

ERFOLG magazin

AUSGABE 7

DAS
LESEN
ERFOLG
REICHE

DOSSIER

ePaper

DEUTSCHLAND | ÖSTERREICH | SCHWEIZ

10 Profi-Tipps, +
um Kunden künftig
magisch zu gewinnen
und Erträge zu steigern

Experte

Andreas Klar

Werde zur Marke

Kunden magisch gewinnen



INHALT

Interview

Zeige, wer Du wirklich bist 4

Titelthema

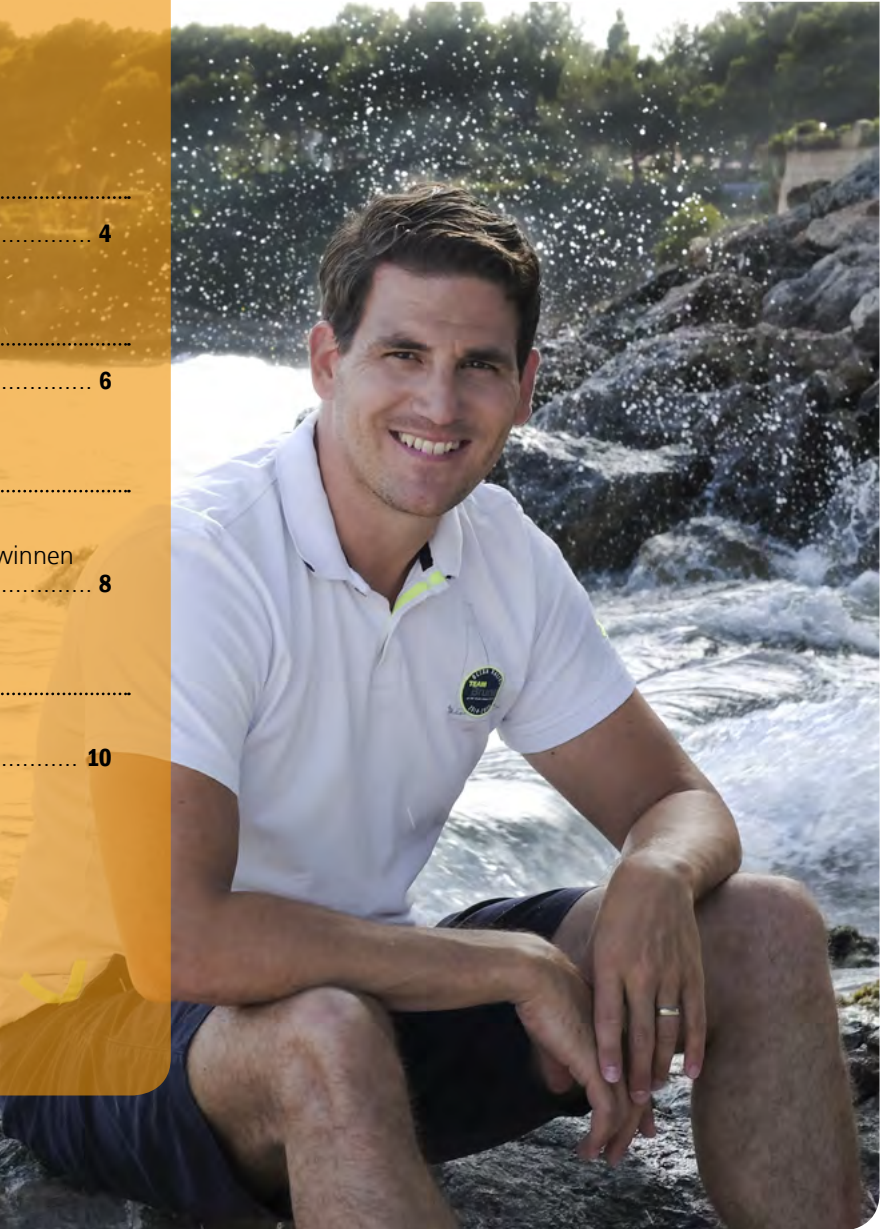
Werde zur Marke 6

Erfolg

Top10-Tipps
um Kunden künftig magisch zu gewinnen
und Erträge zu steigern 8

Klar für Sie

Coachings,
Workshops 10



Impressum

Folgen Sie uns auch auf



Erfolg Magazin Dossier

Redaktion/Verlag Backhaus Verlag

E-Mail: info@backhausverlag.de
Chefredakteur (V.i.S.d.P.) Julien D. Backhaus
Redaktion und Satz: Martina Schäfer

Onlineredaktion

E-Mail info@backhausverlag.de

Herausgeber, Verleger:

Julien D. Backhaus
Bremer Straße 24, D31608 Marklohe

Anschrift:

Waffensener Dorfstr. 54,
27356 Rotenburg
Telefon (0 42 68) 9 53 04 91
E-Mail info@backhausverlag.de
Internet: www.backhausverlag.de

Vervielfältigung oder Verbreitung nicht ohne
Genehmigung.

Alle Rechte vorbehalten.

