

Maike Sander

Wie Sie mehr Kunden gewinnen
ERFOLGSSTRATEGIE!



Maike Sander
Ihre Erfolgsstrategie
Kundengewinnung mit System

Diese PDF kann direkt am Rechner ausgefüllt werden. Dazu benötigen Sie den kostenlosen [Adobe Reader](#).

© Sander Marketing-Consulting, Taufkirchen 2017
Alle Rechte vorbehalten.

INHALT

Kommt Ihnen das bekannt vor?	4
Erfolgsgeschichten	5
Woran scheitern Unternehmer?	6
1. Begrenzungen überwinden	8
2. Probleme suchen	19
3. Lösungen entwickeln	25
4. Resultate erzielen!	28
5. Strategie mit System	32
Los geht's!	43
Maike Sander	47
Weiterlesen	48
Bildnachweis	49

KOMMT IHNEN DAS BEKANNT VOR?

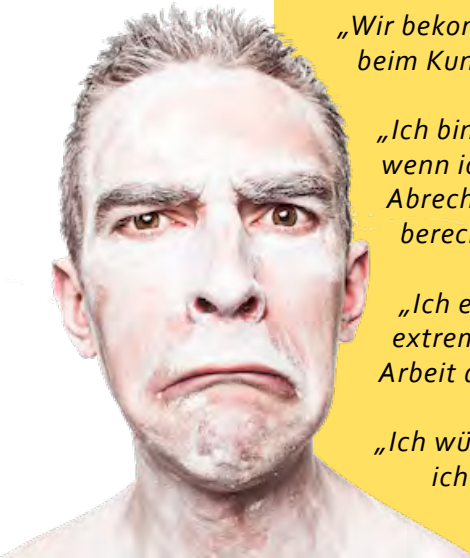
„Ich schaffe es einfach nicht ausreichend neue Kunden zu akquirieren.“

„Wir bekommen einfach nicht unsere kompletten Leistungen beim Kunden vermittelt.“

„Ich bin es leid immer auf die Uhr schauen zu müssen, wenn ich für meine Kunden arbeite. Diese minuziöse Abrechnung ist mir zu aufwendig und oft genug berechne ich nicht die komplette Zeit.“

„Ich erwische immer diese komplizierten Kunden, die extrem viel Zeit, Nerven und Arbeit kosten und meine Arbeit als selbstverständlich ansehen.“

„Ich würde mich so gerne Selbstständig machen, aber ich weiß nicht, wie ich mich vermarkten soll und habe Angst nicht genug Geld zu verdienen.“



Genau da setzt meine Arbeit an! Ich zeige Ihnen:

- Wie Sie Leistungspakete entwickeln, die Ihre Kunden einen echten Mehrwert liefern.
- Sie Ihre Umsätze vervielfachen indem Sie Engpässe Ihrer Kunden lösen.
- Und wie Sie kontinuierlich Neukunden anziehen und gleichzeitig Ihre Bekanntheit steigern.

Sind Sie bereit für Ihre Erfolgsstrategie?



Erfolgsgeschichten

ERFOLGSGESCHICHTEN

Adressverlag

Ein kleiner Adressverlag kam vor einigen Jahren zu mir. Die Lage war sehr verfahren und ich habe lange überlegt, ob das überhaupt zu schaffen ist.

Der Verlag war schon seit Jahrzehnten am Markt, verlor aber von Jahr für Jahr mehr Umsatz. Als ich hinzugezogen wurde arbeiten 3 Menschen je rund 50 Stunden die Woche und erzielten damit nur noch einen Umsatz von schlappen 42.000 € pro Jahr. Mit viel Leidenschaft wurde hier bis zur Grenze des Erträglichen gearbeitet.

Mit einer Investition von rund 4.000 € in mein Erfolgscoaching hat dieses Unternehmen seine Umsätze innerhalb von einem Jahr verdoppelt. Nach 3 Jahren waren sie bereits bei 180.000 € Umsatz mit nur noch 3 Mitarbeitern.

