

Nachhaltig passende Klienten anziehen.

Dein Marketing-Fahrplan zu mehr Online-Wirksamkeit.



Hi, ich bin Moritz!

Zusammen mit meinem Team unterstütze ich Coaches dabei, online wirksam zu werden.

Im Folgenden zeige ich dir 7 sinnvolle Schritte auf, um mit deinem Marketing online nachhaltig die passenden Klienten anzuziehen. Als Grundvoraussetzung für erfolgreiches Marketing, steht zu Beginn eine klare Definition deines Angebots, deiner Zielgruppe und deiner Positionierung auf der Agenda. Diese Grundlagen sind Voraussetzung für unseren Marketing-Fahrplan.

Und dir nun viel Erfolg & Freude bei der Umsetzung!
Du darfst bei Fragen jederzeit auf mich zukommen.

Schritt 1: Definiere Lieblingsklienten und erstelle eine Persona

- Es ist wichtig, dass du deine Zielgruppe im Sinne von Lieblingsklienten klar definiert hast.
- Erstelle hierzu eine Persona, damit du vor Augen hast, wen du ansprechen möchtest.
- Deine Vorarbeit zum Thema „Zielgruppe & Angebot“ behandeln wir in einem separaten Arbeitsblatt. Wenn du es zugeschickt bekommen möchtest, schreib mir dazu gern eine kurze LinkedIn-Nachricht.

Schritt 2: Richte dein LinkedIn-Profil auf Lieblingsklienten aus

- Banner in eigenem Branding
- Intro Text mit passendem Slogan versehen
- Richte die Texte deines Profils auf deine Lieblingsklienten aus
- Nutze dein Profil, um auf deine Homepage und weitere soziale Kanäle zu verlinken
- Setze einen Terminvereinbarungslink auf dein Profil

Schritt 3: Erweitere & verbessere dein LinkedIn-Netzwerk

- Leute aus deiner Zielgruppe zum Netzwerk hinzufügen
- Bestehendes Netzwerk prüfen/ausmisten
- Relevanten Gruppen beitreten, um mehr Reichweite in der Zielgruppe zu bekommen
- Als Experte relevante Posts der Zielgruppe kommentieren

Schritt 4: Eine eigene Content-Strategie auf LinkedIn umsetzen (Pull)

- Content-Vorlagen definieren und erstellen:
Blog-Posts, Top-Listen, Tipps und Tricks, Branchennews, Case-Studies, Recycling (fremden Content zusammenfassen oder ergänzen), Einblicke in deine Arbeit („Behind the Scenes“),
Wie funktioniert ...
- Angebot einflechten
- Redaktionsplan erstellen (Anzahl der Posts/Woche, Datum, Uhrzeit, ...)
- Regelmäßig Inhalte veröffentlichen (mind. 3x pro Woche)

Schritt 5: Lieblingskunden aktiv ansprechen (Push)

- Potenzielle Kunden über LinkedIn anschreiben (Outreaches)
- Ziel für Outreach definieren (Erstgespräch, Webinarer Teilnahme, Interview...)
- Verschiedene Erstmeldungen ausprobieren (Salesy, weniger salesy)
- Nachrichten konzipieren, bspw. Nachricht 1 (kennenzulernen), Nachricht 2 (Pain-Point ansprechen), Nachricht 3+4 (Mehrwert Content), Nachricht 5 (CTA)
- Funktionierende Kommunikation in zukünftigen Outreaches verwenden

Schritt 6: Konvertierende Homepage auf Lieblingskunden ausrichten

- Professionelles, authentisches Branding
- Authentischer Header mit Personenbild, USP, und Trustelementen (ggf. Kontakt/Leadmagnet)
- Authentische Bild- und Textsprache
- Konvertierende Seitenstruktur: Authentizität & Kompetenz, Trust, Verständnis (Problembewusstsein, Lösungsbewusstsein), Prozess, Transformation, Passende Kontaktmöglichkeiten
- Tracking, um Traffic von LinkedIn zur Homepage zu analysieren
- Ggf. Content für Blog erstellen und auf LinkedIn recyceln

