

Askara



**DER REPORT, DER GESCHÄFTSFÜHRERN VON DIENSTLEISTUNGSUNTERNEHMEN
DEN VORSPRUNG IN IHRER BRANCHE SICHERT:**

**DER (NEUE) HEBEL, DER DEINE
WEBSEITE ZUM KUNDENMAGNETEN MACHT**

VORWORT ZU DIESEM DOKUMENT

Dass die digitale Welt eine Goldgrube zur Kundengewinnung ist, ist seit Jahren kein Geheimnis, sondern Standard.

Doch dadurch, dass diese Quelle in (fast) jeder Branche von Anbietern überflutet wird, die sich um eine begrenzte Anzahl an potenziellen Kunden bemühen, braucht es mehr als "einfach nur sichtbar zu sein".

Die Unternehmen, die vor 5 Jahren durch "einfach nur sichtbar sein" Kunden gewonnen haben, gehen heute in der Masse unter.

Das merke ich sowohl in Gesprächen mit Soloselbstständigen, Unternehmern mit kleinem Team als auch mit großen Unternehmen.

Überall besteht die gleiche Herausforderung. Genauso wie die gleiche Lösung, zu der wir auf den weiteren Seiten kommen werden.

Du fragst dich, warum ich dieses Wissen kostenlos freigebe?

1. Ich kann nicht alle Unternehmen mit diesem Bedarf / dieser Herausforderung unterstützen, das ist faktisch unmöglich
2. Ich bin mir sicher, dass Unternehmer, die bei diesem Thema echten Mehrwert erkennen, welchen sie für sich selbst nicht umsetzen können, mit mir ins Gespräch kommen.

WAS ERWARTET DICH HIER?

Auf den nächsten Seiten erwartet dich aus meiner 7-jährigen Marketing-Erfahrung der beste Hebel, um das maximale Potenzial aus deinem Außenauftritt zu holen.

Was bedeutet das?

Wenn dein Unternehmen sowieso sichtbar ist, erfährt es mit dieser Änderung messbar bessere Ergebnisse.

Diese Ergebnisse können sich in den unterschiedlichsten Dingen ausdrücken:

- ▶ Mehr Kundenanfragen
- ▶ Kürze Sales-Zyklen
- ▶ Weniger Einwände in Gesprächen
- ▶ Weniger Preisvergleiche deiner Interessenten
- ▶ oder vielleicht einfach eine entspanntere Arbeitswoche (für die nächsten 10 Jahre)

Ich weiß, dass dieser Input von mir kostenlos ist und kostenloser Mehrwert oft als "nicht so wichtig" abgestempelt wird ...

Aber ich bitte dich darum, dass wenn nur einer der genannten Punkte spannend für dein Unternehmen klingt, den nächsten Seiten deine volle Aufmerksamkeit zu schenken.

KURZ UND KNAPP:

WER BIN ICH, WARUM DARFST DU MEINEN INHALTEN VERTRAUEN?

Ich arbeite seit 7 Jahren in den Bereichen Branding, Website und Marketing und habe in diesem Zeitraum unzählige Unternehmen der verschiedensten Branchen bei ihren Außenauftritten unterstützt.

