

Die Angst alles zu verlieren...

Hattest Du auch schon mal diesen Traum? In Deinem Geschäft hat sich über Nacht alles verändert - und alles, was Du bisher getan hast, funktioniert nicht mehr. Deine Kunden sind weg - Dein Umsatz ist weg - und schliesslich auch, Dein Geschäft.

Der absolute **Alptraum** eines jeden Business Treibenden.

Und deswegen auch eine sehr starke Macht.

Dieses Jahr hat einer meiner Kollegen aus den Staaten einen kompletten Launch auf dieser Angst aufgebaut:

Alles, was Du bisher getan hast, wird ab 2012 nicht mehr funktionieren. Und wenn Du jetzt nicht diese neuen geheimen Trends lernst, dann kannst Du im Februar 2012 Deinen Laden zumachen.

Kauf es oder stirb.

Das war auf den Punkt gebracht die Message dieses Launch.

Ich stehe dem mit sehr gemischten Gefühlen gegenüber. Vor allem weil ich auch unter meinen deutschen Kollegen immer mehr sehe, die auf dieses Angst-Element setzen.

Natürlich ist der Trieb zu überleben - auch im Business - einer der wirkungsvollsten Trigger, die es gibt. Doch obwohl er so gut wirkt, sollte man sich seinen Einsatz als Marketer sehr wohl überlegen.

Deliver value to the marketplace

Denn hier ist die gute Nachricht: Wenn die Verschwörungstheoretiker nicht Recht haben und die Welt 2012 nicht mit einem großen Knall explodiert, dann werden grundlegende Business Prinzipien auch in 2012 greifen:

Liefere Wert an den Markt - kommuniziere Deinen Wert an die richtigen Menschen - und Dein Business wird auch in 2012 erfolgreich sein.

Der Erfolg Deines Business liegt nicht in dem letzten neuen Tool, das Du nutzt. Dein Erfolg liegt darin, dass Du Deinen Fokus darauf legst, wirklichen Wert für Deine Kunden zu schaffen. Und wenn Du sogar so wild bist, Deinen Kunden 10x so viel an Wert zu geben, wie sie an Zeit, Energie und Geld investiert haben, dann bist Du auf der Gewinner Seite. :-)

Das Geheimnis von Frank Kern

Marketing now!

Erfolgreich Verkaufen - Gut Fühlen

<http://marketingnow.de>

Frank Kern (Du weißt schon, der Internet Marketer und Multimillionär) hat bis heute keine Facebook - Seite. Er nutzt auch nicht Twitter oder Google+. Er verläßt sich immer noch auf dieses total altmodische Medium E-Mail.

Natürlich kann man jetzt sagen, das ist so 2007 - doch Frank hat es verstanden, seinen Fokus nicht auf das neuste glitzernde Ding - auf die neuste technische Spielerei zu legen - sondern er kreiert Promotions - und schafft Wert für seine Kunden.

Ja, auch im Internet Marketing ändert sich die Welt. Es gibt viele neue Tools. Doch Dein Geschäft wird in 2012 nicht den Bach runter gehen, weil Du noch keine iphone App für Deine Kunden hast.

Es gibt schon genug Angst!

Ich bin der Meinung, dass wir keine Angst - basierte Werbung brauchen. Es gibt schon mehr als genug Angst in dieser Welt. Die Menschen haben schon genug Angst.

Gib Deinen Kunden Hoffnung.

Zeig Ihnen einen Weg, wie sie Ihr Leben, Ihr Business besser machen können. Zeige Ihnen Lösungen für Ihre Probleme und reihe Dich nicht auf dem Niveau der "4Buchstaben"-Zeitung ein, die Ihr Geld auch hauptsächlich mit "Angst, Hass, Titten und dem Wetterbericht" (Die Ärzte) verdient.

Es ist okay, Menschen die Probleme aufzuzeigen, die sie haben, um Ihnen dann eine Lösung anzubieten. Das macht Sinn. Und Du kannst das Problem auch ruhig sehr offen und deutlich ansprechen. Halte damit nicht hinter dem Berg.

Doch spiel nicht mit den Existenzängsten der Leute.

What comes around goes around

Das bringt Dir nicht nur "schlechtes Karma" ;-), sondern Du tust Dir auch selbst keinen Gefallen damit: Denn alles, was Du sagst, geht zuerst in Deine eigenen Ohren. Und wenn Du bei anderen Menschen immer Angst schürst, dann kommen Deine Worte auch irgendwann in Deinem Unterbewusstsein an. Dann bist Du derjenige mit der Existenzangst.

Nicht besonders clever, wenn Du mich fragst. ;-)

Wie sehen Dich Deine Kunden?

Wenn Du Angst-basiertes Marketing machst, dann tanzt Du auf einer sehr scharfen Klinge. Denn natürlich kannst Du Dich für ein paar Deiner Kunden als der Superhero hinstellen, der sie vor der

bösen bösen Hexe (der imaginären Pleite 2012) bewahrt.

Andere werden in Dir jedoch einen Angst-Bringer sehen. Jemand, der bei Ihnen schlechte Gefühle verursacht. Und als Menschen haben wir die Natur uns von Menschen fern zu halten, die uns schlechte Gefühle machen. Denn warum sollten wir und mit jemandem umgeben, der uns so massiv runterzieht?

Wir sind nicht mehr im Mittelalter

Im Mittelalter war das Muster bei einer großen bekannten Institution sehr beliebt: Ich hau Dir so lang auf die Mütze, bis Du Dich richtig mies fühlst - und danach biete ich Dir Erlösung an. Dann bin ich Dein großer Retter und habe die Kontrolle über Dich.

Doch die Menschen wachsen. Diese Muster funktionieren nicht mehr so gut. Menschen durchschauen das. Und wenn sie durchschauen, dass Du das mit Ihnen machst, dann bist Du sie nicht nur als Kunden los - sondern Du kannst Dich auch über eine ausführliche Darstellung in den Social Medias freuen.

Die Klinge des Angst-basierten Marketing ist sehr scharf - und ich bin der Meinung, dass Marketer sich auf lange Sicht damit am Meisten ins eigene Fleisch schneiden.

Vor der dunklen Seite Du Dich hüten muß, junger Jedi!

Frage Dich auch ganz ehrlich: Was willst Du in die Welt bringen? Hoffnung? Oder Angst?

Mit jeder Promotion, die Du machst, hast Du die Wahl, den Menschen etwas mehr Hoffnung zu geben - oder Du kannst Dich in die lange Reihe der Angstmacher einreihen.

Treffe Deine Wahl sehr weise, junger Jedi! ;-)

Dein André

Schreib mir einen Kommentar: Was hältst Du von Angst-basierter Werbung?