Man muss nicht viel, sondern das Richtige tun.

Speaker

Der Geschäftsführer eines Weiterbildungsträgers kam zu mir weil er überlegte sein Hobby zu einem zweiten beruflichen Standbein auszubauen.

Bisher hatte er in der Region ein paar Reden zu verschiedenen Themen gehalten. Die Resonanz war positiv, aber seine Vorträge waren bisher auch immer kostenlos.

Hier war die Investition in die Beratung sogar noch geringer. Mit nur rund 3.000 € Beratungshonorar wurde bereits im ersten Jahr der Wunschumsatz von 48.000 € deutlich übertroffen.

Schon im zweiten Geschäftsjahr war der Wechsel zur Vollexistenz locker möglich.

Der Speaker wird deutschlandweit gebucht und zählt heute zu einem der Top-Speaker Deutschlands.



Begrenzungen überwinden

1. BEGRENZUNGEN ÜBERWINDEN

Die wenigsten Unternehmer scheitern am mangelnden Kapital. Woran scheitern sie dann?

Keine oder falsche Strategie

Beides lässt Sie scheitern. Keine Strategie zu haben und planlos zu reagieren, statt zu agieren ist genauso schlecht, wie einer falschen Strategie zu folgen. Beides hindert Sie am vollen Erfolg.

Sehr oft erlebe ich das Unternehmen bestimmte Einzellösungen bravourös meistern, aber keine Gesamtstrategie verfolgen. Es nützt Ihnen aber wenig, wenn Ihre Social Media Aktivitäten erfolgreich Leads generieren, aber aus diesen Interessenten keine Kunden werden. Entweder, weil Sie die falschen Interessenten anziehen oder weil Sie ihnen keine passenden Leistungen anbieten.

Einzellösungen, egal wie perfekt sie sind, helfen Ihnen nicht zum Erfolg, wenn sie nicht in ein strategisches Gesamtsystem eingebunden werden.

Keine Unterstützung

Sicher, man kann alles lernen und auch alles selber machen. Bringt aber nichts, denn Sie vergeuden Ihre wertvolle Lebenszeit damit sich etwas anzueignen, was ein Profi in einem Bruchteil der Zeit für Sie lösen kann.

Wenn Sie die Alternativen haben 3 Tage an Ihrem Auto herumzuschrauben um es wieder flott zu bekommen oder es in die Werkstatt zu bringen und es nach einem halben Tag wieder zu haben, wofür entscheiden Sie sich?

Ohne jede Unterstützung kommen Sie also sehr viel langsamer oder gar nicht an Ihr Ziel. Sie haben den ersten Schritt bereits getan und arbeiten heute an Ihrer Erfolgsstrategie!

Wie viel ist es Ihnen Wert Ihren Umsatz zu Verdoppeln, zu Verdreifachen oder zu Vervielfachen?

Nicht in Aktion kommen

Sie kennen das vielleicht vom Sport oder der Ernährung. Sie wissen ganz genau, was Sie tun müssen um körperlich fit zu werden oder sich gesünder zu ernähren oder um erfolgreich abzunehmen, aber Sie tun es nicht!

Warum eigentlich? Das Wissen haben Sie. Wissen allein nützt Ihnen aber nichts. Sie müssen dieses Wissen auch anwenden, es umsetzen.

Was nicht funktioniert: weitermachen, wie bisher und dennoch Änderungen erwarten.

Ein zu wenig an Planung schadet Ihnen genauso, wie ein zu viel. Kommen Sie ins Tun. Überwinden Sie die Angst Fehler zu machen.

Sichern Sie sich kompetente Unterstützung. Partner, die Ihnen helfen Ihre Ideen zu reflektieren und mit denen Sie Lösungen und Probleme diskutieren können. Machen Sie Fehler und lernen Sie daraus. Wenn Sie warten bis alles perfekt ist wird es nie etwas.

Eigene Begrenzungen

Kennen Sie die Geschichte vom kleinen Elefanten?

