

Referent:

Heinz Ziegler  
GLOBE MARKETING



1

# Guerilla-Marketing

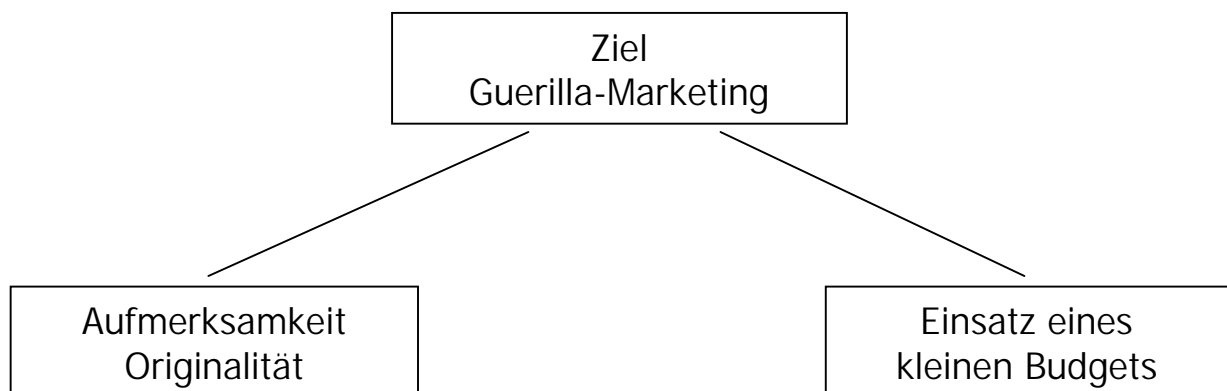
Kleines Budget – große Wirkung

# Guerilla-Marketing



## Was ist Guerilla-Marketing?

Guerilla-Marketing ist die Kunst, den von Werbung übersättigten Konsumenten, größtmögliche Aufmerksamkeit durch unkonventionelles bzw. originelles Marketing zu entlocken. Dazu ist es notwendig dass sich der Guerilla-Marketer möglichst (aber nicht zwingend) außerhalb der klassischen Werbekanäle bzw. Marketing-Traditionen bewegt.



## Guerilla-Marketing



### Verpflichtung

- Bestimme einen Marketingplan und fühle Dich daran gebunden.
- Überprüfe den Plan alle 4-6 Wochen und passe ihn ggf. den Gegebenheiten an

# Guerilla-Marketing



## Der Marketingplan

1. Was möchte ich erreichen?
2. Was unterscheidet mich von dem anderen?
3. An wen möchte ich verkaufen?
4. Mit welchen Mitteln, Instrumenten will ich meine Kunden erreichen? (Kommunikationsstrategie)
5. Welche Marktlücke kann ich besonders gut ausfüllen?
6. Was bin ich? Was kann ich? Warum sollen meine Kunden bei mir kaufen?
7. Budget?
8. Wie viel Prozent meines Umsatzes will ich für Kommunikationsmaßnahmen ausgeben?

## Guerilla-Marketing



### Die Voraussetzungen für gutes Guerilla-Marketing

- die beste Investition ist die, mehr über Marketing zu lernen
- Geduld, auf dem Weg zum Ziel
- Der Wunsch, Kunden zu helfen
- Profit zu erwirtschaften
- Mit anderen Unternehmen zu kooperieren
- Lernen Sie zuerst alle Instrumente des Guerilla-Marketings kennen, bevor sie einzelne ungeplant einsetzen
- Lernen Sie jedes Detail Ihrer direkten und indirekten Mitbewerber
- Schauen Sie sich den Markt an, analysieren Sie jedes Detail
- Versuchen Sie alles über Ihre direkten und indirekten Kunden in Erfahrung zu bringen

# Guerilla-Marketing



## Ihr Instrumentarium

- § Ihr Wettbewerbsvorteil (Was macht Sie einzigartig)
  - positiver Nutzen für den Kunden
  - niemand hat ihn oder kann ihn kopieren
  - einfach zu beschreiben
  - verbal und bildlich darstellbar
- § Netzwerkverbindungen herstellen – durch Engagement in d. Gemeinschaft - Man kauft lieber bei Freunden als bei Fremden

REGEL: Tun Sie für andere, was andere von Ihnen erwarten

- § Bieten Sie Nutzen – kostenlos
  - Faltblätter mit Tipps
  - Seminare
  - praktischer Unterricht
  - Installation und Kundendienst
  - Serviceideen
  - Werbegeschenke ( zielgruppenadäquat)
  - Fragebogen zu Kundenwünschen und -bedürfnissen
  - Online-Support
- § (Basis)-Beratung kostenlos
  - Zeit terminieren
  - Leistung kommunizieren
- § Leistungsangebot kommunizieren (echte Kunden)
  - Prospekt
  - CD
  - DVD
  - Online (Passwortzugang)

