16
Goldene Regeln, wie Sie Ihr Unternehmen rasch und substantiell wachsen lassen.

Ideen, zum sofortigen und gewinnbringenden Umsetzen!

Tipps und Tricks, wie Sie Ihren Marketingmassnahmen zu mehr Erfolg verhelfen.

the Alchemy Network
MARKETING &

Urheberrecht

© 2010 The Alchemy Network. Alle Rechte vorbehalten.

Der Inhalt dieser Veröffentlichung noch Auszüge daraus dürfen ohne die schriftliche Erlaubnis des Herausgebers weder kopiert noch verbreitet werden, weder mechanisch noch elektronisch, noch als Fotokopien, Aufzeichnungen oder sonstiger Speicherung und Wiederverwertung. Anfragen sind an die Herausgeber zu richten.

UK	**Schweiz / Deutschland**
The Alchemy Network Waterside House, Bonds Mill, Stonehouse, Gloucestershire, GL10 3RF	Alchemy Network GmbH Bahnhofstrasse 58 8001 Zürich Switzerland
Tel: +44 845 337 4481 Fax: +44 1453 872 966	Tel: +41 43 497 29 84 Fax: +41 43 497 29 86
Email: info@Alchemy-Network.com Web: www.Alchemy-Network.com	Email: info@Alchemy-Network.ch Web: www.Alchemy-network.ch

Rechtliche Hinweise

Auch wenn alle Angaben auf Ihre Richtigkeit und Vollständigkeit geprüft wurden, können diese trotzdem Fehler oder Ungenauigkeiten enthalten. Weder der Autor noch der Herausgeber übernehmen deshalb hinsichtlich der Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität dieser Publikation eine Haftung für Schäden materieller oder ideeller Art.

Diese Publikation ist nicht gedacht als Quelle rechtlicher oder wirtschaftlicher Beratung. Der Herausgeber weist ausdrücklich darauf hin, dass diese Informationen möglicherweise unterschiedlicher staatlicher oder regionaler Gesetzgebung unterworfen sind. Alle Nutzer werden angehalten, sich über die aktuelle und lokale Gesetze zu informieren, welche auf die spezifische Situation des einzelnen Nutzers oder auf die Verwendung dieser Informationen anzuwenden sind.

Der Erwerber oder Leser dieser Publikation übernimmt ausschliesslich die Verantwortung für die Nutzung des Materials und der Informationen. Der Autor und der Herausgeber übernehmen keine Haftung gegenüber dem Erwerber und Leser dieser Informationen und für die Anwendung oder Nicht-Anwendung der angegebenen Informationen. Es besteht keine Garantie für den Erfolg durch die Anwendung der gegebenen Empfehlungen oder Vorschläge.

Allfällige Beleidigungen oder Kränkungen von Personen oder Organisationen sind unbeabsichtigt.

Überreicht von:

Christian Katz, Mitglied Alchemy-Network

wissen.org Katz & Partner
Rudwies 17
CH-9322 Egnach
T. +41 (0)71 470 03 30
M. +41 (0)78 603 03 40
Email: katz@wissen.org
www.wissen.org

16

Goldene Regeln, wie Sie Ihr Unternehmen rasch und substanziell wachsen lassen.

Einleitung

Diese einfachen Regeln zeigen einige Tipps und Tricks aus dem Alchemy Konzept. Sie basieren auf der Analyse von über 60'000 Inseraten und Promotionskampagnen und auf Teststrategien von mehr als 105'000 Verkaufsargumenten, um die effektivsten Verkaufsargumente zu identifizieren. Diese Regeln haben bei vielen Produkten und Dienstleistungen Erfolg bewirkt. Und sie werden weiterhin erfolgreich eingesetzt.

Unabhängig davon, was Sie verkaufen, Sie verkaufen immer an Menschen. Und Ihre Kunden essen, trinken, schlafen und haben dieselben Probleme mit ihren Kindern und ihrem Partner. Die meisten wollen wahrscheinlich weniger arbeiten, jünger aussehen oder etwas Gewicht verlieren – sie sind Menschen wie Sie und ich. Und die menschliche Natur ändert sich nicht. Und darum funktionieren diese Regeln heute, wie sie auch vor 10, 30 oder eben vor 80 Jahren gewirkt haben.