Das Elefantenbaby wurde an einem Strick angepflockt. Schnell lernte es das es innerhalb dieses Radius sicher und schmerzfrei war. Jeder Versuch die durch den Strick vorgegebene Begrenzung zu überwinden war schmerzhaft. Alles außerhalb dieses sicheren Kreises war unerreichbar für ihn. Selbst dann noch, als er längst erwachsen war und den Pflock mühelos hätte herausziehen können.

Wir alle hatten in unserer Kindheit große Visionen von uns selbst. Träume und Vorstellungen davon, was wir einmal werden wollten. Und keinerlei Zweifel an unseren Fähigkeiten. Und dann kamen Eltern, Lehrer, Geschwister etc., die uns auf das vermeintlich gesunde Maß der Realität zurück gestutzt haben.

Diese äußeren Begrenzungen haben wir irgendwann zu unseren eigenen gemacht und als Glaubenssätze übernommen. Es ist Zeit diese Begrenzungen zu überwinden.

Was sind Glaubenssätze?

Tief verankerte Überzeugung, die wir über uns und unsere Welt haben. Sie prägen unser Denken und Handeln. Sie sind der Filter durch den wir die Welt wahrnehmen und beeinflussen damit unsere ganz persönliche Realität.

Beispiele

„Ich bin wertlos.“

„Mir gelingt nichts.“

„Ich habe immer Pech.“

„Ich bin ein Außenseiter.“

„Geld muss man sich hart erarbeiten.“

„Ohne Fleiß keinen Preis.“

„Es wird einem nichts geschenkt.“

„Ich schaffe das nicht.“

„Man kann nicht alles haben.“

„Ich kann das nicht.“

Was-wäre-wenn-Schleifen

Diese blockierenden Denkweisen werden Ihnen sicher auch vertraut sein:

„Was ist, wenn ich den Auftrag nicht bekomme?“

„Was ist, wenn ich zu teuer bin?“

„Was ist, wenn ich nicht genügend Kunden gewinne?“

Befreien Sie sich von negativen Gedanken, Zweifeln und Ängsten. Die bringen Sie nicht weiter! Im Gegenteil, sie hindern Sie daran Ihre volle Energie zu entfalten.

Drehen Sie die Schleife um.

„Was wäre, wenn ich 100.000 € verdiene?“

„Was wäre, wenn ich meinen Wert unterschätze?“

„Was wäre, wenn ich jeden Monat automatisch 5 Neukunden gewinne?“

Spieglein, Spieglein ...

Es ist so einfach dass es schon wieder schwer ist. Ihre Kunden spiegeln Ihre Glaubenssätze. Anders ausgedrückt, Sie ziehen genau die Kunden an, die wie Sie denken.

Mir fällt dazu die Aussage eines meiner Klienten im Strategie-Workshop ein, als es darum ging externe Räumlichkeiten anzumieten. In München ein sehr teures und fast unmögliches Unterfangen. Ich schlug deshalb die Münchener Randbereiche bis hin zum Umland vor. Da der Klient Systemischer Coach ist, bieten sich hier sehr gute Möglichkeiten die Menschen bewusst raus aus dem Alltag und rein in die Natur zu holen. Kein Parkplatzstress und mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar und bezahlbar. Seine Antwort war: „Das kann ich meinen Klienten nicht auch noch zumuten, dass sie extra wegen mir rausfahren müssen.“

Wenn Sie sich selber nicht für genügend Wert erachten das man zu Ihnen auch nur 30 Minuten fahren muss, werden es auch Ihre Kunden nicht tun.

Wenn Sie Angst haben und denken Ihre Preise sind zu hoch, denken Sie damit dass Sie diesen Preis nicht wert sind. Da brauchen Sie sich nicht wundern, wenn Ihre Kunden Sie runterhandeln, nicht bezahlen oder ganz ausbleiben.

Solange Sie diese Glaubenssätze nicht losgeworden sind werden Sie sich selber ausbremsen.

