Hause, von unterwegs und sogar aus dem Auto finden können.

Mittlerweile ist das Smartphone das ultimative Verzeichnis für lokale Produkte und Dienstleistungen. Das schafft ganz neue Möglichkeiten Kunden - *in der Nähe* - anzusprechen.

Einkaufen ist längst nicht mehr so wie früher, als man noch ins Geschäft ging, stöberte und bezahlte. Inzwischen wird von überall aus recherchiert - *24 Stunden am Tag und 7 Tage die Woche* - direkt über das Smartphone. Und Sie, sind mit Ihrem Unternehmen nur noch einen Klick entfernt.

# Marketing-Fehler Nr. 3

*Resultate sind nicht nachvollziehbar, geschweige denn messbar*

**Wir erleben es immer wieder, wenn wir Firmen analysieren, dass ein beachtliches Werbebudget zur Verfügung steht, aber der Erfolg der Kampagnen gar nicht überprüft wird.**

Es wird also monatlich Summe X für das Marketing ausgegeben und keiner weiß, ob es sich wirklich lohnt. Ganz ehrlich: Würden Sie einfach so 3.000 oder 5.000 EUR für Ihr Marketing aufwenden, wenn Sie nicht wüssten, dass es wirklich messbare Resultate liefert? Sicher nicht!

Messen und Kontrollieren ist absolut notwendig, wenn Sie langfristig erfolgreich sein wollen. Denn nur wenn Sie wissen, was Ihre Aktionen und Kampagnen - *in Zahlen, Daten und Fakten* - bringen, können Sie diese optimieren und weiter nach oben skalieren. Resultate müssen greifbar und vor allem messbar sein, sonst werden Sie langfristig auf der Stelle treten.



## **Unser Tipp für Sie:**

Wenn Sie ein Ladengeschäft haben, fragen Sie Ihre Kunden, wie sie auf Sie aufmerksam geworden sind. Die Antworten auf diese einfache Frage zeigt Ihnen wo Sie Ihren Fokus im Marketing drauflegen sollten. Welche Kundenquelle funktioniert also für Sie am besten.

Sie können aber auch fragen, ob Ihre Kunden mit dem Service, dem Produkt oder der Dienstleistung zufrieden sind. Mit Kundenfeedback können Sie neue Produkte entwickeln und immer wieder Chancen kreieren, Ihr Unternehmen weiter wachsen zu lassen.

Machen Sie sich keine Gedanken, was Ihr Kunde wohl von Ihnen denkt. Die meisten Kunden sind sehr dankbar, wenn sie Feedback geben dürfen. Erst recht direkt an Sie persönlich.

Wenn Sie bereits im Internet aktiv sind, schicken Sie Ihren Kunden eine E-Mail mit einer kleinen Umfrage. Stellen Sie auch hier konkrete Fragen, um Ihren Marketing-Erfolg immer weiter optimieren zu können.

## **ACHTUNG:**

Holen Sie sich im Vorfeld immer das Einverständnis Ihres Kunden, dass Sie ihn per E-Mail oder Post anschreiben dürfen. So vermeiden Sie, dass Sie den Kunden verärgern oder Ihre Schreiben als „Spam“ abgestempelt werden.

# Marketing-Fehler Nr. 4

*Wer einmal gekauft hat, war ja schon Kunde*

**Diesen Punkt hätte man sicher auch an erster Stelle aufzählen können, denn hier geht Ihnen als Unternehmer richtig Umsatz verloren.**

Kunden, die einmal gekauft haben, kaufen – *wenn Sie die richtigen Knöpfe drücken* – immer wieder bei Ihnen!

