

www.internetfilialsystem.de

AUTHOR UND ENTWICKLER

HARALD KLEIN



Das Internet

- Das Internet ist nicht das World Wide Web
- Das Internet ist die technische Infrastruktur des WWW
- Das WWW ist ein Teil des gesamten Internets
- Das Internet ist eine Vielzahl von verknüpften Computernetzwerken verschiedener Größe, basierend auf unterschiedlichen Technologien von ganz unterschiedlichen Betreibern
- Das Internet ist ein Netzwerk aus Computernetzwerken zum Datenaustausch über die Grenzen verschiedener Netzwerke hinweg

Kurze Geschichte des Internet

- **1945**, Dr. Vannevar Bush beschreibt das System „Memex“, dieses Prinzip wurde später als Hypertext bezeichnet und wurde zu einem wichtigen Grundprinzip des WWW
- **1977**, Die Geburtsstunde des Internets. Sattelitentechnik
- **1989**, Tim Berners Lee, Wissenschaftler im Kernforschungszentrum CERN (Schweiz) entwickelt den ersten Webserver und Webbrowser und nennt diesen (Worldwideweb) Das WWW ist geboren.
- **Mitte der 90er Jahre** beginnt der Siegeszug des WWW. Firmen wie Amazon, Ebay, Yahoo, Google u.s.w. werden gegründet

Funktionsweise des Internet

- Der Datenaustausch im Internet basiert auf sogenannten Protokollen
- Sehr vereinfacht kann man sich diesen Austausch wie eine Postversendung mit Rückschein vorstellen
- Die Daten werden aufgeteilt versandt, Netzknoten in Richtung Empfänger werden geprüft, Kontrolldateien gehen an den Absender u.s.w.
- Ein komplexes Miteinander an Protokollen garantiert die gesicherte Datenübertragung von A zu B.

Das Webprojekt – Die Website

- Ein Webprojekt hat vier Kerneigenschaften
- Es hat genau definierte Ziele
- Es erfordert koordinierte Aktivitäten, die voneinander abhängen
- Es ist auf einen definierten Zeitraum festgesetzt
- Es ist Einzigartig

Das Webprojekt – strategische Werte

- Ein Webprojekt hat vier strategische Werte
- Produkte, Dienstleistungen
- Markt
- Zielgruppe
- Wettbewerber
- Es sollte eine klare USP, mindestens aber eine klare SMP herausgestellt werden.
- USP = Einzigartiger Vorteil, den kein Mitbewerber hat
- SMP = Nutzen aus einer einzigen Eigenschaft

Das Webprojekt – Usability

- Die wahren Kundenbedürfnisse feststellen und daraus klare Anforderungen ableiten
- Bedarfsanalyse
- Bedarfsentstehung
- Bedarfserkennung
- Bedarfsformulierung

Das Webprojekt – Usability

- **Layout, Navigation, Farben, Texte**
- **Klare Navigation**
- **Einfache Nutzerorientierte Texte, Typografie**
- **Harmonische Farbgestaltung**
- **Layout nach dem Goldenen Schnitt oder der Fibonacci-Reihe**

Das Webprojekt – Entwicklung des Marketing

- Phase 1 (1900 -1920)– Im Mittelpunkt steht die Produktion Die Nachfrage ist höher als das Angebot. Zwischen 1920 und 1950 rückte die Werbung als Marketing in den Mittelpunkt – „Verkäufermarkt“
- Phase 2 (1945 – 1980) das Angebot übersteigt die Nachfrage McCarthy postulierte 1960 vier Kernbereiche des Marketing
- Produkt – Price – Promotion – Place = die vier P´s - „Käufermarkt“
- Phase 3 (1980 – 1995) Starke Zunahme des Wettbewerbs – „Wettbewerbsintensiver Käufermarkt“
- Phase 4 (1995 – heute) Nochmalige Verschärfung des Wettbewerbs und erhebliche Marktverschiebungen durch das WWW – „Beziehungsmarkt“
- Customer Relationship Management (CRM)