*Achte auf Deine Gedanken,
denn sie werden zu Worten.
Achte auf Deine Worte,
denn sie werden zu Handlungen.
Achte auf Deine Handlungen,
denn sie werden zu Gewohnheiten.
Achte auf Deine Gewohnheiten,
denn sie werden Dein Charakter.
(Talmud)*

LOS GEHT'S!

Überwinden Sie Ihre Glaubenssätze. Welche Glaubenssätze haben Sie?

Notieren Sie sich jetzt Ihre typischen Redewendungen und wiederkehrenden negativen Gedanken.

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the user to write down their typical phrases and recurring negative thoughts.

Formulieren Sie Ihre Glaubenssätze um.

Aus „Ich schaff das nicht“ machen Sie beispielsweise ein „Ich habe schon ganz andere Sachen geschafft. Ich schaffe das auch“ oder „Ich kann alles schaffen, was ich will“.

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the user to write their rephrased beliefs or affirmations.

Unter **WEITERLESEN** finden Sie hilfreiche Literatur.



Probleme suchen

2. PROBLEME SUCHEN

Letztlich geht es immer darum die Probleme Ihrer Kunden zu lösen. Sei es das Ihr Kunde das Problem hat einen Oberschrank aufhängen zu wollen und dafür eben eine Befestigung braucht oder er sich Selbständig machen möchte und nicht weiß, wie er an Aufträge und Kunden kommt.

Sie können entweder bei den Lösungen ansetzen, die Sie zu bieten haben und schauen welche Kunden für diese Lösungen den dringendsten Bedarf haben. Oder Sie schauen sich zuerst Ihre potenziellen Kunden an und analysieren deren Probleme, Sorgen und Engpässe. Wichtig ist unterm Strich, dass Sie wirksame Lösungen für die richtigen Kunden haben.

Der Schlüssel liegt in der Hebelwirkung. Sie erzielen große Resultate für Ihre Kunden und Ihre Kunden werden das entsprechend honorieren.

Kunde gesucht

Die Fokussierung auf die richtigen Zielgruppen ist der Hauptgrund für Ihren Erfolg oder eben Misserfolg.

Unternehmen scheitern, weil sie sich auf keine Zielgruppe festlegen wollen und versuchen alle anzusprechen oder weil Sie die falsche Zielgruppe ansprechen.

Haben Sie keine Angst Kunden durch diese Spezialisierung zu verlieren. Sie werden im Gegenteil klarer in Ihrer Positionierung und klarer in Ihrer Kommunikation und der Entwicklung passender Leistungspakete

Wer kommt als Zielgruppe in Frage?

Analysieren Sie Ihren Markt. Recherchieren Sie wer an Ihren Leistungen interessiert ist und wie und wo sie sich informieren. Was bieten Ihre Konkurrenten an?

Wer ist Ihr Wunschkunde?

Egal, ob Sie sich gerade erst selbständig machen wollen oder schon lange selbständig sind, wer ist Ihr Wunschkunde? Was beschäftigt ihn? Welche Sorgen, Nöte und Engpässe hat er? Für wen arbeiten Sie am liebsten? Für wen hat Ihre Leistungen den größten Mehrwert? Bei wem können Sie am meisten erreichen?

Machen Sie sich ein klares Bild von Ihrem Wunschkunden und richten Sie sich komplett nach ihm aus. Sobald Sie wissen für wen Sie arbeiten werden Ihre Botschaften klarer, egal, ob in Ihrer Leistungsbeschreibung, im Newsletter, Blog oder Ihrer Website. Ihre gesamte Kommunikation wird dadurch klarer und authentischer. Zu wissen für wen Sie arbeiten wird Sie enorm weiterbringen.

Mit einem auf Ihre Wunschkunden fokussiertem Marketing erzielen Sie gute bis sehr gute Resultate. Ein Marketing nach dem Gießkannen-Prinzip erzielt Glückstreffer.



Lösungen entwickeln

3. LÖSUNGEN ENTWICKELN

Nachdem Sie jetzt wissen welche Probleme Ihre Kunden haben wird es Zeit sich diese Probleme noch einmal etwas gründlicher anzuschauen. Lässt sich ein wirklicher Engpass finden? Wo steht Ihr Wunschkunde auf dem Schlauch? Welches Kundenproblem müssen Sie lösen um den größtmöglichen Nutzen für Ihre Kunden zu stiften?