Statt sich also immer nur auf neue Kunden zu konzentrieren, steigern Sie doch ganz einfach den „*Pro-Kopf-Umsatz*.“

Dafür gibt es zwei Gründe:

1. Ihr Kunde kennt und vertraut Ihnen bereits
2. Sie wissen, was Ihr Kunde noch braucht

Wussten Sie, dass Kunden aus einem einzigen, zentralen Grund nicht kaufen? Weil sie Ihnen nicht vertrauen. Kunden, die aber schon einmal gekauft haben, vertrauen Ihnen bereits. Dieses Potenzial ist nahezu unerschöpflich. Und dennoch verschenken hier viele Unternehmen enormen Umsatz. Bedenken Sie auch, dass Kunden, die immer wieder

gerne bei Ihnen kaufen, Sie auch eher weiterempfehlen im Bekannten- und Freundeskreis. Dadurch erschließen Sie ganz nebenbei eine neue, völlig kostenlose Kundenquelle.

### **Unser Tipp für Sie:**

Sprechen Sie Ihre Bestandskunden ganz gezielt an. Kombinieren Sie ein neues, passendes Angebot z.B. mit den Worten:

*„Für Sie als treuen Kunden legen wir noch einen Gutschein oben drauf, mit dem Sie beim nächsten Mal nochmals 20% sparen.“*

Damit signalisieren Sie ganz elegant, dass dieser Kunde auch gerne ein weiteres Mal kaufen darf. Natürlich sollten Sie diesem Kunden auch nur passende Produkte anbieten.

### **Denken Sie an Marketing-Fehler Nr. 1:**

Massenmarketing macht einfach keinen Sinn und funktioniert darüber hinaus auch gar nicht. Verscherzen Sie es sich also nicht mit Ihren Kunden, die Ihnen bereits vertrauen und die immer wieder gerne kaufen.

# Marketing-Fehler Nr. 5

*Kunden melden sich schon, wenn sie was wollen*

## **Genau das tun die meisten Kunden eben nicht!**

Wenn Sie sich also bereits einen Kundenstamm aufgebaut haben, sorgen Sie dafür, dass Sie zu diesen Kunden regelmäßig Kontakt halten. Es geht nicht immer um direktes Verkaufen, sondern oft auch nur darum, dass Sie sich mal wieder ins Gedächtnis rufen. Dass Ihrem bestehenden Kunden auch wieder einfällt, dass er bei Ihnen ja sehr zufrieden war mit dem Kauf, der Beratung oder dem Service.

Und wie bereits erwähnt, sprechen wir hier von Kunden, die Ihnen vertrauen und die Sie und Ihre Leistungen zu schätzen wissen.

## **Unser Tipp für Sie:**

Stellen Sie sich vor Sie sind Anwalt und verschicken einmal im Monat einen Brief oder eine E-Mail mit aktuellen Gesetzesänderungen oder Neuigkeiten zu Ihrem Spezialgebiet. Und jetzt ergeben sich im Leben Ihres Kunden Umstände, dass er oder jemand aus der Familie schnell einen Anwalt braucht. Wer glauben Sie, wird diesem Kunden als erstes einfallen?

Es reicht also völlig aus immer wieder mal durch hochwertige, gute Informationen und kleine Hilfestellungen, die Sie per E-Mail versenden können, auf sich aufmerksam zu machen. Geben Sie hier Mehrwert und teilen Sie Ihr Expertenwissen. Es wird vielfach auf Sie zurückkommen.

**ACHTUNG:**

Holen Sie sich auch hier wieder im Vorfeld das Einverständnis Ihres Kunden, dass Sie ihn anschreiben dürfen. Dadurch vermeiden Sie, dass Ihre Bemühungen als nervende Werbung abgestempelt werden.

# Marketing-Fehler Nr. 6

*Marketing, wie es alle anderen auch machen*

**Eine Frage: Wären Sie heute da, wo Sie jetzt sind, wenn Sie immer nur das gemacht hätten, was alle machen?**

Vielmehr sind Sie doch genau dort, wo Sie stehen, weil Sie es eben anders und sicherlich auch oft besser gemacht haben als andere. Weil Sie Mut hatten, auch einfach mal aus der Reihe zu tanzen und sich der Masse zu widersetzen.

