

MARKETING- AUTOMATION

dramatisch erlebte Praxis!



Marketing-Automation ohne Schweiß
und Tränen – Wie Sie in nur 89 Tagen Ihre
Akquise vollständig durchautomatisieren.

Bruno Birri

Jeder hat das Recht, seine Angebote zu verkaufen. Wenn sich diese Angebote jedoch ausschliesslich an der Conversion orientieren, dann wird die Seite des Käufers in die Vernichtung des eigenen Traums getrieben.

Marketing Automation

dramatisch erlebte Praxis!

Marketing-Automation ohne Schweiß und Tränen – Wie Sie in nur 89 Tagen
Ihre Akquise vollständig durchautomatisieren.

Bruno Birri



Impressum:

Titel: Marketing Automation – dramati

Autor: Bruno Birri

Copyright © 2018 / Version 1.0

Bruno Birri – Coaching, Training, Consulting

CH-4414-Füllinsdorf/Basel

Web-Link: www.brunobirri.ch/marketing-automation

E-Mail: mail@brunobirri.ch

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt.

Alle Rechte, auch die der Übersetzung, des Nachdrucks und der Vervielfältigung des Werkes oder Teilen daraus, sind vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlags in irgendeiner Form (Fotokopie, Mikrofilm oder einem anderen Verfahren), auch nicht für Zwecke der Unterrichtsgestaltung, reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürfen.

Trotz sorgfältigem Lektorat können sich Fehler einschleichen. Autor und Verlag sind deshalb dankbar für diesbezügliche Hinweise. Jegliche Haftung ist ausgeschlossen, alle Rechte bleiben vorbehalten.

Coverfoto fotolia Cara-Foto

Inhalt

Vorwort	9
Zum Autor	10
Für wen ich dieses E-Book geschrieben habe	13
Das Ziel dieses E-Books:	14
Jeder ist für sein Tun selbst verantwortlich: Stimmt das?	15
Zurück zum Eingangssatz.	15
Weil es gerade so gut passt. Etwas zu den Begriffen Coaching und Beratung. ...	
In diesem E-Book geht es nun um Folgendes:	
Problem Marketing-Automation	
Stellen Sie sich einmal vor ...Digitalisierung.....	
Marketing-Automation	
Vertrauen	
Nun leben wir seit ein paar Jahren in einem digitalen Zeitalter	
Das Problem ist ein ganz anderes.	
Sie als Anbieter	
Das Problem bei den Angeboten der Internet-Marketer:	
Das Bild vom Mosaik 1	
Das Bild vom Mosaik 2	
Gehen wir das Thema von einer anderen Seite her an	
Der Gemüse-Reibe-Verkäufer	
Der Seriöse Internet-Marketer	
Fehlendes mindset	
Meine Erfahrungen als Unternehmensentwickler.....	
Zurück zum Thema mindset.....	
Man lebt zu stark in seinen Träumen.	
Ich kann es nicht genug betonen	
Konkrete Beispiele	
Beispiel 1: Sensationelles Konzept.....	
Beispiel 2: Beratungsleistung.....	

Beispiel 3: Kundendrama 1

Beispiel 4: Kundendrama 2

Beispiel 5: Kundendrama 3

Beispiel 6: E-Mail an mich.

Beispiel 7: Web-Master.....

Zwischenhalt

Meine Erfahrungen – 12 Problembereiche.....

 Wie geht es nun weiter?

Problembereich 1: Strategie

Problembereich 2: Web-Master.....

 Was muss man bei einem Web-Auftritt alles beachten?

Problembereich 3: Aufwand und Komplexität.....

Problembereich 4: Überforderung

 Ganz persönlich.....

Problembereich 5: Psychologische Tricks

Problembereich 6: Positionierung.....

 Thema Avatar!.....

Problembereich 7: Besucher/Traffic

 Brauchen Sie überhaupt Besucher?.....