Nur, wenn Ihr Unternehmen einen wirklichen Mehrwert bietet hat es eine Daseinsberechtigung auf dem Markt. Und nur dann werden Sie mühelos erfolgreich sein.

Konzentrieren Sie sich auf maximal 2-3 Zielgruppen und auf deren 1-2 Engpässe. Konzentrieren Sie sich auf das Wesentliche! Konzentrieren Sie sich ganz auf die Kunden, die Ihre Leistungen am dringendsten brauchen und auf deren größten Engpässe. Engpässe, die Ihre Kunden mit Ihrer Hilfe lösen können und die somit beiden Seite den größtmöglichen Erfolg bringen.

LOS GEHT'S!

Notieren Sie die Engpässe Ihrer Kunden und welche Lösung Sie dafür bieten können.

Kundenengpass	Lösung des Problems



Resultate!

4. RESULTATE!

Kein Mensch möchte Produkte, Tools oder Methode um ihrer selbst willen kaufen. Mit allen was wir kaufen möchten wir ein bestimmtes Ziel erreichen. Ein Problem lösen oder eben ein bestimmtes Resultat erzielen.

Jetzt haben Sie bereits sehr wirkungsvolle Lösung für die dringendsten Probleme Ihrer Wunschkunden erarbeitet. Gehen wir noch einen Schritt weiter und konzentrieren uns auf die Resultate, die damit für den Kunden erzielt werden.

Positionieren Sie Ihre Leistungen über diese Resultate. Die Methoden mit denen Sie diese erreichen sind für Ihre Kunden nicht unwichtig, aber auch nicht so wichtig, dass sie an die erste Stelle gehören. An die erste Stelle gehören die Resultate.

Wechseln Sie die Perspektive und schlüpfen Sie in die Haut Ihrer Kunden.

Tip: Geben Sie mal Ihr Resultat bei Google ein.



*Strategie mit
System*

5. STRATEGIE MIT SYSTEM

Wenn Sie bis hierher sauber gearbeitet haben, haben Sie jetzt sehr wertvolle Ansätze um sich von Ihrer Konkurrenz positiv abzuheben. Und Sie haben neben der Differenzierung auch eine erste Positionierung erreicht.

Ganz nebenbei bietet sich Ihnen durch die Formulierung der Engpässe und Resultate auch eine wunderbare Basis für Ihre Kommunikation.

Jetzt bieten Sie Ihren Kunden nicht mehr eine bestimmte Methode oder Tool an, sondern Resultate um sein Problem wirkungsvoll zu lösen. Was ist Ihren Kunden die Erreichung dieses Resultats wirklich wert?

Verabschieden Sie sich von dem Verkauf Ihrer Arbeitszeit. Befreien Sie sich von dem Fokus auf die Stunden- oder Tagesanzahl. Damit fokussieren Sie sich und Ihren Kunden auf den finanziellen Aspekt Ihrer Beziehung. Das einzige was jedoch zählt sind die Resultate die Sie erzielen.

Ich hatte früher immer Bedenken einem Existenzgründer das volle Honorar für meine gesamte Arbeitszeit in Rechnung zu stellen. Ich weiß das 3.000 bis 5.000 € für einen Gründer oder ein Unternehmen, das ohnehin schon zu wenig Umsatz macht eine Menge Geld ist.

Also habe ich nicht meine komplette Beratungszeit berechnet. Aber welche Resultate erzielen meine Klienten durch den Einsatz meines Beraterhonorars? Der kleine Adressverlag hat alleine im ersten Jahr 42.000 € mehr Umsatz generiert. Diskutiert man bei so einem Ergebnis wirklich noch über einzelne Stunden? Nein!

Bei den Speaker sind bei einem Honorareinsatz von 3.000 € alleine im ersten Jahr über 48.000 € Umsatz herausgesprungen. Es hat sich mehr als gelohnt! Und das gilt für alle meine Klienten.