Goldene Regel 1

Es ist 5-mal einfacher Ihren bestehenden Kunden etwas zu verkaufen, als neue Kunden zu akquirieren.

Ihren bestehenden Kunden etwas zu verkaufen, ist immer der schnellste und einfachste Weg. Rufen Sie Ihre Kunden an oder senden Sie ihnen einen Brief. Man hat mich schon dafür gerügt, ich würde zu sehr auf Direktmarketing fokussieren. Aber dies ist weitaus der effizienteste Weg, mehr Umsatz zu generieren. Ihre bestehenden Kunden bilden die kaufwillig. Sie müssen sie nur fragen, ob sie noch etwas anderes von Ihnen kaufen wollen. Sie können Ihnen sogar Produkte eines anderen Anbieters verkaufen. Zum Beispiel kann ein Sanitärinstallateur auch Badewelten anbieten. Ein Restaurant kann Einladungen zu einer Vernissage versenden. Eine Autogarage kann Versicherungen vermitteln. Und so weiter.

Goldene Regel 2

Wenn Ihr Geschäft bereits etabliert ist, sollten Sie 70% Ihrer Marketinggelder in die Bearbeitung bestehender Kunden investieren.

Warum? Siehe Regel 1. Und dennoch sehe ich viele Unternehmen, welche viel Geld in Werbekampagnen und die Akquisition von neuen Kunden stecken – und dabei ihre bestehenden Kunden vergessen. Senden Sie besser Dankesbriefe an Ihre Kunden oder fragen Sie telefonisch nach, ob sie wieder etwas bei Ihnen bestellen wollen. Sie werden sehen, wie Ihr Gewinn steigt. Richtig gemacht, funktioniert das immer besser, als neue Kunden zu akquirieren. Wenn Sie also das nächste Mal ein ganzseitiges Inserat planen, versuchen Sie mal was anderes: Reduzieren Sie die Größe Ihres Inserates. Dafür senden Sie es zusätzlich Ihren bestehenden Kunden. Heften Sie eine Notiz mit der folgenden Nachricht an das Inserat:

> *«Ich möchte Ihnen als meinem langjährigen Kunden dieses Angebot vorab vorstellen. Kommen Sie schon am Vortag und profitieren Sie als Erster. Freundliche Grüsse»*

Dies wird Wunder wirken, wenn Sie wirklich attraktive Angebote vorstellen!

Goldene Regel 3

Verkaufen Sie wenn immer möglich nur an «Interessierte».

(«Interessierte» sind in diesem Falle Personen, die genau das wollen, was Sie anbieten, und es sich auch leisten können.) Ihre Rendite steigt, wenn Sie nur halb so viel verkaufen, aber dafür zum doppelten Preis! Und das erst noch bei weniger Aufwand. Ich empfehle den meisten meiner Kunden, ihren Preis zu ***erhöhen*** und dafür ihren Marketing- und Kundendienstservice auszubauen. Meistens führt dies zu weniger Arbeit und höherem Gewinn. Die «Interessierten» fragen eher, *«Funktioniert es, kann ich Ihnen vertrauen»* oder *«Möchte ich gerne mit Ihnen zusammenarbeiten»* und weniger *«Wie viel kostet es».*

Goldene Regel 4

Der beste (und auch günstigste) Weg zu neuen Kunden ist, ein kostenloses Muster anzubieten.

Damit meine ich: Investieren Sie das Geld, welches Sie in originelle Werbung investieren würden in kostenlose Muster oder Dienstleistungen für Ihre attraktivsten, potentiellen Kunden (die «Interessierten»). So kann zum Beispiel ein Restaurant kostenlos einen Hauptgang oder einen Gutschein für 5.–, 10.– oder 20.– Franken anbieten. Ein Kleidergeschäft kann ein Hemd gratis anbieten und ein Autohändler ein kostenloses Nachtessen im Zusammenhang mit einer Testfahrt.

Ein guter Weg, neue Kunden zu akquirieren, sind kostenlose Broschüren. Egal, ob Sie einen kleinen Beitrag verlangen oder gratis abgeben (wie diese Broschüre hier). Entwerfen Sie eine Broschüre, die Sie als Experten ausweist und Ihren Kunden erklärt, dass sie Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung benötigen. (Warnung: Geben Sie die Broschüre nur den «Interessierten» gratis ab – siehe Regel 3). Diese Regel können Sie übrigens einfach testen, in dem Sie Ihre verschiedenen Marketingstrategien messen.