Genau so ist es auch im Marketing. Sie müssen Sichtbarkeit erzeugen, damit Menschen auf Sie aufmerksam werden. Wenn Sie aber nur mit der Masse schwimmen und das machen, was alle machen, werden Sie niemals hervorstechen. Im Gegenteil! Sie gehen schnell in der Masse unter.

Genau das gilt es zu vermeiden. Denn ganz ehrlich: Als Sie Ihr Unternehmen gegründet haben, war „ewiges Mittelmaß“ doch sicher nicht Ihr Ziel, oder? Also gehen Sie neue Wege! Sie können mehr!

Und dass Sie mehr wollen im Leben, beweisen Sie auch dadurch, dass Sie gerade diesen PDF-Report lesen.

Hören Sie also nicht hin, wenn wieder mal jemand sagt: „*Das macht man halt so.*“ oder „*Das hat früher auch funktioniert.*“ Sie können sich gerne anregen lassen, aber im Endeffekt entscheiden Sie so, wie Sie es für richtig halten.

### **Unser Tipp für Sie:**

Treffen Sie eigene Entscheidungen und machen Sie es so, wie Sie es wollen und für richtig halten. Klar muss das nicht immer funktionieren. Aber Sie sind um eine Erfahrung reicher und können es dann besser machen und sich immer weiter selbst optimieren. Wachstum und Optimierung sind Prozesse, die niemals aufhören und die von Kontinuität leben. Es ist also nicht weiter schlimm, wenn Dinge mal nicht auf Anhieb funktionieren.

Trauen Sie sich also was und stechen Sie hervor. Machen Sie außergewöhnliches, extravagantes Marketing. Tanzen Sie aus der Reihe und sorgen Sie für deutliche Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit in Ihrem Markt.

Sie werden schnell merken, welche Erfolge Ihnen dieses Denken einbringt. Erfolge, die Sie feiern, während andere noch immer mit der Masse schwimmen und dadrin langfristig untergehen.

### **Und ohne jetzt zu übertreiben:**

Das ist Ihre Chance Ihr Unternehmen ganz weit vorne zu positionieren und deutliche Dominanz am Markt zu erreichen!

# Marketing-Fehler Nr. 7

## *Fehlendes Alleinstellungsmerkmal*

**Wo wir gerade schon beim Thema außergewöhnlich und anders sind: Welchen Grund liefern Sie Ihren Kunden, dass diese ausgerechnet bei Ihnen kaufen?**

In der Fachsprache USP (=Unique Selling Proposition) genannt, bedeutet es ganz einfach „*Alleinstellungsmerkmal*“. Welchen Grund liefern Sie also Ihren Kunden, dass diese bei Ihnen kaufen und nicht beim Mitbewerber – der vielleicht sogar noch ein paar Euro günstiger ist.

Ein USP ist zudem eine starke, emotionale Bindung Ihrer Kunden an Ihr Unternehmen. Sie wissen, dass über Gefühle verkauft wird. Der Kopf entscheidet nur zu einem kleinen Teil wirklich rational. Wichtig ist das richtige Bauchgefühl Ihrer Kunden.

Wenn Ihr Kunde weiß, dass er bei Ihnen immer eine Schüppe drauf bekommt, wird er gerne und immer wieder zu Ihnen kommen. Sogar dann, wenn er die gleiche Leistung woanders günstiger bekommen könnte. Er bezahlt also gerne mehr, weil es sich durch die emotionale Bindung einfach richtig anfühlt. Und auch hier profitieren Sie wieder



davon, dass zufriedene Kunden Sie weiterempfehlen werden. Machen Sie sich das ganz bewusst, denn es ist kostenlose Werbung für Sie und Ihr Unternehmen.

### **Unser Tipp für Sie:**

Machen Sie sich, Ihr Unternehmen und Ihre Leistungen einzigartig und unverwechselbar. Bieten Sie etwas, was Kunden nur bei Ihnen bekommen. Liefern Sie den ultimativen Mehrwert, dass Kunden bei Ihnen kaufen müssen.