Das Webprojekt – Kunde im Mittelpunkt CRM

- Ziel: to make a customer (Einen Kunden gewinnen)
- Der Verkauf ist Beginn einer Kundenbeziehung
- Käufer und Verkäufer sind voneinander abhängig
- Der Service steht im Mittelpunkt
- Beziehungen bestimmen die Marketingaktivitäten
- Der Kunde schafft Werte
- Die Kommunikation ist wechselseitig
- Der Kunde ist nicht mehr anonym sondern bekannt

Das Webprojekt – Kunde im Mittelpunkt CRM

- Bedürfnisse erkennen – Bedarfe ermitteln
- Angebote auf Kundennutzen ausrichten
- Produkte und Marke richtig kommunizieren (emotionalisieren)
- Die Wahrnehmung verbessern
- Beziehungen bestimmen die Marketingaktivitäten
- Die Nachfrage befriedigen

Ihre Magnetische Kundenanziehung

- Morphische Felder
- Reziprozität
- Weil
- Konsistenz
- Social Proof
- Sympathie
- Story
- Kundenbindung Social Media

Kunden gespräch	Sie	Ihr Kunde
Offline	1	1 Interessent
Online	X fach online	Y Interessenten
Ergebnis	Eine Präsentation	X Neukunden

Kundenmarketing

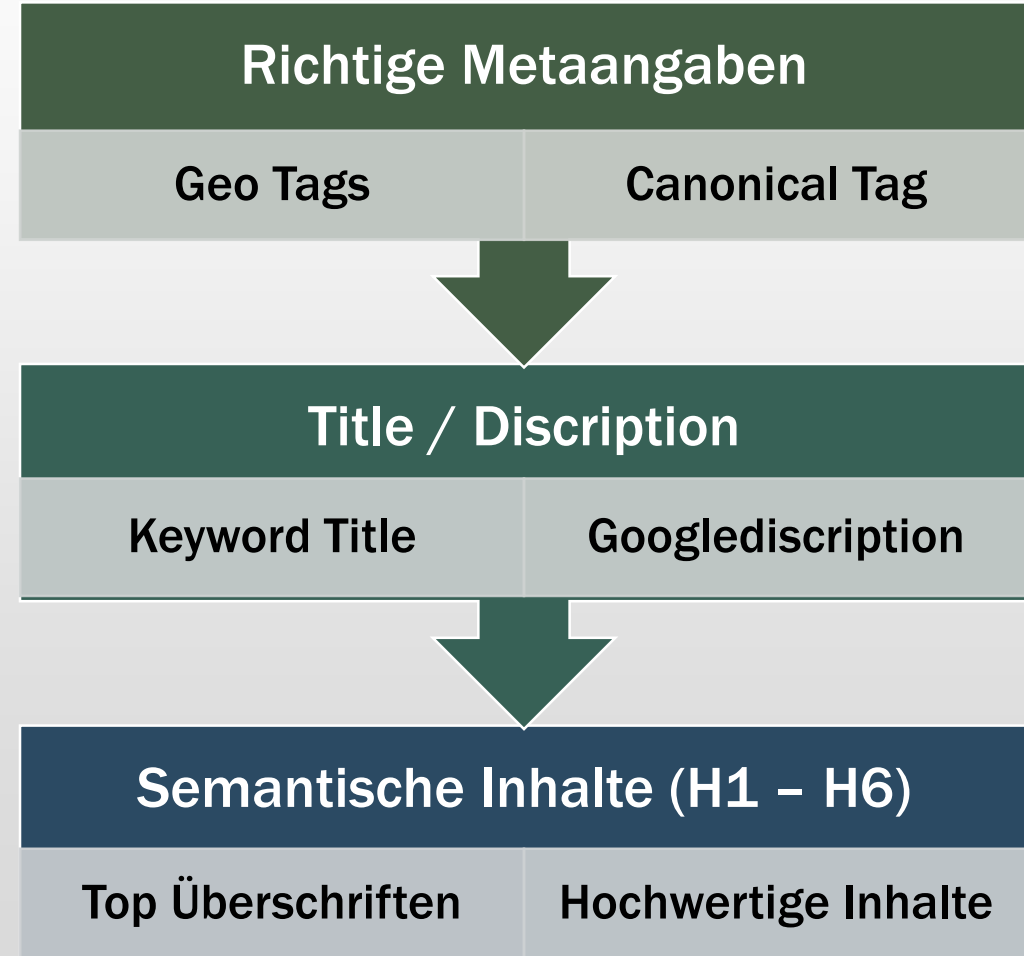
- Im Kundengespräch tauschen Sie Zeit gegen Geld im Verhältnis 1:1 – I.d.R. sind mehrere Beratungsgespräche bis zum Abschluss notwendig
- Mit professionellem Onlinemarketing vervielfachen Sie das Verhältnis im Beratungsaufwand zu Ihren Gunsten
- Die komplette Kundeninformation und damit der Vertrauensaufbau findet online statt, für unendlich viele Interessenten gleichzeitig
- Der ausführlich vorinformierte Kunde kommt nur noch zum Kauf in Ihr Unternehmen, er ist perfekt informiert
- **Professionelles Online Marketing kanalisiert Ihre Interessenten zu neuen kaufenden Kunden, automatisiert ohne Personalbindung**