Goldene Regel 5

Wenn Sie Ihre Produkte bewerben, sorgen Sie für das «richtige Verkaufsargument».

Das «richtige Verkaufsargument» beinhaltet den wichtigsten Nutzen, der Ihre Kunden zum Kauf veranlasst. Das «richtige Verkaufsargument» dramatisiert den Nutzen, welcher Ihre Produkte und Dienstleistungen Ihren Kunden geben. Wenn das «richtige Verkaufsargument» nicht genau definiert ist, kann dies Verkäufe sogar *verhindern*. Tests haben ergeben, dass unterschiedliche Argumente in Inseraten bis zu 19,5-mal bessere Resultate erzielen. Auch wenn Auftritt und Kosten identisch sind und dasselbe Angebot unterbreitet wurde. In den untersuchten Kampagnen wurde jeweils nur die Argumentation geändert. *(Das «richtige Argument» ist meist im Titel zu finden.)*

Um das «richtige Argument» zu finden, fragen Sie am besten Ihren erfolgreichsten Verkäufer, wie er Ihre Produkte verkauft. Oder, fragen Sie einfach Ihre Kunden, warum Sie bei Ihnen kaufen.

Goldene Regel 6

Je mehr Informationen Ihre Inserate beinhalten, desto mehr werden Sie verkaufen.

Als generelle Regel gilt, dass Fernsehspots, die 2 Minuten dauern, mehr Verkäufe generieren als 30-Sekunden-Spots. Und eine 30 Minuten lange Informationssendung wird beiden überlegen sein. Erinnern Sie sich? Ihre Werbung fokussiert auf die «Interessierten». Jene, welche Ihre Produkte wollen und sich Ihre Produkte leisten können. Diese werden Ihre Inserate von vorn bis hinten lesen. Beobachten Sie das. Vorausgesetzt, dass Sie für die «Interessierten» relevante und interessante Geschichten erzählen.

Einige außerordentlich erfolgreiche Textinserate:

> 6450 Wörter für die Akquisition von Merrill Lynch Investoren. 1 Zeitungsinserat brachte 10000 Interessenten.
>
> 5 Seiten Text, um Schlitz-Bier zu verkaufen. Innert weniger Monate verfünffachte sich der Umsatz von Schlitz.
>
> 600 Wörter in einem Inserat für Puerto Rico, geschrieben von David Ogilvy. 14000 Leser füllten den Antwortschein aus. Dozens konnte anschließend die Fabrik in Puerto Rico bauen.
>
> 800 Wörter in einem Inserat für Mercedes-Benz. Der Titel: «Sie verzichten auf einiges, wenn Sie einen Mercedes-Benz 230S kaufen. Zum Beispiel auf Klappern, Rost oder schlechte Verarbeitung.» Mit diesem Inserat verkaufte Mercedes in den USA statt 10000 Wagen 40000 in einem Jahr.
>
> Mit einem längeren Text in den «Gelben Seiten» konnte für einen Videoreparaturservice der Umsatz um 40000 USD gesteigert werden. Das vorherige Inserat brachte 10 Verkäufe.

Was kann man hier noch zufügen? Zum Beispiel, dass die Firma Demtel in Australien innert kurzer Zeit ihren Umsatz auf 50 Millionen australische Dollars aufbauen konnte, indem sie mit 2-Minuten-Spots warben? Ich kann Ihnen Dutzende weiterer Beispiele nennen.

Merken Sie sich einfach das folgende Zitat: «Je mehr Sie erzählen, desto mehr werden Sie verkaufen.» Dies stimmt für alles, was Sie verkaufen wollen. Und genau das haben ca. 99% aller Werbefachleute nicht verstanden. Also, wenn Sie Geld machen wollen:

Hören Sie nicht auf die Werber. Probieren Sie es selber aus, testen Sie!

Goldene Regel 7

Untersuchungen zeigen deutlich: Redaktionell gestaltete Inserate werden bis zu 5 mal mehr gelesen als gestaltete Werbeinserate.