Problembereich 8: Finanzen und Insolvenz

Problembereich 9: Tools und Software

 Bananensoftware

Problembereich 10: Testimonials (Kundenmeinungen).....

 Das Leistungsversprechen.....

Problembereich 11: Preisgestaltung

Problembereich 12: Webinare

Anliegen und Abschluss.....

89-Tage Umsetzungsplan

Gerade erhalte ich eine E-Mail.

Danke.....

Weiterführende Infos und Links

Feedbackformular.....

TV-Talk

Fragen?.....

Versuch einer Definition:

Das Ausmass der psychologisch optimierten Verkaufsprozesse verhält sich im umgekehrten Verhältnis zum erreichten Ergebnis beim Käufer.

Oder

Je lauter und lärmiger das psychologische Geschrei, desto weniger zufriedene und glücklichen Kunden.

Vorwort



Als Rechtsanwältin und Insolvenzverwalterin habe ich viele, sehr viele Selbstständige und Unternehmer sinnlos scheitern sehen. Für extrem Viele kam jede Hilfe zu spät und sie mussten ihr Geschäft aufgeben. In vielen Fällen wäre das vermeidbar gewesen. 5 vor 12 Uhr ist es meistens für jeden Unternehmer zu spät. Wenn Sie am Abgrund der Niagarafälle mit Ihrem Boot stehen, dann hilft Ihnen nichts, selbst wenn Sie ein Weltmeister im Kanufahren sind. Sie werden untergehen. 5 Meilen weiter aufwärts hätten Sie noch die Chance gehabt, das Ruder umzureissen und das Ufer zu erreichen.

In meiner Unternehmer-Academy unterstütze ich Unternehmer, ihre Zukunft aktiv zu gestalten. Dabei ist man unweigerlich mit Internet-Marketing konfrontiert.

Wir erleben in unserer Academy praktisch ausnahmslos, dass Unternehmen das Marketing im Web total unterschätzen. Und das ganz Schlimme dabei ist: Wer sich fürs Marketing im Web interessiert, der fällt praktisch zwangsläufig auf Angebote herein, die fast alle eines gemeinsam haben: Sie sind irreführend und wertlos.

Bruno Birri geht in seinem Buch einen anderen Weg. Er ist konkret und er schreibt engagiert aus der Praxis für die Praxis.

Bruno Birri redet Klartext und deckt auf. Doch er ist nicht nur kritisch. Er stellt einen Lösungsweg vor, der auch für Gärtner, Bäcker, Coaches etc. wie auch für KMU's umsetzbar ist.

Ganz spannend ist das Bild vom Mosaik, das er kreiert.

Er verwendet das Mosaik als Metapher für die Komplexität des Marketings im Web. Diese Metapher zeigt deutlich und unzweifelhaft auf, worum es geht. Jedes Teil muss stimmen. Stimmt ein Teil nicht, ist das Bild zerstört. Jedes Teil repräsentiert oft eine Komplexität, die vielleicht Wochen oder Monate in Anspruch nimmt, bis sie verstanden wird.

Ich wünsche Ihnen ein spannendes und inspirierendes Leseerlebnis, verbunden mit der Hoffnung, dass Sie einen Weg durch das Dickicht der Möglichkeiten finden, um Ihren individuellen und persönlichen Weg übers Web in den Markt zu finden.

Dr. Dragica Banovic, Inhaberin Dr. Banovic Academy

Zum Autor



Dieses E-Book ist in der 1. Person geschrieben. Weil ich Verantwortung übernehmen will. Weil ich hier über etwas schreibe, das in den letzten Jahren immer wieder dazu geführt hat, dass ich mir die Augen reiben musste. Weil ich einfach nicht geglaubt habe, dass so etwas möglich ist.

Anfänglich habe ich geglaubt, die Leute seien einfach blöd, wenn sie sich mit etwas befassten, bei dem ich mir die Augen reiben musste.

