

# Treffen Sie Ihre potentiellen Kunden in's Herz?!

---

**Warum werden viele aufwendig hergestellte Homepages und Firmenprospekte der Druck- und Medienunternehmen kaum gelesen bzw. beachtet?**

---

Die Frage ist relativ einfach zu beantworten.

1. Der Inhalt trifft den Nerv der potentiellen Kunden nicht.
2. Die große Mehrheit der Angebote und Vorstellungen ähneln sich wie ein Ei dem anderen.
3. Die Leser erhalten wenig Antworten auf Ihre eigentlichen Probleme und damit verbundenen Fragen, sondern mehr oder weniger eine Selbstdarstellung der Leistungsanbieter.
4. Ausführliche Vorstellungen vom Maschinenpark und Workflow, wovon die Mehrzahl der Kunden keine blasse Ahnung hat, Qualitätsbeteuerungen, die überflüssig sind, weil Qualität heute vorausgesetzt wird und eine lange Unternehmenshistorie, langweilen die Kunden und lösen schnell Desinteresse aus.

Viele Unternehmen berauben sich also selbst einer wirkungsvollen Kundenansprache zur erfolgreichen Neukundengewinnung.

## **Mein Vorschlag für Sie:**

Gehen Sie auf Ihrer Homepage, im Firmenprospekt und auch im persönlichen Gespräch hauptsächlich auf die eigentlichen Probleme Ihrer Kunden ein.

**Vermitteln Sie in Homepage und Firmenprospekt das Gefühl, dass Sie die Probleme gut kennen und verstehen, deshalb eine Zusammenarbeit tadellos funktionieren, sich lohnen und auch noch Spass machen wird.**

Das weckt Interesse und macht neugierig auf Ihr Unternehmen, seine Produkte und Leistungen sowie Mitarbeiter.

Unterlassen Sie also bitte jede unnötige Selbstdarstellung in punkto Technik, Workflow, Qualität und Historie, so schwer es Ihnen auch fallen mag.

**Seien Sie anders als die Masse.**

Sie werden sehen, so treffen Sie potentielle Kunden mit Ihrer Vorstellung in's Herz, weil Sie aus Kundensicht denken und so die richtigen „Reizpunkte“ für diese setzen.

## Was sind die eigentlichen Probleme der Kunden und welche Ansagen sollten Sie zu diesen machen?

*Probleme der Kunden sind zum Beispiel häufig:*

*Ihre Ansage kann darauf zum Beispiel sein:  
(Die Ansagen müssen mit Beispielen untersetzt werden)*

**- Ein knappes Budget**

**„Wir machen auch aus wenig, sehr viel für Sie!“**

Zum Beispiel in dem wir:

1. ....
2. ....
3. ....

**- Wenig Fachkenntnis**

**„Wir nehmen Sie liebevoll an die Hand!“**

Zum Beispiel in dem wir:

1. ....
2. ....
3. ....

**- Kurze Liefertermine**

**„Wir sind flexibel am Tag und in der Nacht!“**

Zum Beispiel weil wir:

1. ....
2. ....
3. ....

**- Keine Zeit, immer Stress**

**„Wir verstehen Sie und sind darauf vorbereitet!“**

Zum Beispiel in dem wir:

1. ....
2. ....
3. ....

**- Kaum Neukundengewinn**

**„Wir verhelfen Ihnen sicher zu Neukunden“**

Zum Beispiel in dem wir:

1. ....
2. ....
3. ....

**- Ein Informationsdefizit**

**„Wir informieren Sie regelmäßig und aktuell!“**

Zum Beispiel in dem wir:

1. ....
2. ....
3. ....

**- Fehlende Sicherheit**

**„Wir laden Sie ein und überzeugen Sie vor Ort!“**

Zum Beispiel in dem wir:

1. ....
2. ....
3. ....

**- Etwaige Reklamationen**

**„Wir sind kompromissfähig und kulant!“**

Zum Beispiel weil wir:

1. ....
2. ....
3. ....

Vielleicht haben Ihre potentiellen Kunden noch weitere Probleme, das gilt es herauszufinden und sich dann mit der entsprechenden Argumentation auch darauf einzustellen.

Ich würde mich freuen, wenn ich Sie angeregt habe Ihre Homepage / Ihren Hausprospekt, unter dem Aspekt der Verbesserung der Wirksamkeit, einem kritischen Blick zu unterziehen.

Verschenken Sie keine Möglichkeiten im Wettbewerb um neue Kunden.

**Ich kann Sie dazu kompetent beraten / unterstützen und biete Ihnen in diesem Zusammenhang:**

- Ein kostenloses Einstimmungsgespräch, das Sie zu nichts verpflichtet

---

- Bei Interesse an einer Beratung, ein detailliertes Angebot mit Aufgabenstellung, Zielen Umfang und Kosten Ihres Projektes
- Bei Angebotsannahme, eventuell einen qualitätsgesicherten Beratungsauftrag mit Fördermitteln

---

- Eine objektive und neutrale Beurteilung des Ist-Zustandes
- Einen intensiven Ideen- und Erfahrungsaustausch im Rahmen regelmäßiger persönlicher Gespräche zu Entscheidungsfindungen
- Konkrete Vorschläge zur Neuausrichtung / Optimierung, passend zu Ihrem Budget und der Ausgangssituation
- Eine nachvollziehbare Dokumentation der Arbeit (Ausgangssituation, Entscheidungen, Maßnahmen, Umsetzung)
- Unterstützung bei der Umsetzung von festgelegten Maßnahmen, dort wo Sie es für erforderlich halten
- Eine inhaltliche Neuausrichtung von Homepage / Hausprospekt

- 
- Einen Abschlußbericht zu den erreichten Ergebnissen
  - Einen ständigen Zeitnachweis zu den erbrachten Leistungen

In diesem Sinne, viel Erfolg bei der inhaltlichen Überarbeitung von Homepage / Hausprospekt, gerne stehe ich Ihnen dabei zur Seite und freue mich über Ihre Rückmeldung.

Ihr Frank Latayka