Wenn Sie bis hierher gelesen haben, wissen Sie warum. Natürlich, Menschen kaufen Zeitungen und Magazine nicht, um Inserate zu lesen. Natürlich nicht! Sie, ich und alle kaufen Zeitungen, Magazine oder schauen Fernsehen wegen der redaktionellen Beiträge. Wenn nun Ihre Inserate redaktionell gestaltet sind, sehen sie wie redaktionelle Beiträge aus und werden daher gelesen. Und somit erzielen Sie mehr Resultate.

Also, wenn Sie ein Inserat schreiben, gestalten Sie es so, als hätte die Redaktion der Zeitung über Sie geschrieben. (siehe Regel 6)

Goldene Regel 8
Messen Sie den Erfolg Ihrer Marketingmaßnahmen *immer*.

Damit stellen Sie sicher, dass alle Ihre Marketingmaßnahmen auch verkaufen. Fast alle Werbeagenturen, Inserate- und Radiospotvertreiber hassen die Idee des Messens. Sie werden Ihnen empfehlen, dass Wiederholungen zum Erfolg führen! Das einzige Problem damit ist, dass sie von

ihrem eigenen Erfolg sprechen – nicht von Ihrem!

Diese Verkäufer werden dafür bezahlt, möglichst viel von Ihrem Werbebudget zu erhalten. Es ist daher nicht in ihrem Interesse, Ihnen zu zeigen, wie Sie mit der Hälfte Ihres Budgets das Doppelte an Erfolg realisieren können. Das jedoch ist möglich. Wenn Sie erst einmal ein Inserat, eine Verkaufs- oder Marketingstrategie gefunden haben, die Resultate erzielt – verfolgen Sie diese weiter. Denn der Markt und Ihre Kunden wechseln kontinuierlich. Sie mögen der Werbung vielleicht überdrüssig sein, aber Ihre bestehenden und neuen Kunden nicht. Solange die Resultate stimmen, ändern Sie das Inserat besser nicht! Wenn zum Beispiel Ihr Inserat für Babykleider dieses Jahr Umsatz generiert, warum sollte es mit den Müttern im nächsten Jahr nicht funktionieren?

Goldene Regel 9
Messen Sie alle Marketing- und Werbeaktivitäten.

Protokollieren Sie die Resultate Ihrer Werbekampagnen. Vermerken Sie alle Details der Maßnahmen sowie der erzielten Resultate. Sie werden bereits durch die Beobachtung die Resultate verdoppeln! Verwenden Sie im weiteren niemals negative Schriften *(helle Schrift auf dunklem Grund)* in Ihren Werbemitteln. Untersuchungen haben gezeigt, dass dies weniger lesbar ist und damit der Rücklauf um mindestens 50% *reduziert* wird. Trotzdem finden Sie in vielen Magazinen und Zeitschriften Inserate mit negativer Schrift. Eine richtige Geldverschwendung!

Goldene Regel 10
Versuchen Sie sich nicht in Kreativität und Originalität.

Schöne Inserate verkaufen nicht! Die ästhetischsten (vom Aussehen her betrachtet) und kunstvollsten Inserate bewirken selten, dass Kunden Produkte kaufen. Inserate, für die Werbeagenturen Auszeichnungen gewinnen, bringen in der Regel keine Auszeichnungen für herausragende Resultate!

Eine bekannte Studie hat sogar aufgedeckt, dass eine Agentur, welche viermal hintereinander eine Auszeichnung gewann, denselben Kunden wegen Erfolglosigkeit verlor. Ein anderer Kunde hat sich sogar geweigert, das Inserat weiter zu schalten. Und von 80 nominierten Werbespots, hat bei 36 Spots der Kunde der Agentur bereits gekündigt oder er hatte bereits Konkurs angemeldet.

Nicht wirklich eine gute Statistik...

Eine der größten Direktmarketingagenturen hat einem ihrer Kunden einmal gesagt: «Wollen Sie Kreativität und Originalität? Oder wollen Sie, dass Ihre Verkaufsstatistiken nach oben zeigen? Denn seien Sie versichert, beides können Sie nicht haben!»

Der Punkt ist: Versuchen Sie nicht um jeden Preis kreativ zu sein. Eine gute, verblüffende Idee ist okay, solange sie besser verkauft als Ihre bisherige Werbung. Lassen Sie also Ihre Verkaufsstatistik entscheiden.