Die Frage ist für Sie also: Was ist Ihre Leistung Ihren Kunden Wert? Welchen Nutzen, welchen Mehrwert erzielen Ihre Kunden durch Ihre Leistung? Alleine daran können Sie ermessen, was Ihre Leistung wirklich wert ist.

Lösungspakete schnüren

Bündeln Sie Ihre Lösungen für die Kundenprobleme also so, dass ein sinnvoller Mehrwert für Ihre Kunden entsteht. Arbeiten Sie auf Basis Ihrer Erkenntnisse aus der Kundenanalyse. Welche Leistungsketten oder Rundum-Sorglos-Pakete können Sie für bestimmte Kundengruppen schnüren?

Wo sind Ihre Kunden?

Finden Sie heraus wo sich Ihre Kunden aufhalten. Sind es Fachmedien, Messen oder Veranstaltungen? Fast alle Unternehmer oder leitende Angestellte finden Sie übrigens auf Xing oder LinkedIn. Und fast jeder hat einen Account in einem der Sozialen Netzwerke, da wechselt natürlich die jeweilige Popularität. Und über Google erreichen Sie nun wirklich absolut alle, außer die verschwinde Menge derer, die keinen Computer oder Smart Phone besitzen.

Werden Sie sichtbar

Seien Sie also mit Ihren Lösungspaketen da vertreten, wo Ihre Kunden nach Lösungen für Ihr Problem suchen. Sei es durch Fach- oder Blogartikel, Messestand, Vortrag

oder Anzeige, sorgen Sie dafür das Ihre Kunden Sie da finden, wo sie suchen.

Achten Sie darauf, dass Sie Ihre gesamte Kommunikation auf die Resultate ausrichten, die Sie für Ihre Kunden erzielen.

Sichtbar werden heißt nicht zuletzt das Sie in den Suchmaschinen gefunden werden. Egal, wie gut Ihre Website ist, wenn sie nicht gefunden wird ist sie nutzlos.

Ein kostenloses eBook zu diesem Thema finden Sie u.a. hier: <https://de.onpage.org/blog/e-book-so-steigerst-du-deinen-seo-traffic-in-nur-30-tagen>

Ausgesprochen hilfreich sind auch Seiten, wie www.onpage.org oder <https://www.rankingcoach.com>, die Ihnen bei der SEO Optimierung Ihrer Website behilflich sind.

Durch Leistung überzeugen

Bieten Sie eine Probe Ihrer Leistung kostenfrei an. Hier muss aber die Verhältnismäßigkeit gewahrt bleiben. Sie dürfen also weder zu viel, noch zu wenig anbieten. Was gar nicht geht sind kostenfreie Beratungsgespräche oder Ersttermine, die Sie nur zur Selbstbeweihräucherung nutzen. Es geht nicht um Sie. Es geht einzig und alleine um Ihre Kunden.

Solche Leistungen können sein:

- Erstgespräch
- Produktprobe
- Leihprodukt
- eBook
- Webinare
- Whitepaper

Newsletter

Um eine gute Newsletter Software werden Sie nicht drumrumkommen. Wobei ich hier klarstellen möchte, dass Newsletter nicht dazu mißbraucht werden sollten die Kunden mit Werbung zuzuschütten.

Eine ordentliche Newsletter Software bietet Ihnen neben der Möglichkeit von professionellen Designvorlagen, Rechtssicherheit, Auswertungsmöglichkeiten, wie Öffnung, Linkverfolgung etc. und Automation.

Eine aktuelle Übersicht finden Sie hier:

<http://t3n.de/magazin/marktuebersicht-newsletter-tools-238239/>

Kundenmanagement

Behalten Sie über Ihre Kundenkontakte den Überblick. Nutzen Sie dafür intelligente CRM-Systeme damit Sie wissen wann, welcher Kunde, was von Ihnen bekommen hat.