# Guerilla-Marketing



## Ihr Instrumentarium

- § werden Sie zum Experten
    - Artikel (Presse)
    - Rundbriefe
    - von Artikel Sonderdrucke anfertigen
    - bieten Sie sich als Referent an
    - Online-Kolumne
    - publizieren Sie in Newsgroups
    - Newsletter
  - § Referenzen sammeln und publizieren
    - Kunden nennen bzw. werben Kunden
    - was kann ein Kunde noch für Sie tun?
    - Erlaubnis zur Namensnennung einholen
    - ggf. als Telefonjoker einsetzen
    - Fragen Sie nach einem Brief, der nicht nur Zufriedenheit ausdrückt sondern auch den Willen zur zukünftigen Zusammenarbeit.
    - erneuern Sie die Referenzen durch neue Kunden
  - § Marketing-Fusionen oder CO-Marketing mit passenden Firmen auf „winwin“ Basis bilden.
  - § Sichern Sie Ihr Basisinstrumentarium
    - Verkäuferwissen
    - Telefonannahme
    - Referenzen
    - Beschilderung
    - Sortimentsauswahl
- Erst dann denken Sie über die Werbung nach
- § Werbung braucht Zeit, um zu wirken

# Guerilla-Marketing



## ACHTUNG

Marketing beginnt, nachdem der Kunde gekauft hat!

- § Belohnen Sie den Kauf mit:
- § einem Geschenk
- § Garantieleistungen
- § Ratschlägen / Tipps
- § Insiderinformationen
- § Halten Sie Kontakt zu Ihren Kunden
  - Dankschreiben
  - Telefonat
  - Einladungen
  - Vorabinformationen
  - Geburtstagswünschen
  - Jahrestag des Kaufes
  - Fragebögen

## Ihr wichtigstes Kapital – Die Prioritätenliste –

5. Priorität ist der Preis
4. Priorität ist das Sortiment
3. Priorität ist der Service
2. Priorität ist die Qualität
1. Priorität ist die Überzeugungskraft und Ihr Selbstbewusstsein



# Guerilla-Marketing



## Kommunikationsmittel

- § Stimmen Sie Ihre Kommunikation/ Medien auf die Zielgruppe ab
- § Suchen Sie Nischen und platzieren dort Ihre Kleinanzeigen
- § Mediensponsoring
- § Plakate und Schilder nutzen
  - im Geschäft
  - davor
  - in der Nähe
  - in Vereinen
  - Das beste Schild ist eine rote Neonschrift „geöffnet“
- § Telefonmarketing
- § jedes Medium arbeitet noch besser wenn es von anderen unterstützt wird
- § Nutzen Sie Ihr Fahrzeug als Medium
- § Nutzen Sie Schaufenster und Türen
- § Nutzen Sie regionale Medien und Hauswurfsendungen mit Zusatznutzen
- § Jedes Medium hat seine Stärke und Menschen erwarten bestimmte Inhalte. Formulieren Sie Ihre Botschaft entsprechend.

## Guerilla-Marketing



### Ihr Internetauftritt | Online-Marketing

- § überschätzt und unterschätzt
- § Achten Sie auf die Gestaltung und Inhalte
  - auf das Suchmaschinenmarketing
  - auf die Pflege Ihrer Website
  - auf die offline Bekanntmachung
- § Formulieren Sie im Vorfeld wofür und in welchen Online- und Offline Publikationen Sie für Ihr Unternehmen werben
- § Tauschen Sie Links mit Unternehmen, die die gleichen potenziellen Käufer haben

## Guerilla-Marketing



## Direktmarketing

oder das Verkaufsgespräch per Brief und Antwortelement

- § Reden Sie über Ihren Kunden – nicht über sich
- § Brennen Sie ein Direktmarketing Feuerwerk ab
- § Sprechen Sie die Sprache des Empfängers
- § Seien Sie ehrlich, emotional und vor allem originell
- § Das Angebot sollte
  - eindeutig sein
  - überdurchschnittliche Vorzüge haben
  - ggf. in Raten bezahlbar sein
  - stellen Sie ein kleines Geschenk in Aussicht
  - vergessen Sie nie die Macht des Wortes „kostenlos“

## Guerilla-Marketing



### Im Fadenkreuz – der Mensch

#### SIE

##### § Ihre wichtigsten Charaktereigenschaften

- Geduld
- Vorstellungskraft
- Sensibilität
- Selbstbewusstsein
- Lernbereitschaft
- Großzügigkeit
- Ausdauer
- Zielorientierung
- Willen zum Erfolg