Keywordanalyse - Checkliste

- Hauptkeyword festlegen z.B. Steuerberater
- 1. Google Keyword Planner
- 2. Semager
- 3. Google Suggest
- 4. answerthepublic.com (Geheimtipp1)
- 5. wordle.com (Geheimtipp 2)
- Semantische Korrelation herstellen
- Regional zuordnen z.B. Berlin

Semantik der Websites (für Suchmaschinen)

- Metaangaben
- Title
- Discription
- Überschriften (H1 – H6)
- Foto
- Video
- WDF / IDF Textprüfung



Prozess der Suchmaschinenoptimierung

- Keywordanalyse- korrelation
- Onpageoptimierung
- Offpageoptimierung
- Linkaufbau und strategische Optimierung
- Local SEO
- Erfolgskontrolle

Suchmaschinenoptimierung

- Keywordkorrelation
- Mehrstufiger Keywordaufbau analog Usersuche
- Semantischer Aufbau
- Nutzerorientierte Inhalte
- Indexierung
- Tracking
- Optimierung
- Regional zuordnen nicht vergessen z.B. Berlin

Suchmaschinenoptimierung

- Verknüpfung mit Google+ Profil
- Verknüpfung mit Social Media Accounts
- Richtige Domainnamen und URL
- Pagespeed

Landingpage – call to action

- Bedürfnisorientierte call to action
- Landingpage für Sales
- Landingpage für Leads
- E-Mail Marketing automatisiert
- Newsletter Marketing automatisiert

Videomarketing

- Neben hochwertigen Textinhalten
- Und ansprechenden Bildern
- verspricht der Einsatz von Webvideos
- höchste Conversions im Sale und Leadbereich

- **Videomarketing**
- **Sollte das Kernmedium Ihres Online Marketings werden**

Ihr Zielkunden Avatar

Wer soll Ihr ganz konkreter optimaler Zielkunde sein?

Also z.B. Sie sind Steuerberater, beschreiben Sie Ihren Zielkunden ganz genau: Z.B. wie folgt
Mein Idealkunde ist männlich und 38 Jahre alt, verheiratet und hat 2 Kinder im schulpflichtigen Alter.

Er ist Unternehmensberater und Vertriebler.

Er beschäftigt eine Assistentin, einen Mitarbeiter und einen Azubi.

Er berät kleine und mittelständische Unternehmen in EDV Angelegenheiten.

Er generiert einen Jahresgewinn von 100.000,-€

Er fährt ein Mittelklassewagen und ist eher der „Understatement Typ“

Er ist empathisch und gesellschaftlich engagiert.

Er verfügt über umfangreiche Kontakte.

Er möchte in 10 Jahren (wenn die Kinder Ihren Schulabschluss haben) nur noch als Berater und Coach tätig sein.

Zu diesem Zeitpunkt möchte er einen Zweitwohnsitz auf Mallorca haben.

Definieren Sie Ihren eigenen Kundenavatar so detailliert wie möglich.