Der Markt der CRM-Systeme bietet inzwischen für jedes Bedürfnis und jeden Geldbeutel das passende System. Was für Sie das richtige ist können nur Sie selbst entscheiden. Eine aktuelle Übersicht über die gängigsten Systeme finden Sie u.a. hier: <http://t3n.de/news/crm-systeme-2-551886/>

Fotos, Grafiken & Icons

Für enge Budgets macht es keinen Sinn alles von einem Grafiker oder einer Agentur erstellen zu lassen. Inzwischen gibt es unglaublich viel und spektakulär gutes Material als freies Stockmaterial.

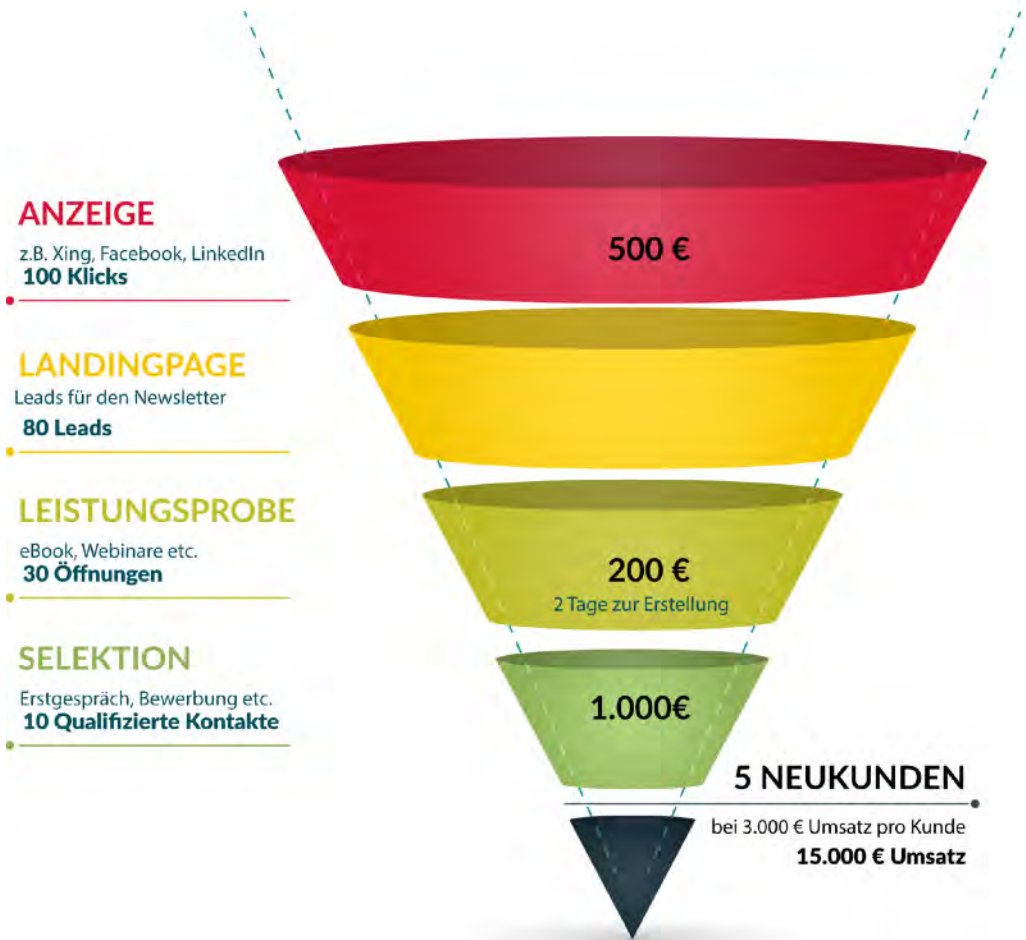
Hier finden Sie bestimmt was passendes:

- <http://thestocks.im/>
- <http://de.freepik.com/>

Bei freepik finden Sie übrigens neben Fotos, Grafiken und Icon sogar Logos und Flyer. Bitte beachten Sie die jeweiligen Lizenzbedingungen.