**Bildrechte, wenn nicht anderweitig
ausgewiesen:**

Sylke Gall

Autoren (Verantwortliche i.S.d.P)

Die Autoren der Artikel und Kommentare im Erfolg
Magazin sind im Sinne des Presserechts selbst
verantwortlich. Die Meinung des Autors spiegelt
nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wider.
Trotz sorgfältiger Prüfung durch die Redaktion
wird in keiner Weise Haftung für Richtigkeit
geschweige denn für Empfehlungen übernommen.
Für den Inhalt der Anzeigen sind die Unternehmen
verantwortlich.

Julien Backhaus
Verleger und
Herausgeber



Dafür stehen Sie mit Ihrem Namen

Das Bewusstsein, sich selbst zu einer Marke zu machen, ist in den letzten Jahren gewachsen. Besonders bei Unternehmern, Selbstständigen und Experten stand und steht dieser Wunsch im Vordergrund. Dafür gibt es gute Gründe. Wer eine Marke ist, genießt Aufmerksamkeit und Respekt - zumindest im besten Falle. Diejenigen, die es richtig angehen, profitieren langfristig durch die eigene Marke. Wichtig dabei: Die Leute müssen wissen, wer Sie sind und wofür Sie stehen. Haben Sie das in den Köpfen der Menschen erreicht, ist die Ernte beinahe schon eingefahren. Marketing funktioniert dann besonders gut, wenn ein Angebot bereits in eine

„Markenschublade“ beim Kunden passt. Sind Sie also bereits im Kopf des Kunden verbunden mit bestimmten Attributen - trifft Ihr Angebot auf einen positiven Geist. So wie es einst Claus Hipp sagte: „Dafür stehe ich mit meinem Namen.“

Einer, der bereits unzähligen Unternehmern und Experten aus ganz Europa beim Markenaufbau geholfen hat, ist Andreas Klar. Er hat in den letzten Jahren am eigenen Beispiel bewiesen, dass seine Strategien Gold wert sind. Mittlerweile lebt der „Business-Mentor Nummer 1“ auf Mallorca und bietet dort sogar seine exklusiven und ausgebuchten Seminare an.

Ich habe ihn persönlich zum ersten Mal in Palma auf der jährlichen Promi-Party von Luxusmakler Marcel Remus getroffen. Und man merkt sofort, dass Klar das lebt, was er predigt und vor allem selbst davon profitiert hat. Dieser „Proof of Concept“ ist heute um so wichtiger in einem Zeitalter, wo es viele selbst ernannte Experten gibt. Wir sind froh, dass wir mit Andreas Klar einen der besten in Europa für dieses Dossier gewinnen konnten.

Viel Erfolg wünscht Ihnen
Julien Backhaus, Verleger

Bild: Backhaus



Warum Personal Branding für den Erfolg der Selbstständigkeit unerlässlich ist, verrät Andreas Klar im Interview

Wie sind Sie dahin gekommen, wo Sie heute stehen? Wie hat sich das entwickelt? Selbstständige, die auf der Suche nach Erfolg sind, werden heutzutage mit vielen Business-Irrtümern konfrontiert zum Beispiel „Du musst nur das Richtige tun, dann kommt der Erfolg über Nacht!“ Das ist Bullshit. Erfolg kommt dann über Nacht, wenn Du Dich darauf vorbereitet hast! Heute lebe ich mit meiner Familie auf Mallorca, einem der schönsten Plätze Europas. Wir genießen Lifestyle, haben aber auch harte Arbeitsphasen. Mein Tun war und ist an Fortschritt, positive Gefühle und stets an meine Leidenschaft gekoppelt: Selbstständige erfolgreich machen. Die On- & Offline-Seminare, die in kleinem Rahmen stattfinden, sind vermehrt ausverkauft. Mehr als 1000 Selbstständige haben bereits mein Kunden-SOG®-Prinzip erlernt. Sie gewinnen damit

für sich und ihr Business Sichtbarkeit, Vertrauen und Kunden, werden zur anziehenden Marke. Mein heutiger Erfolg, der aus vielen Puzzleteilen besteht, kam nicht über Nacht. Dahinter steht ein Prozess von jahrelangen, kontinuierlichen Lernen, stetiger Investitionen in mein Business, in Mitarbeiter und mich.

„Erfolg kommt dann über Nacht, wenn Du Dich darauf vorbereitet hast!“

Mit 21 Jahren traf ich die Entscheidung, den Traum „Profi-Fußballer“ zu begraben. Stattdessen stieg ich als Verkäufer in der Finanzbranche ein. Wenn ich etwas tue, dann zu 120 Prozent. Ich gehörte kurze

Zeit später und über ein Jahrzehnt zur Top 20-Verkäuferelite eines internationalen Finanzunternehmens mit 800 Verkäufern. Einer der Turbos war es dabei, mit meiner Vorstellungskraft zu arbeiten. Ich visualisierte damals schon die Träume, eines Tages auf Mallorca zu leben, Hilfsprojekte zu leiten und Menschen bereichernde Lösungen zu liefern. Was ist passiert? Ich habe mich ständig weitergebildet, studierte parallel zu meinem Familienleben mit zwei Kids und dem wachsenden Unternehmerdasein Sportökonomie, Betriebswirtschaft und Private Real Estate Management. Das waren zeitweise hartes Schuften und schlaflose Nächte. In den zurückliegenden 15 Jahren übernahm ich die Verantwortung für elterliche Betriebe, gründete und verkaufte selbst mehrere eigene Unternehmen. Aktuell trage ich Verantwortung für fünf Unternehmen in verschiedenen Branchen. Viele meiner Marketing-, Verkaufs- und

