

ALEXANDER CHRISTIANI'S KRISEN-CHECKLISTE FÜRS MARKETING

12 STRATEGISCHE SCHLÜSSEL-BAUSTEINE FÜR IHREN MARKETINGPLAN

INTERESSENTENGWINNUNG

1

Wer ist meine Zielgruppe?

2

Auf welchen Marktplätzen trifft sich meine Zielgruppe (online und offline)?

3

Wer sind die 250 Zielgruppenbesitzer, an deren Lagerfeuern sich meine Interessenten schon jetzt treffen?

4

Wie baue ich mit diesen Lagerfeuerbesitzern eine Win-Win-Partnerschaft auf, so dass ich an ihrem Feuer meine Litfaßsäule aufstellen darf?

5

Welche Botschaft schreibe ich auf diese Litfaßsäulen
(Botschaft = Aufhänger plus Story plus Handlungsaufforderung)

6

Wie sehen meine Schaufenster/Webseite/Landingpages aus?
Was kommuniziere ich dort, wenn die Interessenten von den anderen Lagerfeuern bei mir vorbeischauchen?

7

Welche "Käsewürfel" (Gratis-Optin-Produkte) biete ich in meinem Schaufenster als Motivation an, meine Geschäftsräume zu betreten und sich an mein Lagerfeuer zu setzen, so dass ich mit dem Interessenten in einen Dialog treten kann?

KUNDENGWINNUNG

8

Wie sieht mein unwiderstehliches Angebot aus, um meine Interessenten zu Kunden zu machen?

9

Welche Referenzen kann ich ihnen als Entscheidungshilfe anbieten?

10

Welche Garantien kann ich ihnen zur Minimierung ihres Entscheidungsrisikos anbieten?

STAMMKUNDENGWINNUNG

11

Wie gut ist meine Kundenerlebnisreise konstruiert, das heißt: Wie gut erfährt der Kunde - während er mein aktuelles Produkt nutzt - welches Anschlussprodukt wir ihm bieten, um mit ihm gemeinsam das nächste Problem anzugehen, wenn das aktuelle mit unserer Hilfe gelöst ist?

12

Wie regelmäßig und systematisch spreche ich Kaufeinladungen an meine Stammkunden aus (mache ich mindestens 1€ Umsatz im Monat mit jedem Interessenten meiner Email-Liste.)