

VORWORT

Liebe Leserinnen und Leser,

arbeiten Sie in einer Branche, in der Sie dazu gezwungen sind, immer wieder neue Kunden zu akquirieren? Oder haben Sie gerade ein Unternehmen gegründet und sind dabei, einen Kundenstock aufzubauen?

Wenn Sie für Ihre Akquise keine herkömmlichen Methoden wie telefonische Kalt-Akquise, Print-Mailings, Inserate, Prospekte oder Flugblätter einsetzen möchten, sondern neue Wege gehen wollen, dann haben Sie mit dem Kauf dieses Buches die richtige Entscheidung getroffen. Hier beschäftigen wir uns damit, wie Sie alleine über das Internet erfolgreich und nachhaltig Neukunden gewinnen. Die meisten im Buch beschriebenen Maßnahmen sind so einfach, dass Sie diese ohne professionelle Hilfe umsetzen können.

Ein weiterer Vorteil ist, dass Sie dafür kein großes Marketing-Budget benötigen. So gut wie alle Werkzeuge, die ich für die technische Umsetzung empfehle, gibt es in einer Gratis-Version. Viele Leser werden mit einem Marketing-Budget von 99 Euro pro Jahr auskommen. Wer mehr Funktionen nützen möchte, wird – so wie ich – 999 Euro pro Jahr investieren. Das ist ein überaus geringer Betrag im Vergleich zu den herkömmlichen Akquise-Methoden.

Was ich hier aber keinesfalls verschweige, ist, dass Sie für das Einrichten Ihres Internet-Akquise-Systems Zeit investieren müssen. Sie sollten die Vorlaufzeit mit vier bis sechs Wochen bemessen. Ist das System aber einmal eingerichtet, ist der zeitliche Aufwand überschaubar. Vieles lässt sich automatisieren. Die meiste Zeit benötigen Sie für die Arbeit mit Social Media und im Bereich Content-Marketing. Je nachdem, wie intensiv Sie sich diesen Bereichen widmen, sollten Sie mit zwei bis zehn Stunden pro Woche rechnen. Im Vergleich zur telefonischen Kalt-Akquise und den anschließenden Kunden-Präsentationen, die zu 90 Prozent leere Kilometer sind, ist das aber immer noch wenig Zeit. Und das bei viel höheren Erfolgs-Quoten.

Wie ist es zu diesem Buch gekommen?

Es gibt zwar eine Menge Spezial-Literatur zu den einzelnen Gebieten der Internet-Akquise, wie z.B. Bücher über XING, Facebook, Suchmaschinen-Optimierung, Content-Marketing oder E-Mail-Marketing, jedoch existiert kaum Literatur, die die Zusammenhänge und Synergie-Effekte, die sich aus der Kombination der einzelnen Instrumente ergeben, praxisnah für mittelständische Unternehmen erklärt.

So war es mir, als Frau der Praxis, ein Bedürfnis, ein Ratgeber-Buch zu schreiben, das die Internet-Akquise in seiner Gesamtheit beleuchtet und zugleich die wichtigsten Instrumente praxisnah präsentiert. Mein Ziel ist es, dass möglichst viele kleine und mittlere Unternehmer, Selbstständige und Berater diese Erkenntnisse in ihrer täglichen Akquise-Praxis gewinnbringend einsetzen. Das Buch richtet sich sowohl an Marketing-Einsteiger als auch an -Profis, die Alternativen zur Kalt-Akquise suchen.

Ich selbst nutze alle im Buch präsentierten Möglichkeiten zur Eigen-Akquise in meinem Unternehmen und habe alle beschriebenen Methoden langjährig und ausführlich im Rahmen von fast 1.000 Kunden-Projekten in 18 Jahren in der Praxis getestet.

Wie ist dieses Buch aufgebaut?

In acht Kapiteln begeben wir uns in die Welt der Kunden-Akquise übers Internet.

In **Kapitel 1** erkläre ich die Marketing-2.0-Strategie. Der große Vorteil von Marketing 2.0 ist, dass Sie mittels Sog-Effekt immer wieder neue Interessenten und Kunden für Ihre Produkte und Leistungen gewinnen. Und das ohne teure Werbung. Ich zeige Ihnen, wie Marketing 2.0 funktioniert, und gebe Ihnen einen Überblick über die einzelnen Marketing-2.0-Instrumente.

In **Kapitel 2** geht es darum, wie Sie hochqualifizierte Interessenten mittels Leadmagnet anziehen. Ich zeige Ihnen, wie Sie mit Hilfe einer Landing Page rechtlich einwandfreie E-Mail-Adressen dieser Interessenten gewinnen und wie Sie mit diesen Leads über eine Serie von Autorespondern warm werden.

In **Kapitel 3** erfahren Sie, was eine Akquise-Website von einer herkömmlichen Homepage unterscheidet. Sie erkennen, wie Sie Ihre bestehende Website optimieren bzw. worauf Sie bei einer neuen Website achten müssen.

In **Kapitel 4** lernen Sie alles zum Thema Suchmaschinen-Optimierung. Auf dieser Basis können Sie Ihre Website selbst optimieren. Auch das Thema Google AdWords betrachten wir gründlich.

In **Kapitel 5** erfahren Sie, wie Sie mit E-Mail-Marketing die gewonnenen Leads zu zahlenden Kunden machen. Schwerpunkt in diesem Kapitel ist das Texten von erfolgreichen Mailings.

In **Kapitel 6** beleuchten wir das Thema Social Media kritisch. Ich zeige Ihnen Wege, wie Sie in den einzelnen Social-Media-Portalen, insbesondere in XING und Facebook, Kontakte knüpfen und Kunden gewinnen. Ein wesentlicher Punkt ist auch die Nutzung von Facebook-Werbeanzeigen, um Besucher auf Ihre Landing Page zu bringen.

In **Kapitel 7** widmen wir uns der Webinar-Akquise. Webinare sind Vorträge im Internet. Sie lernen, wie Sie mit Webinaren neue Interessenten anziehen und Kunden gewinnen.

In **Kapitel 8** erfahren Sie, warum „Content is King“ gilt und wie Sie selbst über spannende Inhalte Leads generieren.

Mit diesem Buch halten Sie die überarbeitete Neuauflage in Händen. Ich habe mich sehr über die vielen positiven Rückmeldungen meiner Leserinnen und Leser der Erstausgabe gefreut. Einige haben mir gezeigt, wie sie das Wissen aus meinem Buch in der Praxis umgesetzt haben. Die vielen tollen Ergebnisse haben mich sehr gefreut und auch ein wenig stolz gemacht.

Seit der ersten Auflage sind drei Jahre vergangen. Vieles hat sich geändert, wie z.B. die gestiegene Bedeutung der Facebook-Ads oder die Möglichkeit der automatisierten Webinare. Anderes gibt es nicht mehr, wie z.B. den Google Page Rank. Und einiges hat komplett an Bedeutung verloren, wie z.B. Bookmarking oder auch Google+. Mit dieser zweiten Auflage möchte ich Sie wieder up to date bringen.

Möchten Sie mehr über das Thema Internet-Akquise wissen? Dann besuchen Sie eines meiner Webinare. Diese finden 14-tägig zu wechselnden Themen statt. Die aktuellen Termine finden Sie auf www.comstratega.at/events.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen und Durcharbeiten dieses Buches. Für Fragen, Wünsche und Anregungen kontaktieren Sie mich bitte.

Viel Erfolg bei Ihrer Internet-Akquise
wünscht

Margit Moravek

Wien, im Dezember 2017