Bild: Buhr

Business-Strategien habe ich über die Jahre hinweg entwickelt. Einige durfte ich von großartigen Mentoren übernehmen. Einer von ihnen ist mein Vater, selbst Unternehmer, Autor, Mentaltrainer. Andere Geheimnisse habe ich in Seminaren und Einzelcoachings von den weltbesten Strategen, Unternehmern und Trainern lernen dürfen. Mein eigenes „Unternehmerspiel“ ist dadurch in 15 Jahren massiv gewachsen. Deswegen ist es eine logische Konsequenz, dass ich als Mentor diese Erfolgswege an Selbstständige, Verkäufer, Unternehmer weitergebe.

Welche Herausforderungen hatten Sie diese Erfolgsregeln in ihr eigenes Leben zu integrieren? Welche Hindernisse sind Ihnen auf dem Weg begegnet?

Die meisten Selbstständigen, so auch ich, haben mit ähnlichen Hindernissen zu kämpfen: Gerade wenn Menschen beginnen, aus den Mustern des eigenen Umfeldes und deren Vorstellungen auszubrechen, etwas anders als der Mainstream zu tun, beginnt ein Spießrutenlauf. Es erfordert Mut und Selbstbewusstsein, die eigene Persönlichkeit zu leben, das Business in die Welt zu tragen.

Mut ist besonders wichtig, wenn Du als Persönlichkeit zur Marke werden möchtest.

Denn das heißt: Zeige, wer Du wirklich bist. Zeige, was Dein Business ist. Sich zu zeigen heißt auch: auf Ablehnung stoßen.

Ablehnung heißt beispielsweise Familie oder Freunde, die hinter dem Rücken achtungslos sprechen, „Thekenparolen“, öffentliche Anfeindungen, Intrigen von (Trainer-)Kollegen, menschliche Enttäuschungen.

Die inneren und persönlichen Herausforderungen sind Selbstzweifel wie „Bin ich gut genug? Ob das gut geht?“, gesundheitliche Dysbalancen, monetäre Fehleinschätzungen. Es ist enorm wichtig, den Glauben an sich selbst, an die Idee, an das Zielbild zu bewahren. Für mich war es hilfreich, mein „Warum“ zu kreieren. Dieser Antrieb hat mir in schweren Phasen die Kraft gegeben zu sagen: „Jetzt erst recht!“

Was hat Sie bewegt, sich in Ihrem Fachgebiet zu entwickeln?

85 Prozent aller Selbstständigen in Deutschland scheitern. Einige sprechen von 90 Prozent. Dafür gibt es zwei Hauptgründe: 1.) Mangelnde Liquidität. 2.) Es

werden zu wenig Kunden gewonnen, um zu wachsen. Es ist für mich ein Schreckensbild, wieviele Selbstständige hinter ihren Möglichkeiten bleiben, sich schwertun mit Kundengewinnung und dazu teures Marketing betreiben. Als ich dieses Problem in mehreren Gesprächen mit Selbstständigen realisierte, erkannte ich, was ich in all meinen Unternehmen anders und vor allem besser mache.

Vor allem regelmäßige (Neu-)Kundenströme bescherten mir in 15 Jahren Unternehmertum immer eine sichere Basis. Es waren und sind einfache Regeln, die garantierten, dass ich immer die richtigen Kunden in mein Business zog. Mein Ziel: sie zu ganzheitlichen, treuen Kunden zu machen. Keine Eintagsfliegen. Ohne Druck, ohne veraltete und teure Marketingkampagnen.

Da der Bedarf bei Selbstständigen nach KundenSOG®-Konzepten so hoch ist, entschied ich mich vor einigen Jahren dazu, meine Strategien, Erfahrungen, Business-Modelle an Selbstständige weiterzugeben. Hier bin ich anders als andere und begleite individuell, bis sie auch wirklich ihren gewünschten Erfolg haben. Mit dieser Expertise zaubere ich Selbstständigen das große Bild zurück, das sie hatten, als sie mit ihrem Business angetreten sind.

Welches Feedback bekommen Sie von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern Ihrer Seminare und Coachings?

Ich liebe es, Kunden zu zeigen, dass Selbstständige „echt“, „authentisch“, „verletzlich“, „emotional“, und gerade deswegen erfolgreich sein können. In diesem Zusammenhang höre ich oft: „...bei all seinem Erfolg ist er Mensch geblieben“.

Klare Fakten komplettieren die Leistungsbilanz. Und es geht ja am Ende des Tages um Ergebnisse. Um den Aufbau einer anziehenden Marke, eines automatisierten KundenSOG®. Klassisch sind die Beispiele von Michael oder Sebastian (Anmerkung der Redaktion: Namen geändert): Sie sind selbstständig mit Umsätzen im einstelligen Millionenbereich. Nach jeweiligen Konsolidierungsphasen haben wir es in beiden Unternehmen geschafft, den Umsatz zwischen 60 – 120 Prozent

innerhalb eines Jahres zu steigern. Bei Einzelkämpfern sind es oft noch krassere Zahlen: Sobald die Menschen den Zusammenhang von Angebot, Positionierung, persönlicher Markenbildung on- und offline, dem idealen Kunden und einem dazu passenden Businessmodell erkennen, steigen die Umsätze in wenigen Wochen rasant. Das bestätigen etliche Testimonials.