Goldene Regel 11
Benutzen Sie in all Ihren Kommunikations-Maßnahmen Titel, welche den Produktnutzen beinhalten.

Den Titel lesen die Leser durchschnittlich 5-mal öfter als den Rest des Inserates. Wenn Sie mit der Überschrift das Interesse des Lesers wecken können, dann liest er weiter. Wenn also Ihre Überschrift Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung nicht verkauft, dann verschwenden Sie 90% Ihres eingesetzten Werbefrankens.

Die besten Überschriften enthalten ein Versprechen. Zum Beispiel: Gewicht verlieren, Freunde treffen, weniger Zahnstein, einfachere Gartenarbeit, mehr Geld verdienen, von der Arthritis befreit sein, Umsätze steigern und so weiter.

Die Titelzeile ist somit das **«Inserat für Ihr Inserat».**

Goldene Regel 12
Kundenempfehlungen steigern die Glaubwürdigkeit – und damit Ihre Verkäufe.

Eine Empfehlung oder ein Erlebnisbericht eines Kunden stellt die Aussage einer Drittperson dar und ist damit viel glaubwürdiger. Wenn Sie selbst etwas Gutes über Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung sagen, dann tönt das unwahrscheinlich und zu marktschreierisch. Aber wenn jemand anderer dasselbe für Sie sagt, dann ist es glaubwürdig. Trotzdem verwendet fast niemand Empfehlungen – außer Versandhäuser. Nutzen Sie also Empfehlungen in all Ihren Werbemaßnahmen, Briefen und Broschüren. Sie erzielen mehr Resultate.

Goldene Regel 13

Niemand konnte bisher den Zusammenhang zwischen Bekanntheit und Absatz aufzeigen.

Werbe- und Mediaagenturen messen Werbung standardmäßig über den generierten Bekanntheitsgrad, das heißt über den Prozentsatz der Zielgruppe, welche sich an das über eine gewisse Zeit geschaltete Inserat erinnert. Denken Sie darüber nach, das ist eigentlich stupid. Das einzig Relevante, das Sie interessiert, ist *wie viele Ihr Produkt tatsächlich kaufen* – und nicht, wie viele es lesen. Wenn Sie ausschließlich auf Bekanntheits- oder Erinnerungswert achten, schalten Sie einfach ein Inserat, das Schimpansen im Badekleid zeigt. Sie erreichen Ihr Ziel garantiert. Aber Sie wollen ja verkaufen. Also, lassen Sie sich nicht von den Werbern übervorteilen.

Goldene Regel 14

Testen Sie jedes Inserat, jeden Werbebrief und jede Marketingaktion, bevor Sie eine Kampagne lancieren.

Lassen Sie sich nicht vom Inseratevertrieb und Listbrokern mit dem Versprechen einer hohen Qualität und einer hohen Auflage verführen. Bevor Sie eine größere Investition machen, testen Sie alles zuerst in einer kleineren Auflage. Grosse, erfolgreiche Firmen testen jedes Produkt und jede Kampagne erst in einer Region oder Stadt aus. Wenn sie dann erfolgreich sind, expandieren sie auf den gesamten Markt, wenn nicht, testen sie weiter. Mit diesem Vorgehen ist sogar ein Misserfolg ein Gewinn. Wenn nur jeder achte Versuch erfolgreich ist, wiederholen Sie diesen immer und immer wieder. Damit holen Sie mehr Geld herein, als für die Kosten der ersten 7 Aktionen aufgewendet wurden. Sie sehen, so schlimm ist das auch wieder nicht. Erst recht nicht, wenn Sie erfolgreich sein wollen.

Goldene Regel 15

Hören Sie nicht auf die gut gemeinten Empfehlungen und Ratschläge von Freunden, der Familie und Geschäftspartnern.

Immer wieder sehe ich, dass erfolgreiche Inserate abgesetzt werden, weil nahestehende Personen meiner Kunden sagen «Oh, das würde ich jetzt aber nie lesen» oder «Das würde ich nie kaufen». Hier eine goldene Empfehlung: Glauben Sie niemandem, der nicht bewiesen hat, dass er besser verkaufen kann als Sie. Besser testen Sie stattdessen Ihr Inserat – damit sind Sie viel erfolgreicher.

Goldene Regel 16

Brauchen Sie noch mehr Unterstützung? Rufen Sie uns an!