Denn diesen Typ Kunden werden Sie in Zukunft immer häufiger gewinnen.

Ihre automatisierten Handlungsabläufe

Ihr Elevator Pitch

- Nur bei Ihrem Elevator Pitch geht es um Sie selbst. Ihr Pitch z.B.

Ich bin Max Mustermann und ich helfe Unternehmern und Selbständigen dabei, Ihre Steuererklärung komplett rechtssicher zu erstellen.

Ihr Kundenmagnet

- Ihr Elevator Pitch
- Ihr Versprechen
- Das brennendste Kundenproblem
- Ihr Aha Effekt, Ihre Inhalte
- Ihre Problemlösung mit Angebot
- Ihre call to action
- Ihre automatisierten Abläufe

Traffic - Websitebesucher

- Traffic aus organischer Suche generieren
 - Traffic aus bezahlten online Kampagnen
 - Traffic aus offline Kampagnen
 - Traffic aus Webportalen u.s.w.
-
- **Je mehr targetierte Besucher Sie auf Ihrer Website haben**
 - **Umso mehr Neukunden werden Sie gewinnen**

Von der statischen Website zur dynamischen Kundengewinnung über das Internetfilialsystem

Die Erstellung Ihrer magisch anziehenden Inhalte auf Ihren Websites

Wie sollte Ihre magnetische Website aussehen?

Wen können und wollen Sie mit Ihrer Website erreichen?

Warum Sie ohne Landingpage (Leadpage, Salespage) keinen Erfolg haben werden.

Wie erstellen Sie eine professionelle Präsentation, die Ihre Besucher begeistert?

Wie dynamisieren Sie diese Präsentation für Ihre Website in ein Video?

Wie erstellen Sie selbst ganz einfach ein Video, welches Ihre Kunden magisch anzieht.

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte – Ein Video sagt mehr als tausend Bilder

Viel Spaß bei der Erstellung Ihres eigenen Internetfilialsystems.

Harald Klein

Die 6 entscheidenden Gesetze des Lebens

Jeder Mensch kann erfolgreich sein, mit dem richtigen Mindset und erprobten Methoden

Was unterscheidet erfolgreiche von weniger erfolgreichen Menschen?

1. Gesetz der Aufgabe:

Lieber die richtigen tun, als nur die Dinge richtig tun (Harald Klein)

2. Gesetz der Zielsetzung:

Wenn man das Ziel nicht kennt, ist kein Weg der Richtige (Koran)

3. Gesetz des Glaubens:

Früher oder später sind diejenigen, die gewinnen, diejenigen die glauben zu gewinnen (Richard Bach)

4. Gesetz der Disziplin:

Gewinnen ist eine Gewohnheit, leider ist verlieren das auch. (Vince Lombardi)

5. Gesetz der Ausdauer:

Unsere größte Schwäche liegt im Aufgeben. Der sicherste Weg zum Erfolg ist immer, es noch einmal zu versuchen. (Thomas Alva Edison)

6. Gesetz der Alchemie:

Wissen ist unser größter Reichtum (Jürgen Höller)

Je höher Ihr Wissen, desto höher ist auch Ihr Einkommen.

Diese Darstellung ist gekürzt aus dem Ebook „Die 6 goldenen Erfolgsregeln“ von Jürgen Höller

Internet Tools

- www.phoxo.com - Einfache Bildbearbeitung
- adwords.google.de/KeywordPlanner Google Keyword Tool
- semager.de Semantische Keyword Analyse
- [Google suggest Keywords](#) was suchen Menschen bei Google
- [Keyword Schnellsuche](#)
- [W – Fragen Tool](#) (Echter Geheimitipp)
- [Mitbewerber Keywords finden](#) (Echter Geheimitipp)
- Erklärvideo erstellen Anbieter
- clever-clip.com
- simpleshow.com/de-de
- vervievas.com

Fotos für die Website

- www.pixabay.com
- www.istockphoto.com
- www.123rf.com
- www.fotolia.com

Musik rechtfrei

- www.audiojungle.net
- www.freeplaymusic.com
- www.smartsound.com
- www.royaltyfreemusic.com