Wo möchten Sie mit diesem Thema noch hin?

Wenn bei Selbstständigen und in deren Business meine Kundengewinnungs- und Markenschaffungs-Strategien implementiert und bewusst gelebt werden, ist das der Löwenanteil zum gesunden Wachstum. Es soll einfach jeder profitieren. Mein Kunde. Die Familien meiner Kunden. Die Kunden meiner Kunden und natürlich ich. Nur wenn alle Beteiligten den erhofften Nutzen haben, macht es auch Spaß und es entsteht ein dauerhafter Ripple-Effekt. Dann erzeugt mein Steinwurf ins Wasser unendliche Wellen. Das ist die Motivation meiner Seminare, Mentorings, Bücher, Beiträge.

Meinem Tun gebe ich darüber hinaus einen Sinn: bei unserer Kilimanjaro-Besteigung und im Weisenheim in Tansania habe ich erfahren, dass „Geben von Herzen“ glücklicher macht als Besitz. Meine Vision ist es, gemeinsam mit meiner Frau Francesca und meinen Kindern hier über ein normales Maß hinaus aktiv zu sein. Hier haben wir einen internen Charity-Fonds angelegt.

Wie wollen Sie sicherstellen, dass Sie sich mit dem Thema weiterentwickeln und am Puls der Zeit bleiben?

Schau in die Vergangenheit, ich zeige Dir die Zukunft. Die Gründe, warum Menschen kaufen oder nicht, sind seit Menschenzeiten gleich. Gebe den Menschen was sie benötigen und sie werden Dir folgen. Löse ihr wahres Problem, und sie werden kaufen. Das wird so bleiben.

Die Frage ist: Wie und auf welchen Kanälen vergrößerst Du am schnellsten deine Reichweite. Wie sorgst Du am einfachsten für Wahrnehmung, Verkäufe? Wir befinden uns aktuell im Zeitalter der

Digitalisierung. Sie eröffnet uns noch größere und schnellere Chancen. Wenn wir es generell schaffen, unsere Botschaft oder unser Angebot mit der digitalen Welt zu verbinden, nutzen wir noch nie dagewesenen Ressourcen für fast jedes Business.

»Mut ist besonders wichtig, wenn Du als Persönlichkeit zur Marke werden möchtest.«

»Gebe den Menschen was sie benötigen und sie werden Dir folgen.«

Werde zur Marke

So entfachst Du eine Sogwirkung auf deine Kunden

Experten und Analytiker sprechen eine vernichtende Sprache: Mehr als 80 Prozent aller Selbstständigen scheitern in den ersten fünf Jahren; einige Zahlen gehen sogar von dramatischen 85 Prozent aus. Das hat zwei Hauptgründe: 1. Mögliche Kunden nehmen Dich und Dein Business nicht ausreichend wahr. Sie gewinnen nicht genügend Kunden. 2. Das Geld wird knapp. Die Liquidität reicht nicht, um wichtige Investitionen zu tätigen und das Wachstum so zu finanzieren, dass daraus neuer Ertrag kommt.

Es stellen sich für Dich und Dein Business also folgende Fragen:

- Wie schaffst Du es, Sichtbarkeit und einen Sog zu erzeugen, die Dir einen dauerhaften Kunden- und Kaufstrom beschere-
nen? Wie kannst Du die Nachfrage konsequent und planbar erhöhen, um nicht den Unternehmenstod zu sterben?

Die Emotion des Kunden

Menschen kaufen aus emotionalen Beweggründen, selten aus rein rationaler Sicht. Das heißt für Dich als Anbieter, dass Deine Kunden kaufen, wenn Du und Dein Angebot sie emotional „gefesselt“ haben. Was benötigt es dazu? Gefühle wie Vertrauen, Sicherheit, Liebe, Freude.

Erzeugst Du in Menschen eines dieser wohligen Gefühle - selbst wenn sie das nicht einmal bewusst wahrnehmen - beginnen sie, sich zunächst selbst Dein Angebot zu verkaufen. Danach startet eine innere Diskussion, ein innerer Verkaufsprozess: „Das ist teuer“, „... günstig“, „...groß“, „...klein“, „...schwer“, „... leicht“, „Was soll mein Partner oder was sollen die anderen dazu sagen?“. Dieser innere Film läuft vollautomatisch und unterbewusst ab.

Man sammelt sich Pro und Contra für die Kaufentscheidung. Das Interessante ist, dass der Kunde zwar diesen unterbe-

wussten Prozess durchläuft, innerlich aber schon längst seine Entscheidung über Kauf oder Nicht-Kauf getroffen hat. Und zwar deshalb, weil Du zuvor bestimmte Emotionen bei ihm geweckt hast. Je tiefer Du diese Emotion triffst, desto größer das Kaufmotiv.

Was heißt das für Dich als Anbieter?