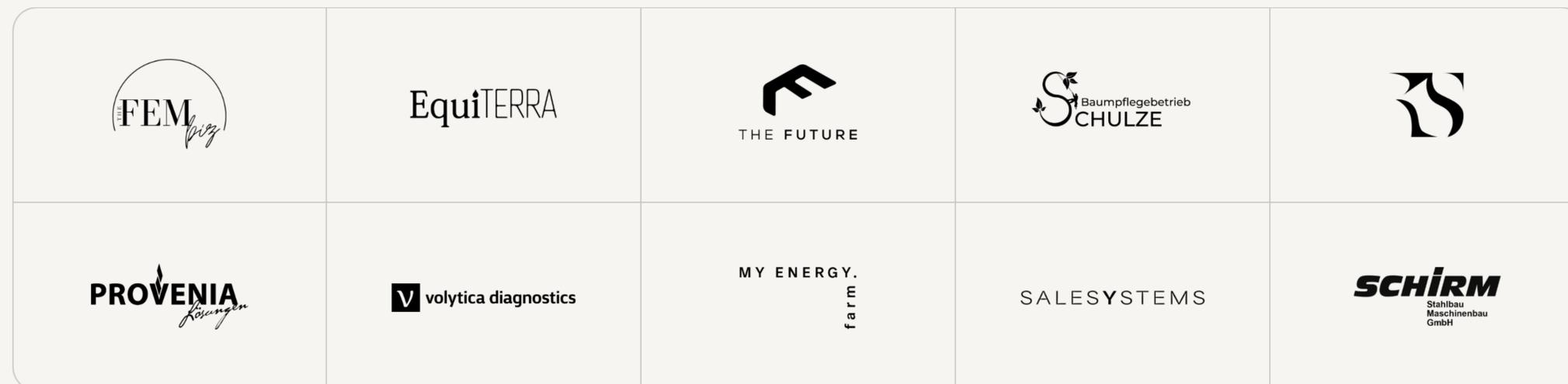
Dadurch weiß ich, was Unternehmen noch vor 5 Jahren auf ihrer Online-Präsenz benötigt haben, was sie momentan benötigen und was es in den nächsten Jahren braucht, um die eigene Website als Hebel zu nutzen, um Unternehmensziele sicher zu erreichen.

Ich habe mir in den letzten 7 Jahre alles Wissen im Bereich Marketing angeeignet und alles, was ich in der Theorie gelernt habe, mit echten Ergebnissen in der Praxis für mich und meine Kunden geprüft und bestätigt.

Das Ergebnis aus diesen Praxisprojekten? 100 % Weiterempfehlungsquote.

Das alles schreibe ich nicht, um anzugeben.

Sondern nur, um dir die Wichtigkeit und Relevanz der nächsten Seiten aufzuzeigen. Und um dir klarzumachen, dass du in den nächsten Minuten eine Menge für dich und dein Unternehmen mitnehmen kannst.



DIE IST-SITUATION VON KMUS BEZÜGLICHES WEBSITES

Dass für KMUs eine Website notwendig ist, um Interessenten die Möglichkeit zu geben, sich zu informieren ist seit vielen Jahren der Grundstandard.

Hierbei gibt es momentan (noch) zwei Haupt-Standards:

1. Die Websites, die immer noch mit der Intention bestehen, die Zielgruppe grundsätzlich nur zu informieren

Hier befinden sich auf der Seite die wichtigsten Infos zu Angebot und Unternehmen, auch bekannt als “digitale Visitenkarte”. Das Ergebnis nach einem Website-Besuch durch den Interessenten ist, dass er mehr Infos erhält, das Kaufinteresse aber entweder gleich bleibt oder sogar sinkt.

2. Die Websites, die auf den ersten Blick modern aussehen, aber auch nicht zu Unternehmenszielen beitragen

Immer häufiger kommen modern aufgebaute Websites auf den Markt. Diese wirken auf den ersten Blick “frischer”, auf den 2. Blick sind es aber Websites aus Standard-Templates, welche man in der Form zigfach beim Wettbewerb findet. Es werden gleiche Farben verwendet, gleiche Animationen und gleiche Designs. Dadurch ebbt das “WOW”-Gefühl schnell wieder ab.

Das eigentlich Ziel, sich abzuheben und Kundenanfragen zu generieren, wird damit also auch nicht erreicht.

Aber was fehlt diesen Websites, UM die gesetzten Ziele zu erreichen?

Egal ob mehr Kundenanfragen, eine bessere Sichtbarkeit oder Einzigartigkeit im Markt?

Es ist die Option 3:

~~Website mit Branding~~ (siehe Folgeseiten)

KONSEQUENZEN DURCH WEBSITE-STANDARD #1 UND #2

Die logische Folge, die ich täglich in der Praxis und in Gesprächen mit Interessenten erlebe, sind vier Haupt-Konsequenzen:

PREISVERGLEICHE

ZU WENIG KUNDENANFRAGEN

SCHLECHTE LEADS

KEIN WIEDERERKENNUNGSWERT

Weil die Qualität deines Angebotes nicht schon im Vorhinein für deine Zielgruppe sichtbar wird, musst du dich in Gesprächen mit deinen Interessenten mit Sätzen wie "Das macht Anbieter XY für den halben Preis" und zeit- und nervenaufreibender Einwandbehandlung auseinandersetzen.