Es geht hierbei nicht um ein kleines Bonbon, was Kunden bekommen. Sondern es geht um eine zentrale Ausrichtung Ihres gesamten Unternehmens.

Ein Beispiel für Ihren USP könnte sein, dass Sie deutlich intensiver als andere den direkten und persönlichen Kontakt mit Kunden bevorzugen. Je nach Branche und Nische kann das Gold wert sein. Gerade in Bereichen wie Coaching und Beratung. Oder dass Sie auch über die eigentliche Dienstleistung hinaus noch für Ihre Kunden Ansprechpartner sind.

Bedenken Sie bei Ihrem USP, dass Sie Emotionen mit einbeziehen. Denn Emotionen binden Kunden!

# Marketing-Fehler Nr. 8

## *Kunden kaufen Produkte oder Dienstleistungen*

**Das ist einfach völlig falsch! Augenscheinlich mag es vielleicht so aussehen, aber in Wahrheit kauft der Kunde hier eine Lösung für sein aktuelles Problem.**

Eine Lösung, die sein Leben nachhaltig bereichert und seine Situation deutlich verbessert. Auch hier geht es vordergründig wieder um Emotionen.

Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung ist nur Mittel zum Zweck. Es ist für den Kunden quasi der Weg, um an sein Ziel zu kommen.

Daher ist es enorm wichtig, dass Unternehmer und Firmen verstehen, dass der Kunde nicht nur Produkte oder Dienstleistungen kauft. Sicherlich kennen Sie den Begriff „Einkaufserlebnis“. Und genau das ist das Stichwort. Machen Sie den Einkauf Ihres Kunden zum unvergesslichen Erlebnis.

Sorgen Sie dafür, dass Ihre Kunden mit einem breiten Grinsen wieder gehen. Denn nur dann ist Ihr Kunde mehr als zufrieden. Und zufriedene, begeisterte Kunden kommen wieder und kaufen gerne.

## **Ein Beispiel:**

Stellen Sie sich mal vor, Sie machen Urlaub. Im Hotel kümmert man sich wirklich rührend um Sie. Sie erleben absoluten Komfort, totale Entspannung und es fehlt Ihnen an nichts. Und in der Lobby bekommen Sie sogar noch kostenlos einen Drink spendiert. Das Ambiente passt, die Mitarbeiter sind hilfsbereit, freundlich und absolut zuvorkommend. Sie sind rundum glücklich und freuen sich innerlich schon auf das nächste Mal.

Würden Sie jetzt sagen, dass Ihr Urlaub ganz gut war? Ganz sicher nicht. Es war ein Erlebnis, es war toll, entspannend und absolut das, was Sie wollten.

Und genau das muss auch Ihr Kunde sagen, nachdem er bei Ihnen gekauft hat.

## **Nochmal zur Erinnerung:**

Wenn Sie Ihren Kunden wirkliche Erlebnisse bieten, zahlen die meisten Kunden auch gerne mehr. Weil sie eben nicht nur den Wert des Produkts oder der Dienstleistung sehen, sondern das ganze Drumherum.

## **Unser Tipp für Sie:**

Erschaffen Sie für Ihre Kunden eine Erlebniswelt. Kunden sollen genau das bekommen, was sie haben wollen und das alles darüber hinaus wunderbar und aufwendig verpackt.

Vielleicht hört sich das alles für Sie jetzt nach viel Arbeit und Aufwand an. Aber das ist es nicht. Oft sind es die kleinen Dinge, die Kunden zu schätzen wissen.

Sie selbst kennen Ihre Nische am besten. Bieten Sie also maximalen Nutzen und Mehrwert und schaffen Sie eine Wohlfühl-Umgebung für Ihre Kunden. Lösen Sie z.B. gleich mehrere Probleme auf einmal statt nur eines. Oder bieten Sie im Beratungsgespräch einen kostenlosen Kaffee oder andere Getränke an.

