



Transkript zum Video

So lernst Du Onlinemarketing vom Onlinedating

Heléne Rhodin-Shillingford (7:48 Minuten)

Hallo zusammen, hej allihopa. Während meiner Studienzeit in Schweden habe ich noch Onlinedating ausprobiert und eine Erinnerung, die ich von dieser Zeit habe, das waren die Typen, die in ihrem Profil geschrieben haben, "sie wären total lustig" und "sie sind auch gut drauf" und "humorvoll" und dann schreiben sie auch noch, dass sie gut aussehen. Und dann war auch das Foto direkt daneben, man konnte die Wahrheit sehen. Aber nur die Tatsache, dass sie das geschrieben haben, dass sie gut aussehen, das war dann für mich so, "Nein, löscht!" und warum ich sie gelöscht habe, das erzähl ich gleich.

Ich werde auch von einem ganz bestimmten Begriff erzählen, den ich heute in der heutigen Marketingsprache nicht sehr gut leiden kann. Das erfährst du in diesem Video. Es gibt auch zu diesem wieder einen Worksheet mit ein paar wichtigen Fragen, um die Botschaft Deiner Marke zu stärken und das Vertrauen deiner Kunden zu gewinnen.

Mein Name ist Heléne Rhodin-Shillingford. Ich bin Onlinemarketing Strategist und ich unterstütze Coaches und Beraterinnen eine starke persönliche Marke aufzubauen, um sich wirklich gut zu positionieren und so die richtigen Kunden anzuziehen. In den 90er Jahren, Ende der 90er Jahre war Online- Dating ziemlich neu in Schweden und wir waren alle ziemlich unbeholfen, wenn es darum ging, wie man sich präsentiert und was man so in dem Profil schreibt über sich selbst

Eine Variante war natürlich, alle schöne Superlative und Adjektive der Welt zu nutzen, um wirklich so ein fehlerfreies und leuchtendes Bild von einer Traumpartnerin oder von einem Traumpartner zu vermitteln und die jungen Männer damals, die schrieben dann Dinge wie "Ich bin total sympathisch, ich bin mega lustig, ich bin hilflos romantisch und die waren auch noch spirituell und bodenständig und natürlich reflektiert. I don't think so. Die andere Variante war dann der Satz "Wenn du was wissen willst, frag doch mal einfach!" Ok? Also, keiner von den beiden Varianten ist ansprechend.

Was hat das jetzt mit Marketing und mit deiner Selbstständigkeit zu tun, fragst du dich. Online- Marketing ist halt wie Onlinedating zwischen deinem Unternehmen, also dir und deinen potentiellen Kunden im Internet. Wir müssen als Unternehmen bestimmte Attribute und Eigenschaften kommunizieren, um potenzielle Kunden anzuziehen, damit sie mit uns eine langfristige, loyale Beziehung aufbauen wollen. Aber wie geht das denn?

Es funktioniert halt nicht, wenn wir genau wie damals beim Onlinedating uns nur auf diese Adjektiven in unseren Texten verlassen oder das, was wir sagen, um uns selbst zu beschreiben. Nur weil wir es schreiben oder sagen, dass wir zum Beispiel super zuverlässig, professionell oder kompetent sind, dann bedeutet das ja lange nicht, dass unsere potentiellen Kunden auch glauben, dass wir es wirklich sind. Was wir stattdessen tun



müssen, ist folgendes: wir müssen es vorleben, und das tun wir, indem wir uns zuverlässig, professionell und kompetent verhalten. Auch online.

In den Onlinedating-Anzeigen hatten viele nach ihren eigenen Angaben angeblich sehr humorvolle und super lustige und charmante Typen, eine Beschreibung von sich gehabt, die wirklich zum Einschlafen langweilig war. Versteht ihr, was ich meine? Das geht dann einfach nicht. Letztens habe ich zum Beispiel einen Money-Reichtum- Luxus-Coach in einem Video gesehen, in ihrem Schlafzimmer mit ihrem voll chaotischem Schreibtisch hinter sich und im Regal war auch alles chaotisch. Sie hatte sich selbst auch nicht wirklich zurecht gemacht. Und ist das denn wirklich glaubwürdig als Money- Reichtum-Luxus-Coach? Nein, nicht wirklich.