Das sorgt für mehr Druck im gesamten Vertriebsprozess und macht es schwierig auf Abschlussquoten zu kommen, die dein Unternehmen nachhaltig beim Wachsen unterstützen.

Menschen benötigen im Schnitt sieben Touchpoints mit deinem Angebot, bevor ein Kaufwunsch entwickelt wird.

Starten die Touchpoints mit deinem Unternehmen aber immer wieder von vorne, weil du aufgrund deines nicht vorhandenen Wiedererkennungswertes nach jedem Kontakt aus dem Gedächtnis deines Interessenten verschwindest, ist die Chance mehr als gering, diesen zum Kunden zu machen.

Dadurch verlierst du potenzielle Kunden an die Konkurrenz

Weil deine Website-Besucher nicht von dem, was sie sehen, überzeugt werden, sich bei dir zu melden oder den Call-to-Action zu klicken, ist die Conversion minimal.

Das bedeutet erstens, dass du eine überdurchschnittlich hohe Anzahl an Traffic auf deiner Website benötigst, um an Kundenanfragen zu kommen und zweitens, dass du einen sehr großen Anteil deiner Zielgruppe täglich an deinen Wettbewerb verlierst.

Die Qualität deines digitalen Außenauftritts lässt auf direktem Weg auf die Qualität deines Angebotes schließen. Das sorgt dafür, dass ein weniger hochwertiger Außenauftritt auch schlechtere Leads anzieht, als die du mit deinem Angebot eigentlich verdienst.

Dadurch musst du dich im schlimmsten Fall mit Preisdrückern, Rechnung-nicht-Zahlern und Fehler-Suchern herumschlagen, die dir und deinen Mitarbeitern den Geschäftsalltag unnötig schwer machen.

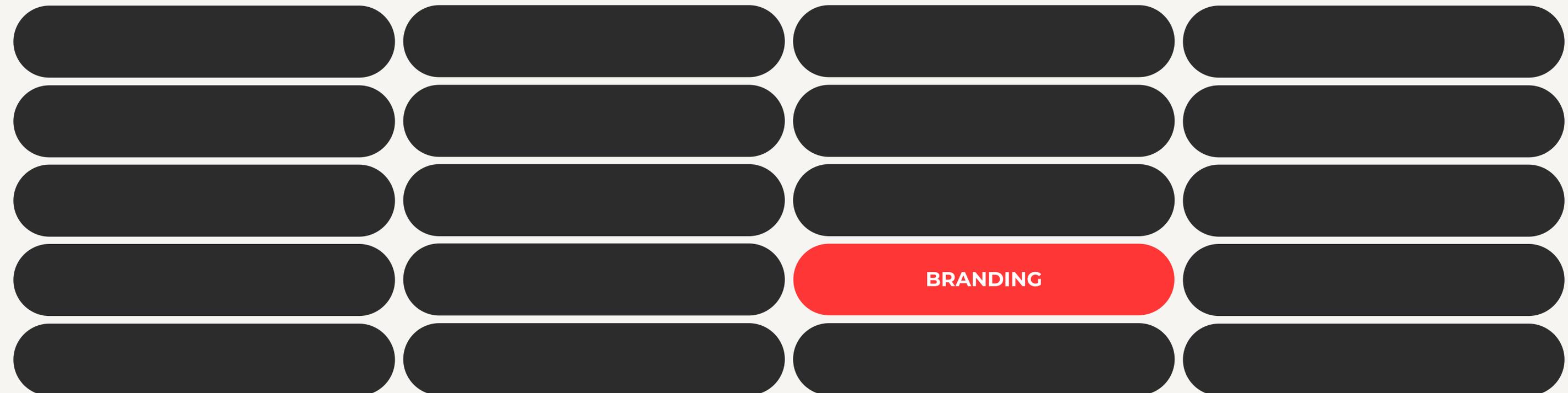
ABER WAS IST DER STANDARD #3, DER ALLE DIESE NEGATIVEN KONSEQUENZEN DURCH DEINE WEBSITE VERMEIDET UND DIR EINEN IMMENSEN VORSPRUNG VERSCHAFFT?