## **Ganz gleich, was Sie sich einfallen lassen:**

Sorgen Sie dafür, dass Sie bei Ihrem Kunden in Erinnerung bleiben. So stark, dass Ihr Kunde sogar abends beim Feierabendbier seinen Freunden noch von Ihnen erzählt.

# Marketing-Fehler Nr. 9

## *Konkurrenzdenken*

**Viele Unternehmer glauben, dass sie einfach keinen großen Erfolg haben können, weil schon so viele Mitbewerber am Markt sind.**

Das ist ein absoluter Trugschluss! Denn genau das ist Ihre Chance. Sie kennen sicherlich den Spruch: „*Konkurrenz belebt das Geschäft.*“ Das stimmt, aber wissen Sie auch warum das so ist? Wir sagen es Ihnen.

Sie haben es sicher schon oft gelesen. Da schlucken große Unternehmen die etwas Kleineren und werden dadurch noch größer. Das heißt nicht, dass auch Sie jetzt andere Unternehmen kaufen sollen. Vielmehr geht es um den Zusammenschluss in Form von Kooperationen und das Schaffen von Win-Win-Situationen. So profitieren immer beide Seiten.

### **Unser Tipp für Sie:**

Statt Mitbewerber als Konkurrenz zu empfinden, sehen Sie diese viel besser als Kooperationspartner mit viel Potenzial für Ihr Unternehmen.

Gerade dann, wenn Sie die gleiche Zielgruppe bedienen, können Sie hier durch Hebelwirkung wirklich Großes erreichen. Schließen Sie sich zusammen und gehen Sie mit vereinten Kräften voran. Auch Ihr Partner wird davon sicher begeistert sein, denn auch für ihn bedeutet das Hebelwirkung.

**Sie erreichen also deutlich mehr bei weniger Aufwand.**

Auch branchenübergreifend funktioniert das sehr gut. Wenn Sie z.B. Immobilienmakler sind, bauen Sie sich ein Partnernetzwerk mit Hausverwaltungen, Architekten, Bauunternehmen und Versicherungsbüros auf. Das sind ideale Partner, um hier effektiv zusammenzuarbeiten. Und gegenseitig schicken Sie sich die Kunden über.

Oder wenn Sie Autohändler sind, bauen Sie sich ein Netzwerk mit Werkstätten auf. Ihr Kunde wird es Ihnen sogar danken, wenn Sie konkrete Tipps und Empfehlungen haben, wo er einen guten Service bekommt.

# Marketing-Fehler Nr. 10

*Marketing aus dem Kopf - wird schon klappen*

**Diesen Punkt hätten wir eigentlich auch auf Platz 1 setzen können, aber wir haben ihn dennoch ganz bewusst ans Ende gepackt, um Ihnen nochmal die Notwendigkeit von Marketing deutlich zu machen.**

Dass Sie auf effektives Marketing nicht länger verzichten dürfen, wissen Sie bereits. Aber haben Sie auch einen konkreten Fahrplan? Einen Plan, auf den Sie immer wieder zurückgreifen können, wenn es mal klemmt oder Sie gerade nicht wissen, was als nächstes kommt?

Es bringt Ihnen nichts, wenn Sie hier und da ein paar Ideen im Kopf haben, die Sie dann - *bei Gelegenheit* - mal umsetzen wollen. Sie brauchen ein Konzept, einen Plan und eine ganzheitliche Strategie!

## **Unser Tipp für Sie:**

Fixieren Sie alle Ihre Ideen schriftlich und erstellen Sie sich einen konkreten Aktionsplan für Ihre kompletten Aktivitäten. Diesen Plan können und sollten Sie natürlich immer erweitern, ausbauen und optimieren.

Und lassen Sie sich nicht von diesem Plan abbringen. Auch dann nicht, wenn Ihnen wieder mal andere erzählen wollen, wie es noch schneller, besser und effektiver geht. Halten Sie an Ihrem Konzept fest! Denn wenn Sie sich immer wieder vom Weg abbringen lassen, wird Ihr Weg zum Erfolg sehr viel länger dauern, als Sie es sich wünschen und vorstellen.