Um erfolgreich in der Ansprache und bei der Kundengewinnung zu werden, stellen sich drei entscheidende Fragen:

1. ...gewinnende und authentische Emotionen an Interessenten zu vermitteln, die in ihnen diese „Ich will das haben-Gefühl“ erzeugen?
2. ...den konkreten Nutzen für den Kunden punktgenau zu kommunizieren?
3. ...Dich und Dein Angebot von vergleichbaren Angeboten im Markt abzugrenzen und Deine Vorteile zu transportieren?

1. Schlüsselfaktor: Eine klare Positionierung und eine anziehende Marke

Hast Du zu wenig Kunden, bist Du nicht gut positioniert!

Bist Du selbstständig, brauchst Du in Deinem Business eine eindeutige, für Deine Kunden klar erkennbare Positionierung im Markt. Verstehe Positionierung dabei als eine Position. Diese Position muss sich von

der Deiner Mitbewerber unterscheiden. In meinen Trainings sage ich oft: „Spiele nicht auf dem Spielfeld des Marktes. Erschließe ein neues Spielfeld, das an den Markt angrenzt.“ Eine klare Positionierung soll Dich differenzieren und sichtbar für mögliche Interessenten machen. Sie soll ein deutliches Alleinstellungsmerkmal haben. Einige Spezialisten raten Dir dabei, Dich in einer Nische zu bewegen, dort Experte zu sein.

Worin bist Du Experte? Zeige, warum das genau Dein Spezialgebiet ist. Gehe also mit Deinem Angebot eher in die Tiefe, als

in die breite Oberfläche. Baue Dir keinen Bauchladen auf, sondern spezifiziere Dein Angebot. Spezialisier Dich, sei Experte, sei DIE eine Lösung, anstatt eine Lösung von vielen. Julius Caesar sagte einmal: „Ich bin lieber der Erste hier in meinem kleinen Dorf, als zweiter in Rom.“

Werde zur anziehenden Marke

Als Selbstständiger oder Unternehmer bis zu 50 oder 60 Mitarbeitern besitzt Du einen riesigen Vorteil: DICH! Dein Business ist zu einem großen Teil von Dir und Deiner Persönlichkeit abhängig. Du bist der Ideengeber, Verkäufer, Visionär, Inhaber, Marketingstrategie, Entwickler, der buchhalterische Kopf, Berater. Alles vereint in einer Person. Du bist das „Herzstück“. Der große Vorteil und die Einzigartigkeit Deines Business liegen in DIR.

Die Dichte der Innovationen und das rasante Tempo unserer Zeit geben für ultimative Produkt- und Dienstleistungsinnovationen immer nur einen limitierten Zeitraum. Ist etwas erfolgreich eingeführt, zieht oft schon der nächste Anbieter nach, imitiert und propagiert die Kopie als seine eigene. Das war es dann mit der Alleinstellung. Mit der einzigartigen Positionierung. Das ist ein gefährliches Spiel, dass viele Selbstständige scheitern lässt.

Wie wäre es, wenn Du als Selbstständiger einen zeitlosen Marktvorteil nutzt? Du als Person bist das größte Alleinstellungsmerkmal und differenzierst Dich von allen anderen im Markt. Wenn Du es gezielt machst. Wie geht das? Tauche ein in Deine Persönlichkeit, in Deine innere Schatzkammer, denn hier liegt Dein Reichtum versteckt. Es ist Dein Denken, Dein Tun, Deine Ideen, Deine Gefühle, Deine Sprache, Mimik, Gestik, Deine Überzeugungen, Deine Werte, Dein Wissen, Deine Emotionen, Deine ganz persönliche Geschichte. Dieser Mix unterscheidet sich elementar von denen anderer Menschen und Companies.

Du bist einzigartig. Du bist besonders. Du bist ganz sicher anders als andere.

Weißt Du, was der größte Fehler in Businessaufbau, Marketing und in der Kun-

Hast Du zu wenig Kunden, bist Du nicht gut positioniert!

dengewinnung ist? So sein zu wollen, wie andere sind. Etwas zu tun, wie es andere tun. Denn damit nimmst Du Dir das Licht, das Dich einzigartig erstrahlen lässt. Das einzigartige Leuchtmittel, was Zielkunden von Weitem erkennen können.

Um das erkennbar nach außen zu vermitteln, ist es elementar, dass Du für Dich selbst erkennst, was Dich so einzigartig macht. Das ist der schwerste Part der Positionierungs- und Brandingarbeit.

Finde den „roten Faden“ Deines Weges, Deines Wissens, Deiner Expertise. Der gibt wertvollen Aufschluss darüber, warum Du in diesem Business bist, wie Du Potenziale ausschöpfst und wie Du Dich mit dem, wer Du bist, was Dir Spaß und Freude macht, klar positionieren und vermarkten kannst.

Viele Selbstständige werben und gewinnen dennoch keine Kunden. Warum? Weil ihre Botschaft nicht zu ihnen passt. Eine authentische und gewinnende Kommunikation kommt von innen heraus, sie ist emotional, sie schafft Verbindungen. Sie bindet Bestandskunden an Dich und sorgt für einen dauerhaften Neukundenstrom wie auf Autopilot. Du kannst Deine Persönlichkeit, Dein ICH nicht ausschalten. Nutze es. Es geht darum, dass die Menschen Dich mit Deiner Persönlichkeit als Marke wahrnehmen. Menschen kaufen von Menschen. Nutze daher den Vorteil Deiner Person in Form eines Personal Brandings. Erlaube Dir, zu einer Marke mit hoher Wahrnehmung zu werden.