Du musst das verkörpern, das was du vermitteln möchtest, du musst überlegen, was du willst und was die Leute von dir und von deiner Dienstleistung halten. Was sollen sie denken? Was sollen sie fühlen, wenn sie dich sehen? Und genau das musst Du vermitteln und das müssen wir uns halt überlegen, bevor wir irgendwas posten oder live gehen oder ein Video drehen.

Möchtest du zum Beispiel, dass Leute dich zuverlässig finden, dann zeige, dass in dem du das lieferst, was du versprichst. Möchtest du, dass Leute dich professionell finden? Dann zeige das beispielsweise mit einem professionellen Online-Auftritt. Oder möchtest du, dass Leute dich kompetent finden, dann teile Kunden- stimmen als Beispiel. Kundestimmen, die es bestätigen oder Content, der zeigt, dass du weißt, worüber du redest. Und werde dadurch auch ein Leader in deinem Bereich und zeige den Kunden, wo ist denn auch wirklich lang geht.

Jetzt kommen wir zu dem Wort, das ich im Marketing mittlerweile nur schwer leiden kann. Ein Begriff, der in diesem Zusammenhang die letzten Jahre sehr stark missbraucht oder eher so als politisch korrektes Buzzword wurde. Es geht um das Wort "authentisch". Das wird meiner Meinung nach manchmal völlig falsch verwendet.

Einerseits von Menschen, die sich komplett entblößen und vor der Kamera weinen und zeigen, dass sie nur 13 € auf dem Konto haben und flehen ihre Follower an z.B. ihren Online- Kurs zum Thema "Moneymindset" zu kaufen. Authentisch? Ja. Glaubwürdig und gut für dein Business? Nein, nicht wirklich. Andererseits gibt es die Leute, die betonen, dass sie authentisch sind: "Also die Leute finden mich authentisch!" Also wenn du 19 bist, gerade neue Wimpern hast, dann habe ich Verständnis für dieses Verhalten. Alles wird gut. Aber wenn du über 35 Jahre alt bist und einen seriösen Eindruck machen willst, dann sage nicht, dass du authentisch bist, sondern da gibt es andere Wege, wie du das zeigst.

Dann gibt es ja die Variante mit den Typen damals, die in ihrer Profilbeschreibung den Text oder Satz hatten: "Also, wenn du was willen willst, dann frage doch einfach!". In Onlinemarketing wäre das der Satz; "Wenn du meinen Newsletter mit mehr Infos haben möchtest oder wenn du Fragen hast, melde dich einfach!" Also, wir brauchen nicht mehr Infos. Wir brauchen nicht noch mehr Newsletter in unseren Inboxes. Es gibt so viele andere



Anbieter, und wenn ich als potentieller Kunde nicht sofort erkenne, wer du bist und was mein Nutzen ist und du dir nicht die Mühe machst, es mir zu erklären, dann gehe ich irgendwo anders hin. Oder ich "swipe nach links". Heutzutage sagt man das ja so.

Warum soll ich mich überhaupt bemühen, dich zu fragen, wie du mir helfen kannst? Das ist dein Job, das ist unser Job das zu vermitteln. Also überlege es dir, wie kannst du online das verkörpern, was deine potentielle Kunden sich wünschen und was du als persönliche Marke teilen musst, damit sie dich auch kennenlernen und nicht nur eine kurze Affäre mit dir wünschen, sondern lange bei dir bleiben, um langfristig zu deinem Businesserfolg beizutragen.

Wenn du wissen möchtest, wie du eine authentische Botschaft in deinem Marketing kommunizierst, dann lade das Worksheet für dieses Video herunter. Dort bekommst du einige Tipps, wie du dich für deine Zielgruppe authentisch zeigst. Ich hoffe, das hat dich jetzt inspiriert, deine allerbeste Seite online zu zeigen, damit dein Inbox überflutet wird mit Datinganfragen. Verzeihung - ich meine natürlich Terminanfragen für das nächste Coaching oder Beratungsgespräch. Gib mir gerne ein Like und teile es gerne mit jemandem, der seine oder ihre persönliche Marke auch authentisch online stärken möchte. Danke dir fürs Zuschauen. Bis bald, tschüss.