Doch irgendwann habe ich realisiert: Nein, die Leute sind weder blöd, noch einfältig, noch dumm, sondern ganz einfach dort, wo sie vorwärtskommen und sich entfalten wollen. Doch das können sie nicht, weil sie in den Seilen des Web hängen bleiben, wie ein Boxer, der in der siebten Runde angezählt wird.

Leider ist die Realität brutal. Sehr brutal sogar und ich habe mehrere dieser Leute untertauchen und ertrinken sehen. Und das waren nicht nur einzelne Träumer. Es waren Unternehmer dabei, die ganz einfach in die Irre geführt worden sind.

Wenn Sie dies nun lesen und das Gefühl haben, sich in diesem E-Book verirrt zu haben, weil Sie den Zusammenhang (noch) nicht erfassen, dann kann ich Sie verstehen.

Denn Sie sind auf dem Weg in Ihre Ungewissheit, genau da, wo sich alle befinden, die sich auf diesen Weg begeben. Nämlich dort, wo Sie keine Ahnung haben, was auf Sie zukommen wird.

Und wenn Sie dann irgendwann begriffen haben, was mit Ihnen geschehen ist, sind sie auch schon mittendrin in einer Community, die Sie eingelullt und eingefangen hat wie eine Sekte.

Ich übernehme Verantwortung für mein Tun und Handeln, weil ich der Meinung bin, dass es so sein muss und dass ich dafür geradestehen muss, wenn ich Leute in einen tiefen Wald geführt habe, aus dem sie nicht mehr entkommen können und nach anfänglicher Hoffnung schliesslich im Dickicht, den Dornen, den Löchern und den Gräben ihren Untergang finden.

Ich rede hier von meinen Erfahrungen.

Diese Erfahrungen beginnen 1992. In diesem Jahr habe ich mein Unternehmen gegründet und in dieser Zeit als Unternehmensentwickler über 500 Unternehmen entwickelt.

Ich weiss also, wovon ich rede.

Im Jahr 2014 habe ich damit begonnen, mein Portfolio zusammenzustrichen, um alles ins Web zu schieben. Genau zu diesem Zeitpunkt habe ich auch begonnen, mir die Augen zu reiben. Sie können sich nicht vorstellen, was ich dabei alles erlebt habe. Wenn man gewohnt ist, sorgfältig und seriös zu arbeiten und Kunden unbedingt zufriedenzustellen, dann hat sich hier Unglaubliches ereignet.

Zum Beispiel: Die wichtigste Währung für Internet-Marketer ist Conversion. Genauer gesagt: die Anzahl Besucher, die schlussendlich auch eine Aktion ausüben.

Nun werden Angebote verkauft, die zu 95 % nicht umgesetzt werden.

Diese Aussage ist nicht von mir. Sie stammt von einem Internet-Marketer, den ich natürlich nicht nennen darf.

Diese 95 % wurden also explizit geäußert und sind bei mir mehrfach dokumentiert. Wie die Zahlen bei den anderen Internet-Marketern aussehen, weiss ich nicht. Entlastend muss ich allerdings hinzufügen, dass nicht alle Anbieter gleichermassen denken und handeln. Doch das wissen Sie zu Beginn vor allem als Einsteiger nicht.

Zurück zu den 95 %. Nun müssen Sie sich mal vorstellen, was das heisst:

Nur 5 % von dem, was der Internet-Marketer verkauft, wird umgesetzt.

Wobei auch hier nicht klar ist, was dann schlussendlich daraus wird.

Sie reiben sich die Augen. Sie glauben mir nicht? Nun, dann haben Sie einen Grund, dranzubleiben.

Doch ich lästere nicht nur. Ich zeige Ihnen einen Lösungsweg auf. Diesen finden Sie am Schluss des E-Books.

Ich wünsche Ihnen spannende Erkenntnisse und eine excellente Erfahrung.

