

THESEN, UM DIE SHUTDOWN-HERAUSFORDERUNG ZU MEISTERN.

- 1 SHUTDOWN**

Nach dem Shutdown ist vor dem Start – keine Krise dauert ewig.
  - 2 DAS FUNDAMENT**

Stelle als erstes Dein Unternehmens- (und Marketing)-Fundament sicher: Liquidität ist Trumpf – ohne Moos nichts los.
  - 3 RESET**

Überprüfe Deine aktuelle Marketing-Kommunikation und passe sie an, wenn nötig. (Krisen führen zu Paradigmenwechseln: Bilder mit fröhlichen Menschen auf engem Raum triggern jetzt andere Reaktionen als noch vor 6 Wochen.)
  - 4 MARKETINGPLAN**

Erstelle einen Marketingplan – wenn Du bislang ohne ausgekommen bist, wird es jetzt Zeit, Deinen ersten zu erstellen.
  - 5 IMMUNSYSTEM**

Die Folgen von Corona für den Unternehmens-Organismus sind genauso wie für uns Menschen: Die mit dem schwächsten Marketing-Immunsystem trifft es am härtesten.
  - 6 CHANCE**

Deine große Chance: Für Dein Unternehmen gibt es bereits jetzt einen hervorragenden Impfschutz gegen Corona-Folgen: Ein solides Marketing-Konzept.
  - 7 KONZEPT**

Ein effektives Marketing-Konzept ist keine neue Schnickschnack-Kampagne, die Deine Agentur für cool hält. Es besteht vielmehr aus drei soliden Systemen:

    - 1) Interessentengewinnung,
    - 2) Kundengewinnung und
    - 3) Einmalkunden zu treuen Mehrfachkäufern zu machen.
  - 8 CHECKLISTEN**

Die meisten Unternehmer haben Checklisten für ihren Urlaub, damit sie auf keinen Fall ihre Socken vergessen. Eine simple Checkliste, welche Punkte ihr Marketingplan umfassen sollte, haben sie nicht. (Bekommt Du bei mir GRATIS)
- 

*Deine große Chance: Für Dein Unternehmen gibt es bereits jetzt einen hervorragenden Impfschutz gegen Corona-Folgen: Ein solides Marketing-Konzept.*
- 9 EINSAMMELN**

Wer in der Krise sein Marketing robust macht und viele neue Interessenten einsammelt, kann durchstarten, wenn die anderen noch den Scherbenhaufen aufkehren.
  - 10 LESEBEREITSCHAFT**

Shutdownzeiten sind ideal zur Interessentengewinnung: Kunden hatten noch nie soviel Zeit und Lesebereitschaft wie jetzt!
  - 11 HAUSAUFGABEN**

Die meisten Unternehmer jammern, dass sie grundsätzlich zu wenig Zeit für ihr Marketing haben. Du kannst jetzt jammern, dass Du zu wenig Kunden hast oder endlich Deine Marketing-Hausaufgaben machen.
  - 12 VERSCHIEBUNGEN**

Jede Krise verschiebt den Markt. Es gibt immer Krisengewinner und Krisenverlierer. Entscheide Dich, wozu Du gehören willst und starte durch!
  - 13 MAXIME**

Denke an Kants Imperativ und handle so, dass wenn alle anderen ebenfalls nach Deiner Maxime handeln würden, es für das Gemeinwesen gut wäre: jeder Unternehmer, der jetzt dafür sorgt, dass er Arbeitsplätze sichert und nach der Krise mit möglichst wenig staatlicher Förderung wieder durchstarten kann, trägt entscheidend dazu bei, die Krise schneller zu meistern.
  - 14 EHRBARKEIT**

Bleibe ein ehrbarer Kaufmann, der seine Kunden mit authentischen Geschichten vom Nutzenvorsprung seiner hochwertigen Produkte überzeugt. Überlass den Hype den anderen – Krisen zeigen unseren wahren Charakter.
  - 15 FANS**

Jede Krise ist eine Chance, für Deine Kunden und Fans zum Leader zu werden. Für Winston Churchill war es der zweite Weltkrieg, für Helmut Schmidt die Flutkatastrophe...
  - 16 WACHSTUM**

Krisen sind persönliche Wachstums-Chancen. Doch wir müssen sie auch annehmen. Carpe diem!