Schritt 7: Ergebnisse analysieren

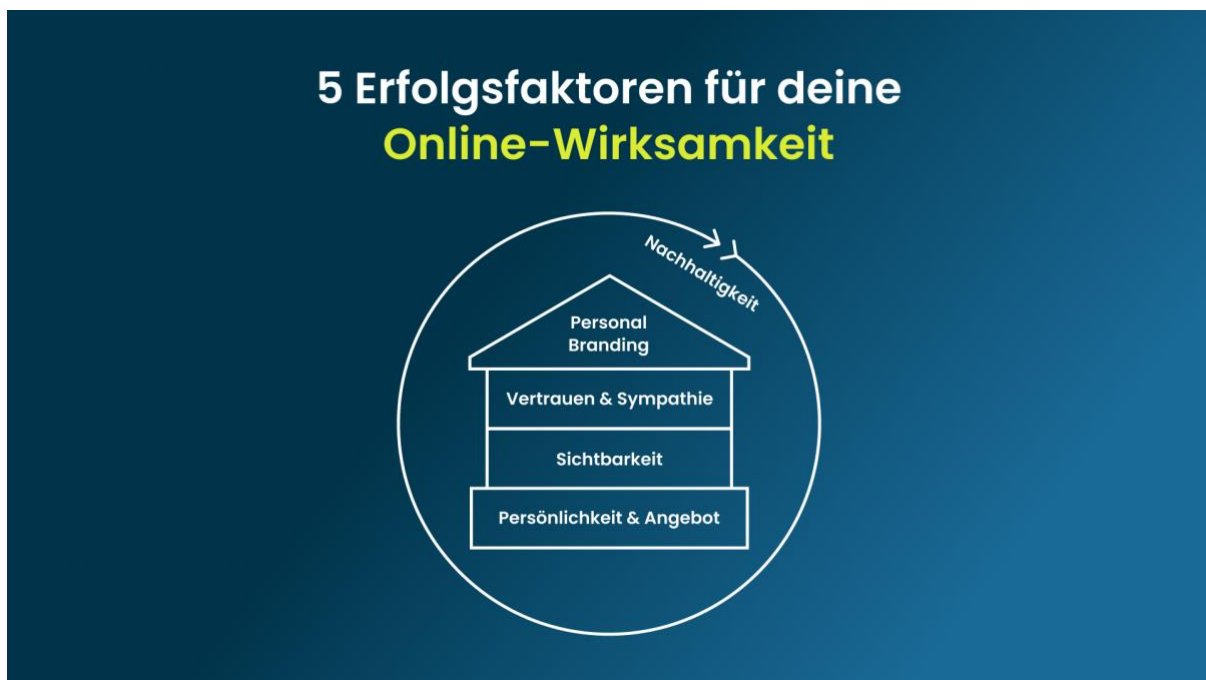
- Content-Formate analysieren (Reichweite in Zielgruppe, Leads)
- Outreaches analysieren (Leads)
- Generierten Homepage-Traffic analysieren (von LinkedIn zur Homepage)
- Homepage-Conversion analysieren (Leads)

Wenn du bis hierhin alles umgesetzt hast, bist du weit gekommen!

Jetzt heißt es: immer weiter validieren, adaptieren und iterieren

- Schauen, ob das Angebot gekauft wird
- Ggf. nachfragen was anzupassen bzw. gewünscht ist
- Den hier beschriebenen Prozess mit neuen Erkenntnissen anpassen und erneut durchlaufen

Die Erfolgsfaktoren, auf die du deine Online-Wirksamkeit bauen kannst, habe ich dir einmal übersichtlich in einer Grafik dargestellt:



Noch Fragen?

Vereinbare gerne ein kostenloses Gespräch.

Reiner Mehrwert, kein Sales Pitch.
Versprochen.

Moritz, wir müssen sprechen!