Ich garantiere Dir, wenn Du es schaffst, Deine Einzigartigkeit, Deine Positionierung und Dein Personal Branding verständlich heraus zu arbeiten, wird Deine Kundenzielgruppe Dich und Dein Angebot wahrnehmen. Sie kaufen und werden Dich anschließend voller Überzeugung weiterempfehlen. Solange dieser Zustand nicht erreicht ist, wirst Du nur schemenhaft wahrgenommen, oft sogar missverstanden.

2. Schlüsselfaktor: Der ideale Kunde

Wer alle als Kunden möchte, bekommt niemanden! Weißt Du, wer Dein idealer Kunde ist? Hast Du schon mal einen Kunden gehabt, bei dem einfach alles glatt lief? Vom Erstkontakt bis zum Abschluss und zur Weiterempfehlung, alles war einfach und schlüssig? Dann weißt Du ja, was ich meine.

Meine Erfahrung ist, dass 95 Prozent aller Zielgruppenermittlungen für die Katz' sind. Dabei ist diese Ermittlung so wichtig. In den meisten Zielkundenermittlungen passiert mindestens einer der folgenden drei Fehler:

1. Der Zielkundenermittler (Du?) spiegelt sich selbst. Er schließt von sich auf andere.
2. Du tauchst nicht tief genug ein. In der Zielkundenermittlung werden oft nur



Bei der Zielkundenermittlung wird oft vergessen, neben den hard facts wie Alter, Beruf, Einkommen und Wohnort, auch die tiefer liegenden, emotionalen Faktoren mit zu betrachten.

Faktoren wie Alter, Beruf, Einkommen, Wohnort - relativ oberflächlich - ermittelt. Das sind die hard facts. Man vergisst aber die tiefer liegenden, emotionalen Faktoren zu betrachten.

3. Traditionell wird die ZielGRUPPEN-Analyse gelehrt. Das Wort „ZielGRUPPE“ ist der falsche Begriff und das falsche Bild. Warum?

In der Regel sprichst Du mit Deinem Angebot einzelne Menschen an, die Du als künftige Kunden gewinnen möchtest.

Deswegen ist es wichtig, den einzelnen perfekten Zielkunden zu identifizieren, also nicht die oberflächliche, breite Zielgruppe, sondern den tiefen-wirksamen, einzelnen Menschen, mit seinen Emotionen und Persönlichkeitsmerkmalen.

Jeder Mensch möchte im Grunde nichts sehnlicher, als sich verstanden zu fühlen. Eines der schlimmsten Gefühle ist - Hand aufs Herz - sich alleine zu fühlen. Schaffst

Du es herauszufinden, welche Sorgen, Ängste, Probleme, emotionalen Herausforderungen Du mit Deinem Angebot bei Deinem individuellen Zielkunden löst, dann kannst Du eine Verbindung mit diesen Menschen aufbauen.

Je besser Du erkennst, aus welchen emotionalen Gründen ein Kunde bei Dir kauft, warum er sich von Deinem Angebot angezogen fühlt, wie Du seine Probleme, Sorgen und Herausforderungen löst, desto eher wird er bei Dir kaufen und Dir

treu bleiben. Dabei gilt folgende Grundregel: Je größer der Schmerz, die Angst, die ausgelöste Emotion, das Schamgefühl oder das Problem des Kunden ist, desto höherpreisiger kannst Du Dein Angebot gestalten.

Die Lösung für das Problem, dass mehr als 80 Prozent aller Selbstständigen stagnieren und zu wenig Kunden gewinnen lässt? Das KundenSOG-Prinzip® - denn Kunden werden heute nicht mehr mit Druck gewonnen, sondern magisch angezogen.

Du bist einzigartig.
Du bist besonders.
Du bist ganz sicher
anders als andere.



TOP 10 Tipps

**um Kunden künftig
magisch zu gewinnen
und Erträge zu steigern**

1. Sei einzigartig – der Anfang vom KundenSOG®

Um Kunden und Menschen in Deinen Bann zu ziehen, musst Du genau wissen, was Dich besonders macht. Was macht Dich und Dein Angebot einzigartig? Was ist Dein Alleinstellungsmerkmal? „Butter bei die Fische“: Liste jeweils die Eigenschaften auf, die Dich persönlich und Dein Angebot einzigartig gegenüber dem Markt machen. Sei dabei so konkret wie möglich und spreche in einer für Kunden verständlichen Sprache. Keine Fachbegriffe verwenden, die Kunden nicht verstehen!

2. Nutze Deinen größten Vorteil

Dein größter Marktvorteil bist Du. Große Unternehmen hatten sie alle. Einen Visionär an der Spitze, der sich selbst vermarktet hat. Steve Jobs, Jeff Bezos, Mark Zuckerberg, Dietmar Hopp. Dein Job ist es, mit Deiner Person Vertrauen am Markt zu gewinnen. Werde zur anziehenden Marke. Erfolgreiche Selbstständige wissen: Personal Branding ist Pflicht. Was hält Dich davon ab, das Leben zu leben was Du Dir wünschst und Deine Persönlichkeit dazu zu nutzen. Das Leben hat einen Sinn. Jeder Mensch hat einen höheren Sinn!