Branding.

Branding ist der strategische Prozess, durch den dein Unternehmen eine einzigartige Identität und Wahrnehmung aufbaut. Das führt dazu, dass dein Unternehmen nicht nur rational gesehen wird, sondern dass es von deiner Zielgruppe auch gespürt wird – und im Kopf und Herzen bleibt.

Es schafft genau die Merkmale, die dein Unternehmen von den anderen deiner Branche unterscheidet und baut emotionale Verbindungen und Vertrauen zu genau deiner Zielgruppe auf.

Es holt dich aus der Vergleichbarkeit.



SITUATIONEN, DIE SICH FÜR DICH ÄNDERN, WENN DU DEINE WEBSITE MIT BRANDING UPDATEST

In dein CRM werden seit Jahren nicht mehr als eine handvoll neuer, kaufbereiter Interessenten im Monat eingespielt. Wenn du dich morgens mit deinem Kaffee an den Schreibtisch setzt und eine neue Kaufanfrage siehst, wirkt das eher wie ein Glückstreffer.

Gespräche, die über die Website entstehen, verpuffen öfter in der Luft, als dass sie zu einem Zahlungseingang führen. Es wirkt unmöglich, die Qualität der Anfragen anzuheben auf die deiner Bestandskunden, mit denen ihr seit Jahren arbeitet.

Lange Verkaufszyklen, hohe Rabatte als Verkaufsargumente und Dauerstress für deine Vertriebler halten den Druck für dein Unternehmen stetig hoch, wenn es um neuen Umsatz geht. Wie ein einwandfreies System fühlt sich das nicht an.

Die Konkurrenz scheint kontinuierlich neue Marktanteile zu gewinnen, während dein Unternehmen bei deinen Bestandskunden einwandfreie Qualität abliefern kann, die Qualität für "Fremde" aber einfach nicht ersichtlich wird.

Du setzt dich morgens an den Computer und siehst, wie eine neue Kaufanfrage nach der anderen eingegangen ist. Keine Glückstreffer mehr, sondern qualifizierte Interessenten, genau wie es die letzten Tage und Wochen auch waren. Es ist endlich berechenbar.

Deine Abschlussquote ist so hoch wie nie, weil neue Interessenten nicht nur die gleichen Werte wie dein Unternehmen teilen, sondern durch deinen überzeugenden Außenauftritt schon mit einem Bein gekauft haben.

Verkaufsgespräche werden kürzer und deine Preise werden ohne Widerstand angenommen. Das nimmt den Druck in Vertrieb und Marketing und gibt dir und deinen Mitarbeitern mehr Freiheit für Wachstumsmaßnahmen.

Ex-Kunden deines Wettbewerbs wechseln zu dir, weil du dich mit deinem Außenauftritt immens abhebst und Interessenten entscheiden sich bereits vor dem Erstkontakt für dich, weil dein Unternehmen überzeugend einzigartig wirkt.

BRANDING-CHECKLISTE FÜR DEINE WEBSITE

- Markenwerte:**
Sind die grundlegenden Werte deiner Marke auf der Website erkennbar und klar kommuniziert?
- Mission & Vision:**
Wird auf der Website eine klare Mission und Vision vermittelt, die deine Zielgruppe anspricht?
- Zielgruppenansprache:**
Spricht der Inhalt deiner Website direkt die Bedürfnisse, Probleme und Wünsche deiner Zielgruppe an?
- Kernbotschaften:**
Sind die zentralen Botschaften auf deiner Website sofort verständlich und klar?
- Storytelling:**
Erzählt deine Website eine spannende Geschichte über deine Marke, die Emotionen weckt und Vertrauen aufbaut?
- Tonalität:**
Ist die Sprache deiner Website konsistent und passend zur Marke (z.B. inspirierend, professionell, persönlich)?
- Logo:**
Ist dein Logo prominent und sinnvoll eingebunden, und spiegelt es deine Marke wider?
- Farbpalette:**
Sind die Farben deiner Website konsistent mit deinem Branding und strategisch eingesetzt?
- Typografie:**
Passt die Schrift zum Stil deiner Marke und ist sie gut lesbar?
- Designrichtlinien:**
Gibt es einen Styleguide für ein einheitliches Erscheinungsbild?
- Touchpoints:**
Bieten alle Kontaktpunkte (Website, Support, Produktverpackung) ein konsistentes Markenerlebnis?
- Wiedererkennung:**
Gibt es auf der Website Elemente, die deine Marke sofort erkennbar machen (z.B. Bilder, Icons, bestimmte Stile)?