Herzliche Grüsse



Ihr Bruno Birri

Excellence-Trainer und Coach

Am Schluss dieses E-Books erhalten Sie einen Link, der Sie zu eine Anleitung und damit auf einen Lösungsweg führt, wie Sie in 89 Tagen Ihr Marketing automatisieren können. Die Verlockung ist natürlich gross, diesen Link jetzt schon zu besuchen.

Warten Sie bitte noch. Zügeln Sie Ihre Ungeduld!

Lesen Sie doch zuerst, was zwischen diesen Zeilen hier und dem Link geschrieben steht.

Für wen ich dieses E-Book geschrieben habe

Marketing-Automation ist ein Thema, das in den nächsten Jahren eine extrem wichtige Bedeutung einnehmen wird. Aus diesem Grund wird kein Unternehmen in Zukunft darum herumkommen, sich mit der Thematik zu befassen.

Mit diesem E-Book richte ich mich an folgende Unternehmen und Personengruppen:

1. Unternehmen und Personen, die sich ein wenig orientieren wollen.
2. KMU's, die sich ganz konkret für den Aufbau der Marketing-Automation interessieren und einen gangbaren Weg suchen.
3. Unternehmen und Personen, die in der Community der Internet-Marketer «gefangen» sind und einen Weg in eine zielführende Richtung suchen. Dies ohne je wieder Geld zu verbrennen.
4. Menschen, die sich im Urwald und Dickicht der Möglichkeiten verirrt und verzettelt haben und eine andere Sichtweise erfahren wollen, die nicht nur davon ausgeht, dass es allein am fehlenden eigenen Glauben und falschen mindset liegt.

Für alle gilt: Man ist mit extremer Komplexität konfrontiert, die durch exzessives Marketing versehen und mit raffinierten psychologischen Tricks zu Verkaufsschlüssen «motiviert». Oder vielmehr provoziert.

Mit exzessiv «veredeltem» Marketing lässt sich digital fast alles verkaufen. Die Grenze setzt nur Ethik und Anstand. Zur Ethik: Ein bekannter Financier wurde mal gefragt, was er von Ethik halte. Seine Antwort:

«Ethik interessiert mich nicht. Damit kann ich nichts kaufen».

Inhaltlich bewegen wir uns also auf der Ebene der praktischen Anwendung.

Keine blosse Theorie und kein Herumgerede auf der Meta-Ebene mit schönen Grafiken und Bildern.

Hier geht es um die Realität. Meine subjektive Realität, die jeder, wirklich jeder bestätigen kann, der sich in dieses Umfeld hat einlullen lassen. Und ich komme von einer Seite in diesen Markt hinein, der an konsensorientiertes Arbeiten gewohnt ist.

Das Ziel dieses E-Books:

Ihnen die Möglichkeit zu geben, Ihre Akquisition so zu automatisieren, dass daraus ein wirklich lukratives Business werden kann. Und dies in Rekordzeit.

Wenn man es richtig anstellt, dann lässt sich das Marketing für fast alle Berufsgruppen automatisieren. KMU's, Gärtner, Friseure, Handwerker, Bauern, Tante-Emma-Läden etc. Es ist möglich.

Sie denken nun: «Was soll denn das heißen? Rekordzeit? Der Bruno Birri, der klingt doch selbst wie einer dieser grossspurigen Online-Werber, über die er soeben noch hergezogen ist.»

Nein, Sie müssen keine Bedenken haben. Wenn ich das so schreibe, dann immer mit der Absicht, Ihnen jederzeit in die Augen schauen zu können. Jederzeit. Denn ich verkaufe keine digitalen Produkte. Das will ich definitiv nicht. Dazu bin ich zu kommunikativ und zu stark an Menschen interessiert.

Jeder ist für sein Tun selbst verantwortlich: Stimmt das?