Finde heraus, wofür Du stehst. Was sind Deine Werte, Philosophien, Erfahrungen,

85 % aller Selbstständigen haben ein riesiges Problem: Sie gewinnen zu wenig Kunden. Sie sind nicht ausreichend sichtbar am Markt. Sie ziehen Kunden erst garnicht an. Mit diesen 10 Tipps startest Du eine neue Ära in Deinem Business.

Wissen, Historie? Kommuniziere sie in allen medialen Auftritten. Trage diese Kultur als Leitbild und Philosophie in Dein Unternehmen und in die Welt. Das schenkt Vertrauen.

3. Be present – nutze den Trend Social Media

Sei dort, wo Deine Zielkunden sich bewegen: Nutze LowCost-Marketing. Über geeignete Social Media-Kanäle lassen sich Deine Zielkunden erreichen und gewinnen. Unverständlich, wenn Selbstständige die Trends der Zeit nicht nutzen. Entweder Du gehst MIT der Zeit oder Du GEHST mit der Zeit. Zwei Schlüsselfaktoren:

1. Lasse Deine Kunden sprechen und Dich empfehlen. Nutze Testimonials und das damit verbundene Empfehlungsmarketing, lasse sie den Sog für Dich aufbauen.
2. Videomarketing ist aktuell auf Kanälen wie Facebook, Youtube und Instagram sehr gefragt, um Menschen authentisch von Dir und Deinem Angebot zu überzeugen.

4. Werde zur Nr. 1 – der beste Problemlöser

Gehst Du lieber zum Facharzt für Chirurgie oder zum Allgemeinmediziner, wenn Du einen komplizierten Armbruch hast? Besuchst Du den Top-Chirurgen der Stadt oder den „Wald- & Wiesen-Chirurgen“? Je

spezifischer Du die Probleme Deiner Zielkunden löst, desto wertvoller wirst Du für den Markt. Löse Probleme die sonst keiner löst. Jedes Problem ist eine Chance. Spezifiziere Dein Angebot und Deine Expertise so, dass Du die Nummer 1 in einem Bereich sein oder werden kannst. Auch ein kleiner Anbieter hat zwischen den Großen eine Chance. Er muss sich lediglich auf das Wachstum innerhalb der Lücke konzentrieren.

5. Definiere den idealen Zielkunden

Damit Du und Dein Unternehmen die richtige Ansprache im Marketing und Verkaufsprozess finden, musst Du wissen, für wen genau das Angebot bestimmt ist. Definiere biometrische Daten wie Alter und Geschlecht, finde aber auch die tiefen Emotionen, Ängste, Schwächen, die größten Wünsche und Sehnsüchte heraus. Diese gilt es zu „treffen“ mit Deiner Kommunikation und vor allem mit Deinem Angebot. Warum sollte dieser Kunde ausgerechnet bei dir kaufen? Zielst Du an den Bedürfnissen der Menschen vorbei, wird der gewünschte Verkaufserfolg ausbleiben.

6. Verkaufe weniger – verdiene mehr

Diese Botschaft ist Gold wert. Viele Selbstständige sind gestartet, um mehr Unabhängigkeit und Freiheit im Leben zu gewinnen. Das Gegenteil ist meistens eingetreten. Ihre Preise sind am Markt orientiert, sie haben verglichen und sich eingepreist. Aus Angst zu weit zu gehen, gehen sie nicht weit genug. Mittelpreissegment ist tödlich. Qualität und Lösungen haben ihren Preis. Keine Lösung ohne Preis! Höhere Preise schenken Zeit. Mit höheren Preisen brauchst Du weniger Aufträge. Ein Trugschluss, dass hohe Preise sich nicht gut verkaufen lassen. Bist Du gut positioniert und genießt Deine Marke Vertrauen, sind hohe Preise üblich.

7. Halte Fokus

Einer der größten Fehler von Selbstständigen ist es, dass sie sich verzetteln. Durch eine Verbreiterung des Produktangebotes, durch Nebenschauplätze verwässert die klare Markenbotschaft. Die Kernkompe-

tenz schwindet. Bleibe auf Kurs indem Du Dir und Deinen Vorsätzen treu bleibst. Wenn Du einmal auf Schienen unterwegs bist, macht es keinen Sinn abzubiegen. Setze Dir feste Ziele und arbeite konstant an deren Umsetzung. Lerne „nein“ zu sagen. Ein „nein“ zu anderen ist oft ein „Ja“ zu Dir und Deinem Business.

8. Kommuniziere emotional

Bleibe im Kopf, bleibe im Ratio und Dein Business geht den Bach herunter! Denke weniger, fühle mehr. Finde die emotionale Ebene zu den Menschen. Werbe um das Gefühl von Vertrauen, Geborgenheit, Schutz und Sicherheit. Fühlen sich die Menschen mit Dir und Deinem Angebot verbunden, so ist der Kaufprozess zum Großteil entschieden. Lerne Emotionen zu zeigen. Die Menschen werden Dich mit Aufträgen belohnen.