Wenn Sie Ihr Geschäft wirklich vorwärtsbringen und den Markt dominieren wollen, dann rufen Sie uns an. Wir können für Sie Ideen, Strategien und Systeme entwickeln und umsetzen, welche mehrfach getestet wurden und garantiert erfolgreich sind. Die Erfolge sind in verschiedenen Branchen getestet worden und wirken daher in allen Industrien. Und ich bin überzeugt, dass sie auch in Ihrem Markt den gewünschten Erfolg bringen – für Sie und Ihr Unternehmen.

Sie haben die Zukunft Ihres Unternehmens in der Hand. Werden Sie noch erfolgreicher! Rufen Sie uns einfach an:

+41 71 470 03 30

Wir freuen uns auf die Diskussion über starke Marketingaktionen mit Ihnen – damit Ihre Produkte nicht nur das offensichtlichste Angebot auf dem Markt sind, sondern damit Ihre Kunden und Interessenten keine andere Wahl mehr haben, als Ihr Angebot zu bevorzugen. Lassen Sie Ihren Mitbewerbern keine Chance.

114 schlagkräftige Marketingtools

Um Ihr Geschäft voranzutreiben, haben wir für Sie über 110 schlagkräftige und absatzsteigernde Marketingideen, Aktivitäten und Tools, die Sie einsetzen können. Starten Sie sofort mit Brainstormings und Workshops mit Ihren wichtigsten Partnern und Mitarbeitenden. Innert kürzester Zeit und ohne großen Aufwand erhalten Sie viele neue Ideen, wie Sie Ihr Geschäft zum Wachstum bringen.

Die folgende Liste von Möglichkeiten können Sie problemlos umsetzen. Notieren Sie beim Durchlesen Ihre Gedanken und Ideen, ohne zu werten. Dann lassen Sie Ihre Notizen ein paar Tage ruhen, bevor Sie darauf zurückkommen. Entscheiden Sie dann, welche Ideen für Ihre Dienstleistung oder Ihr Produkt den größten Erfolg versprechen. Erarbeiten Sie einen Plan und setzen Sie die profitabelsten Ideen um. Periodisch können Sie Ihre Liste wieder durchgehen. Und Sie werden sehen, Ihre Verkäufe und Erträge werden steigen.

1. Tonträger
2. Videofilme
3. Editorials
4. Advertorials (Textinserate)
5. Telefonnachrichten
6. Visitenkarte als Inserat
7. Bücher
8. Broschüren
9. Gewerbeschau
10. Trödelmarktstand
11. Ausstellungen
12. Anschlagbrett
13. Website
14. Partnermarketing
15. Schwarzes Brett
16. Huckepack Mailings
17. Gemeinschaftswerbung
18. Joint Ventures
19. Partnerangebote
20. Cross-Selling
21. Konferenzen
22. Telekonferenzen
23. Gutscheine
24. Sponsorships
25. Kataloge
26. Beratung
27. Wettbewerbe
28. Preisreduktion
29. Workshops
30. Taxiwerbung
31. Bekannte Persönlichkeiten
32. Kurse
33. Kolumnen schreiben
34. Kalender
35. Direktverkauf
36. Direktwerbung
37. Vertriebspartner
38. Schenkungen
39. Produktpräsentation
40. Muster
41. Telefonbücher
42. Ausstellungsmuster
43. Flyers, Dokumentation
44. Spenden
45. Geschenke
46. Geschenkzertifikat
47. Newsletterbeilagen
48. Magazinbeilagen
49. Zeitungsbeilagen
50. Spezialanlässe
51. Frühstückseminar
52. Private Infoanlässe
53. Vorschau
54. Persönliche Briefe
55. Listung in Branchenbüchern
56. Bandenwerbung
57. Magazinwerbung
58. Zeitschriftenwerbung
59. Platzierte Inserate
60. Anschlagbrett beim Lebensmittelgeschäft
61. Feuerzeug / Streichholzschachtel
62. Kinowerbung
63. Newsletter
64. Produktlancierung
65. Persönlicher Verkauf
66. Postkarten
67. Parteiplanung
68. Franchising
69. Poster / Plakate
70. Referate
71. POS-Werbung
72. Tischset in Restaurants
73. PR / Pressetexte
74. Dokumentanfragen
75. Persönliche Briefe
76. Radiowerbung
77. Interview CD
78. Radio / TV Interview
79. Fernsehsendungen
80. TV-Infomercials
81. Persönliche Berichte
82. Empfehlungen
83. Bandansagen
84. Telefonansagen
85. Email auf Verlangen
86. Elektronischer Katalog
87. Bannerwerbung
88. Seminare
89. Lieferanten gesponserte Anlässe
90. Rechnungsbeilagen
91. Außendienstmitarbeiter
92. Internetmarketing
93. Prospekt in Tragtaschen
94. Events sponsern
95. Spezialanlässe
96. Leuchtschriften
97. Werbung an öffentlichen Verkehrsmitteln
98. Bewegliche Displays
99. Kundenbefragungen
100. Inbound Telefonmarketing
101. Outbound Telefonmarketing
102. T-Shirt-Beschriftungen
103. CD ROM / DVD
104. Geschenkbüchlein
105. Werbung an Tankstellen
106. Testimonials
107. Neutrale Empfehlungen
108. Busbeschriftung
109. Autobeschriftung
110. Gelbe Seiten
111. Kundenmailings
112. Gemeinsame Werbung
113. Referate
114. Gratismuster