Jeder ist für seine Ergebnisse selbst verantwortlich. Jeder entscheidet für sich selber.

Wenn Sie dies lesen und mir beipflichten, dann muss ich Ihnen sagen:

Nein!, Nein!, Nein!, Nein!, Nein!, Nein! Ich sehe das anders.

Ich sehe es da anders, wo es um digitale Produkte, Internet-Marketing und um Internet-Strategien geht.

Denn im Web wird digital verkauft. Das Vertrauen wird über Bit und Bytes aufgebaut. Ohne menschliches Zutun. Doch mit vielen Versprechen angereichert.

Gerade kommt so eine Werbung herein:

«Ich sage, es ist eine Weltsensation... ein Wunderwerk... und Du kannst damit alles erreichen, was du willst.»

Der Trick: Mache ein breitspuriges Versprechen und packe Emotion hinein.

Ich versichere Ihnen, es ist keine Weltsensation. Es ist vielmehr das Wording, mit dem im Web verkauft wird.

Was Sie in meinem E-Book lesen basiert auf meinen ganz persönlichen Erfahrungen, die ich beim Aufbau meines Internet-Marketings gemacht habe. Und ich kann Ihnen sagen, es war mein schwierigstes Projekt.

Zurück zum Eingangssatz.

Ich habe geschrieben:

Jeder ist für sein Tun und für seine Ergebnisse selbst verantwortlich. Jeder entscheidet für sich selber.

Sorry, ich sehe das anders.

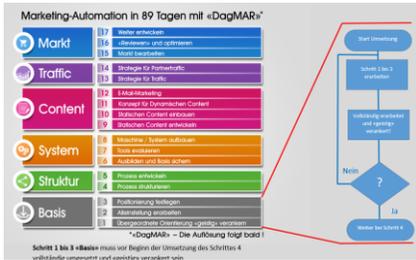
Denn wenn ich von einer Beratung abhängig bin, und man dreht mir etwas Wertloses an, dann muss das zum Problem des Verkäufers werden – und nicht zum Problem des Käufers.

Damit will ich keineswegs sagen, dass alles, was im Bereich Online-Marketing verkauft wird, wertlos ist. Es gibt wirklich gute Angebote. Doch das aus meiner Erfahrung heraus ausschliesslich solche, bei denen ich Gelegenheit habe, mit dem Anbieter persönlich in Kontakt zu treten.

Dies ist ein Short-Cut meines Kindle E-Books. Sie haben die Möglichkeit, dieses E-Book über meine Web-Seiten zu beziehen.

Leider lässt Amazon es nicht zu, das E-Book als pdf über meine Web-Seiten in den Markt zu bringen. So müssen Sie sich leider mit diesem Short-Cut begnügen.

Nach dem Download dieses Short-Cuts erhalten Sie meinen 89-Tage Umsetzungsplan sowie verschiedene E-Mails zu Vertiefung des Themas.



Die gesamte Vorgehensweise basiert auf DagMAR.

DagMAR ist ein Akronym Die Zusammenhänge erfahren. Sie in meinem E-Mails.

Merh erfahren Sie hier:

Jetzt anmelden zum WEBINAR!

Marketing-Automation
Dramatisch erlebte Praxis

Oder: Von der TOTENSTARRE zurück ins Leben!

In meinen Webinaren.

<https://brunobirri.ch/marketing-automation/webinar/>

MARKETING-AUTOMATION MIT «DagMAR»

✓ **Orientieren** - Einfach unverbindlich dabei sein.
Sensibilisieren - folgt: Mal schauen, was daraus wird.
Identifizieren - folgt: Ja genial, ich mache mit!
Transferieren - folgt: Mein Durchbruch. Darauf habe ich gewartet!

Download 89 Tage Umsetzungsplan: www.brunobirri.ch/marketing-automation

In meiner Facebook-Gruppe

<https://www.facebook.com/groups/MarketingAutomationDagmar>