#### IHR KUNDE

- § Helfen Sie Ihrem Kunden seine Wünsche zu befriedigen
- § Denken, sehen und reden Sie vom Standpunkt Ihres Kunden aus
- § Behandeln Sie Ihre Kunden wie Könige und gute Kunden wie Familienmitglieder
- § Übertreffen Sie die Erwartungen Ihres Kunden  
Machen Sie ihn glücklich – zufrieden stellen reicht nicht –
- § Lernen Sie das Private Ihres Kunden kennen und beziehen es in Ihre Kundenfürsorge ein

## Guerilla-Marketing



### Ihre Technik – zeitgemäß

- Nutzen Sie die Palette der technischen Möglichkeiten  
- stationär und mobil – zum Wohle Ihres Kunden und nicht um ihn zu nerven
- Setzen Sie Suchmaschinenmarketing ein
- Betreiben Sie Informations-Sharing, aber wählen Sie aus was Sie teilen und mit wem Sie es teilen
- Versehen Sie alle Marketingmaterialien mit einer Handlungsaufforderung (Tel.Nr., Internetseite, Link...)
- Schaffen Sie Kundendatenbanken mit Terminwecker und pflegen diese. Sammeln Sie Details während der Kundengespräche
- Führen Sie Ihren Kunden mittels digitaler Technik, aber vergessen Sie nicht, dass er in einer analogen Welt lebt.
- Nutzen Sie Email, MSN und Skype oder VoIP als kostensenkende Kommunikationsmittel

## Guerilla-Marketing



### Profit – wirtschaftlich denken

- Wirtschaftlich arbeiten heißt klug zu investieren
- Lernen Sie von jedem Berater, den Sie engagieren
- Produkte an Nichtkunden zu verkaufen ist 6 Mal so teuer als an einen Kunden zu verkaufen.
- Frage: Wenn ich etwas gestern nicht brauchte, warum sollte ich es heute brauchen?
- Wenn Ihnen die finanzielle Power für Anzeigenserien fehlt, verzichten Sie darauf – nutzen Sie stattdessen lieber die kostenlosen Alternativen.
- Gehen Sie mit mehr als einem Unternehmen Marketing-Allianzen ein und erreichen Sie bei Teilung der Kosten eine Vervielfachung der Präsenz.
- Messen Sie die Effektivität Ihrer Instrumente! Stoppen Sie die, die wenig oder nichts bringen und investieren Sie in die, die erfolgreich sind.
- Für den Onlinebereich wählen Sie die Drittel-Regel  
1/3 für die Gestaltung und Platzierung  
1/3 in die Werbung für das Online-Angebot  
1/3 für die Pflege und Aktualisierung
- Statt Massenmailings 25 persönliche Briefe pro Woche

## Guerilla-Marketing



## Ihre Kreativität – kann Ihre Träume verwirklichen

### Vorplanung

- Ziel | was wollen Sie in 3 | 5 | 10 Jahren erreichen?
- Marketingplan und zeitgenaue Umsetzung
- Welche Waffen benötigen Sie für Ihre Zielgruppe?
- Wissen über Markt, Wettbewerb und Zielgruppe
- Effektivitätsmessung der Methoden mit Ausschlusseffekt

### Durchführung

- Checken Sie die Märkte, die lohnenswert sind und die geeignete Werbemethode
- Erarbeiten Sie Ihr magnetisches Profil
- Spüren Sie die Partner auf
- Akquirieren Sie Ihre Kunden
- Untersuchen Sie die Ergebnisse und verbessern Ihre Anstrengungen
- Starten Sie wieder durch

## Guerilla-Marketing



## Ihre Kreativität – kann Ihre Träume verwirklichen

### ACHTUNG

- Haben Sie realistische Erwartungen
- Bleiben Sie konsequent
- Halten Sie bedingungslose Kundennähe
- 80% Umsatz mit 20% der Produkte  
80% Gewinn mit 20% der Kunden  
Konzentrieren Sie sich auf das Wesentliche

### Strategie

- Verbessern Sie das Produkt und kontrollieren Sie das Ergebnis
- Werten Sie Ihre Kommunikation aus
- Profit verbessern
- Investieren Sie in Ihre Mitarbeiter
- 24 Stunden Regel



## Guerilla-Marketing



## Leben Sie Ihre Träume

Was benötigen Sie dazu?

... den unbändigen Willen sie Realität werden zu lassen

Aber bedenken Sie:

„ Du musst so schnell laufen, wie du nur kannst, um dort zu bleiben wo du bist.

Wenn du woanders hin möchtest, musst du mindestens doppelt so schnell laufen!“ sagte die Königin

Alice im Wunderland

Guerilla-Marketing



Vielen Dank  
für Ihre Aufmerksamkeit.

GLOBE MARKETING  
Heinz Ziegler  
Borkenkamp 2  
31535 Neustadt

Tel.: 0 50 32 - 89 13 30  
Fax: 0 50 32 - 89 13 39  
[info@globe-marketing.de](mailto:info@globe-marketing.de)  
[www.globe-marketing.de](http://www.globe-marketing.de)