# Geschenk im Wert von 497€

*Schreiben Sie Erfolgsgeschichte - wir helfen Ihnen dabei*

Uns liegt es wirklich am Herzen, dass Sie mit dem Internet als Werkzeug einen Quantensprung für sich und Ihr Geschäft hinlegen. Sie wissen ja bereits, dass es möglich ist. Und nicht nur wir, sondern auch viele andere kleine und mittelständige Unternehmen aus den verschiedensten Branchen haben es erfolgreich umgesetzt.

Sie alle erreichen jeden Tag durch das Internet großartige Ergebnisse und übertreffen dabei ständig ihre eigenen Erwartungen:

- ✓ Deutliche Steigerung des Bekanntheitsgrades
- ✓ Täglich neue, zufriedene Kunden
- ✓ Nachhaltige Umsatzsteigerung

Nutzen Sie diese einmalige Chance, mit uns gemeinsam Ihren Durchbruch im Internet zu erleben. Das erforderliche Potenzial ist bereits vorhanden. Sie müssen es nur richtig nutzen und einsetzen.

Aus vielen Gesprächen mit Unternehmern, Selbstständigen und KMUs wissen wir, dass es meist an der konkreten Umsetzung scheitert. Es fehlt die klare, eindeutige Strategie.

Deshalb möchten wir Ihnen an dieser Stelle ein ganz besonderes Geschenk machen.

Wir schenken Ihnen als Leser dieses Reports eine individuelle **Strategie-Beratung inkl. Business-Analyse im Wert von 497€.**  
*(Dieses Angebot gilt nur für kurze Zeit!)*

Gemeinsam gehen wir alle Schritte durch und erstellen Ihren ganzheitlichen Marketing-Plan für Ihren Erfolg. Wir nehmen Sie sozusagen an die Hand, damit Sie Ihre Ziele erreichen können. Lassen Sie uns gemeinsam Großes erreichen und Sie können nicht mehr scheitern oder vom Weg abkommen.

Wir möchten Ihnen dabei helfen, dass Sie mit Ihrem Geschäft nach vorne kommen. Lassen Sie uns Hand in Hand an Ihrem Unternehmen arbeiten und einen Quantensprung erreichen.

In über 90% aller Fälle decken wir bereits nach einer kurzen Erstanalyse Optimierungspotenzial auf und zeigen Unternehmen umsetzbare Lösungen, um ein Maximum an Profit herauszuholen.

### **Das Potenzial ist gigantisch!**

Unternehmen erreichen mit unserer Hilfe schon nach kurzer Zeit eine spürbare Umsatzsteigerung von 20% und mehr.

Mit unserer Unterstützung bauen sich Unternehmen und Selbstständige über lokale Grenzen hinaus eine starke Reputation auf. Sie erzielen mehr Reichweite, Bekanntheit und Sichtbarkeit in der richtigen Zielgruppe.

Gemeinsam stellen wir Ihren Vertrieb auf Autopilot und arbeiten mit der Hebelwirkung die das Internet möglich macht.

Kurz gesagt: Sie gewinnen neue Kunden über das Internet und steigern Ihre Umsätze stabil und nachhaltig.

### **Es lohnt sich garantiert für Sie!**

Schreiben Sie uns jetzt eine E-Mail ([info@tac-media.de](mailto:info@tac-media.de)) mit dem Betreff: „Strategie-Beratung 2017“.

Wir freuen uns schon jetzt darauf, Sie persönlich kennenzulernen.

Beste Grüße aus Berlin und weiterhin großartige Erfolge!

Ihr Team der TAC Media GmbH

### **So erreichen Sie uns:**

TAC Media GmbH  
Breite Str. 11  
16552 Schildow / Berlin



Telefon: +49 30 66 93 14 93

Fax: +49 30 66 93 14 94

E-Mail: [info@tac-media.de](mailto:info@tac-media.de)

Web: [www.tac-media.de](http://www.tac-media.de)