Tools, Systeme und Methoden, die Ihnen einen Marktvorsprung bringen.

Über all die Jahre wurden die Grundsätze, welche dem Konzept von Alchemy Business Development und Marketing zugrunde liegen, eingesetzt. Sie haben Millionen über Millionen Umsatz für kleinere, mittlere und größere Firmen eingebracht. Firmen, wie die Ihre auch.

Alchemy hat diese Regeln verfeinert und eine Serie von dynamischen und wissenschaftlich untermauerten Prozessen erstellt, um die Herausforderungen von mittelgroßen Unternehmen in Erfolge zu wandeln.

Nachfolgend ein paar Möglichkeiten, was Alchemy für Sie tun kann:

- Generieren Sie unlimitiert neue Kunden, die gerne bei Ihnen kaufen.
- Entwickeln und implementieren Sie schlagkräftige Direktmarketingstrategien, die Ihre Verkäufe kontinuierlich steigern.
- Federn Sie Preiskämpfe Ihrer Mitbewerber ab, ohne Senkung der eigenen Marge.
- Sehen Sie, wie Ihre Kunden wieder und wieder kaufen.
- Entdecken Sie versteckte Chancen und setzen Sie Ihre versteckten Erfolge frei.
- Steigern Sie schnell, einfach und effektiv die Umsätze mit Ihren bestehenden Kunden um 10, 35 oder sogar um bis zu 90% – ohne zusätzliche Marketingkosten.
- Lassen Sie Ihren Mitbewerbern keine Chance, dank emotionalen und loyalen Kundenbeziehungen.
- Finden, engagieren, halten und motivieren Sie außergewöhnliche Vertriebsleute und Mitarbeitende.
- Steigern Sie den Wert Ihres Unternehmens, indem Sie ein profitablen Unternehmen gestalten, welches wie von selbst läuft.
- Machen Sie Ihr Unternehmen 100% fit für die Rezession und schaffen Sie sich damit einen Wettbewerbsvorsprung.
- Beschaffen Sie sich Empfehlungen von Ihren Kunden, setzen Sie diese in Ihrer Werbung ein und steigern Sie Ihre Verkäufe.
- Testen Sie Ihre Preise, um den maximalen Profit zu erreichen.
- Verdoppeln, verdreifachen oder vervierfachen Sie gar Ihre Umwandlungsrate von Interessent zu Kunde.
- und vieles anderes mehr ...

Rufen Sie einfach das Alchemy Network an: +41 43 497 29 84. Oder senden Sie uns ein Mail an info@AlchemyNetwork.ch.

the Alchemy Network
Marketing & Business Development

Alchemy Network unterstützt mittelständische Unternehmen in strategischem Wachstum und der Expansion.

Sie werden

- mehr Kunden akquirieren,
- höhere Gewinne erzielen,
- den Firmenwert steigern,
- Ihr Geschäft multiplizieren und weiter ausbauen.

Alchemy Network
Marketing & Business Development

Alchemy Network GmbH
Bahnhofstrasse 58
8001 Zürich
www.alchemy-network.ch

© 2009 Alchemy Network GmbH