DIE ZUKÜNFTIGE ENTWICKLUNG VON WEBSITES

In der nahen Zukunft wird es eine entscheidende Änderung am Status Quo der Websites geben:

Die **digitale Visitenkarte** als Außendarstellung wird von der **modernen Website** als Standard-Außenauftritt verdrängt werden.

Das bedeutet:

Alle, die in Zukunft noch mit der digitalen Visitenkarte arbeiten, rutschen unter den Standard.

Und alle, die zur **modernen Website** greifen, sind der neue Standard. (Durchschnitt)

Also:

Vergleichbarkeit – oder unter dem Standard. Klingt beides nicht optimal.

Deshalb heißt es:

Wer sich einen Vorsprung sichern will, sollte bereits jetzt einen Schritt weiterdenken.

Moderne Website + Branding = Zukünftige Erfolgsgleichung für dein Unternehmen.

Dann ist deine Website nicht nur ein Konstrukt zur Sichtbarkeit, sondern ein zusätzliches Tool, welches mitverantwortlich für deinen Umsatz ist.

Und welches dich bei Interessenten immer schon beim ersten Kontaktpunkt als die beste Wahl darstellt.

FAZIT UND SINNVOLLE NÄCHSTE SCHRITTE

Du weißt jetzt, was es in Sachen Branding benötigt, um dich in deinem Markt abzusetzen.

Dir ist der theoretische Weg, die hohe Relevanz und das positive Ergebnis dort durch bewusst.

Aus meiner Sicht bestehen jetzt **vier Möglichkeiten**:

Option 1: Du lässt alles so wie es ist

Du nimmst das Risiko in Kauf, dass Wettbewerber an dir vorbeiziehen und deine Akquisekanäle trotzdem stabil bleiben. Dafür hast du keinen Aufwand und ersparst dir ein paar Stunden Invest in das Wachstum deines Unternehmens.

Option 2: Du setzt es selbst um

Die Checkliste besitzt du bereits und gute Beispiele gibt es am Markt auch, die das Thema Branding erfolgreich umgesetzt haben. Vielleicht beauftragst du den Marketing-Affinen Azubi, die Checkliste auszuarbeiten und umzusetzen. Wie hoch ist die Chance, dass das ganze ohne Praxiserfahrung ein Ergebnis liefert, dass du dir wünschst?

Option 3: Du beauftragst eine Agentur

Agenturen im Bereich Branding/Website gibt es wie Sand am Meer. Das Problem: Beim Ergebnis zahlst du für die hohen Fixkosten direkt mit, welche sich aber nicht positiv auf das Endergebnis auswirken. Schließlich ist dein Unternehmen eines von vielen, welches im Monat abgearbeitet wird.

OPTION 4:

Du holst dir in einem 60-minütigen Zoomcall mit mir eine externe, fachliche Meinung darüber, wie ein spezifisches Konzept für genau dein Unternehmen aussehen kann, welche Ergebnisse es für dich erzielen kann und wie genau dieses Konzept umgesetzt werden muss.

Ich gebe dir wertvolle Insights aus den über 20 erfolgreich umgesetzten Projekten in diesem Jahr und erarbeite mit dir einen Fahrplan, den du für dein Unternehmen nutzen kannst.

Bist du überzeugt, schauen wir, ob ich dein Unternehmen bei der zeitnahen Umsetzung unterstütze.

Ist es für dich noch nicht der richtige Zeitpunkt, hast du im allerschlimmsten Fall wertvollen Mehrwert mitgenommen, den du zu einem anderen Zeitpunkt oder in einem anderen Bereich deines Unternehmens nutzen kannst.



HEY@ASKARA.DE



WWW.ASKARA.DE