9. Alleine gehst Du schnell – gemeinsam gehst Du weit

Wenn Du große Ziele erreichen möchtest, gehe im Team. Wenn Du schnell umsetzen möchtest, gehe alleine. Erfolgreiche Selbstständige und Unternehmer haben starke und vertraute Ratgeber, Mentoren und Coaches. Sie sind der Turbo für ihr Business. In Zeiten steigender Komplexität

ist es nicht die Aufgabe eines erfolgreichen Selbstständigen, alles zu wissen. Es ist seine Aufgabe, das richtige Netzwerk an Beratern aufzubauen, so dass er die nötigen Unterstützungen, Empfehlungen und das Expertenwissen

in Form der richtigen Menschen hat.

10. Bezwinde Dein größtes Hindernis

Dein größter Feind ist nicht etwa am Markt zu finden. Er steckt in Dir. Deine Zweifel, Dein innerer Nörgler, Deine Ängste, das Festhalten an alten Mustern und Gewohnheiten. Das sind in Wahrheit die größten Hindernisse auf dem Weg zu Deinem gewünschten Erfolg als Selbstständiger. Wer immer tut was er schon kann, bleibt immer das, was er schon ist. Finde den Mut, Dich und Dein Angebot so zu verändern, dass Du eine höhere Wahrnehmung und Sichtbarkeit erzielst. Finde den Mut, anders zu sein und magisch zu gewinnen.

Ein „nein“ zu anderen ist oft ein „Ja“ zu Dir und Deinem Business.

85 % aller Selbstständigen scheitern mit ihrem Business, und müssen ihre Selbstständigkeit aufgeben! **Warum?**

Die meisten Selbstständigen gewinnen nicht genügend Kunden um ihre Liquidität zu steigern und Wachstum durch geschicktes Marketing zu erzielen und um so zu gesund wachsen, das Umsatz und Gewinn planbar steigen.

Dein Schnuppertermin mit mir:

„Der mit dem Kunden tanzt“ Das Online-Live-Seminar

Andreas Klar bietet in diesem Kurzseminar großen Nutzen - nahezu gratis. Erfahre, wie Du mit drei erprobten Strategien dauerhaft Top- Kunden gewinnst. Willst Du in der Selbstständigkeit erfolgreich sein und wissen,

- ... mit welchen Strategien Du Deine Kundenzahl in nur 6 Wochen verdreifachst?
- ... Du Dir eine einzigartige Wiedererkennung aufbaust und als Marke die Menschen begeistert?
- ... Du Deine Wunschkunden auf Kommando anzieht und daraus ein ständiger KundenSOG® entsteht?

www.kunden-sog.de

Direkt zur Sache – der direkte Weg zur Nr.1 in Deiner Branche

Der 1:1-Workshop auf Mallorca Einzigartig in Europa!

Werde zur Marke und entwickle einen KundenSOG® durch eine KLARE Positionierung und authentische Markenkommunikation.

- Wir erarbeiten Deine KLARE Positionierung im Markt. Eine Ausrichtung, die Dich abgrenzt, für eine hohe Wahrnehmung sorgt und so Kunden magisch gewinnt.
- Gemeinsam finden wir heraus, welche Kunden zu Dir, Deinem Produkt, Deiner Dienstleistung passen. Außerdem erhältst Du bewährte Business-System-Strategien, die aus dem perfekten Interessenten auch den perfekten Kunden werden lassen.
- Wir gestalten Deine ganz persönliche Erfolgs- Strategie, bauen eine Schritt-für-Schritt Kundengewinnungs-Systematik auf und vieles mehr...

Begrenzte Kapazität – Bewerbung und Informationen hier:
www.mallorca-mentoring.com

**Gemeinsam werden wir das
hier verändern und zum
gewünschten Erfolg führen.**

**Dein Weg zur Nummer 1
in Deiner Branche:**

Ein gemeinsames Wochenende mit mir:

**Business Days – Kunden
SOG® für Selbstständige
Vielfach besucht – mit großen
Erkenntnissen für Dein Business!**

Das exklusive 2 -Tages – Seminar mit Andreas Klar verspricht seinen Besuchern sieben Strategien, die in dieser Form dafür sorgen, dass Selbstständige

- eine SOGwirkung für Kunden aufbauen und genauso viele Kunden haben, wie sie sich wünschen.
- eine KLARE Positionierung finden, die ihnen sofortige Sichtbarkeit bringen wird.
- die Macht von Social Media in Einklang mit ihrem Business bringen.
- genau die Mitarbeiter und Menschen anziehen, die ihr Business voranbringen.
- sie am Markt als Experte wahrgenommen werden und magisch Kunden anziehen.
- einfache Automatismen einsetzen, die ihnen sofort Zeit, Geld und Unabhängigkeit schenken.

Termine: 15./16.9.2018 München
 19./20.1.2019 Berlin
 27./28.4.2019 Köln

Tickets und Infos hier:
Bis zum 15.7. erhältst Du mit dem Gutschein-Code
„Erfolg2018“ die Tickets für nur 97,- € statt 297,- €

www.business-days.de



**neu
5€**

ERFOLG GIBT'S **NICHT UMSONST.** **ABER ZU KAUFEN**

Für Erfolg musst du einen Preis bezahlen.
Und der ist nur 5 €

Jetzt als Print- oder Digital-Abonnement bestellen.
Ein Produkt aus dem Backhaus Verlag. info@backhausverlag.de

www.erfolg-magazin.de

Kostenlose iPhone-App

Available on the
App Store