System

Nun können Sie aus den einzelnen Elementen ein automatisiertes System aufbauen. Von der Anzeige, dort, wo sich Ihre Zielgruppe aufhält bis hin zum Auftrag.



Der obige Sales Funnel ist exemplarisch. Kosten und Umsatz variieren natürlich je nach Kunden und Leistungspaket.

Dieses System setzt natürlich voraus, dass Sie Ihre Hausaufgaben gemacht haben:

- Leistungspaket
- Professionelle Website
- Anzeigen
- Landingpage
- Leistungsprobe
- Newsletter für Infos, Angebote etc.
- Selektionsmöglichkeit um die Spreu vom Weizen zu trennen

Sie sehen, Sie müssen Geld investieren um Umsatz zu generieren. Jeder, der Ihnen versucht kostenlose Systeme aufzuschwatzen hält Sie zum Narren. Sie müssen immer Arbeit, Zeit und Geld investieren.

Der beste Weg zu scheitern ist immer noch der nichts zu ändern und dennoch Veränderungen zu erwarten.

~~SOLLTE~~
~~WÜRDE~~
~~KÖNNTE~~
MACHEN !

LOS GEHT'S

Starten Sie richtig durch!

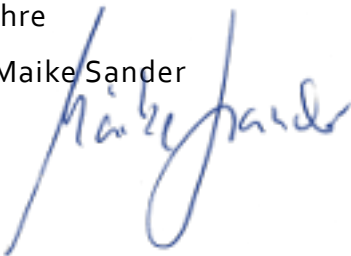
Um Sie noch besser unterstützen zu können habe ich für Existenzgründer und Kleinunternehmer ein neues Workshop-Programm erarbeitet.

Die Vorteile sind neben den deutlich geringeren Kosten der intensive Austausch mit anderen Unternehmern. Hier kann man zusammen reflektieren, diskutieren und Geschäftsmodelle in einem anderen Kontext entwickeln als alleine im heimischen Kämmerlein. Und die eine oder andere Kooperation ergibt sich bestimmt auch ...

Ich freue mich auf Sie!

Ihre

Maike Sander





Wie du es schaffst nur noch für Wunschkunden zu arbeiten

3-teiliger Online Workshop

In diesem dreiteiligen Videokurs zeige ich dir Schritt für Schritt, wie du es schaffst nur noch für deine Wunschkunden zu arbeiten. Und so mehr Anerkennung, Umsatz und Freiheit in deinem Business zu erreichen.

[MEHR INFOS](#)



Marketing Mastermind

**Stell dir vor, du bekommst punktgenaue Unterstützung für dein Marketing,
detaillierte Anleitungen und Begleitung bei der Umsetzung.
Genau das ist mit der Marketing Mastermind online möglich.**

Die Marketing Mastermind ist eine sehr gute, kostengünstige Lösung für Solounternehmer, die aktiv an ihrem Business arbeiten wollen. Die Mitgliedschaft ist kostengünstig, jederzeit kündbar und wunderbar flexibel. Verbinde dich mit der Marketing Mastermind! Du musst dir schließlich nicht alles mühsam selber erarbeiten und alle Fehler selber machen.

MEHR INFOS

Sondierungsgespräch

Ich nehme mir eine Stunde Zeit um mit Ihnen kostenlos an Ihrer Strategie zu arbeiten. Gemeinsam ermitteln wir, wo Ihr Engpass ist und wo Sie ansetzen müssen um richtig durchzustarten.



STRATEGIE
G e s p r ä c h

Bewerben Sie sich für ein kostenloses Strategieggespräch im Wert von 500 €.

KOSTENLOS BUCHEN

MAIKE SANDER



Maike Sander setzt Ihre über 20 Jahre Erfahrung aus Marktforschung, Werbung und Marketing als Sparringspartner für Marketingverantwortliche ein. Sie coacht Dienstleister zu einem effizientem und wirkungsvollem Marketing.

Als Verfechterin des Strategischen Marketings optimiert sie Marketingprozesse. Sie setzt sich ein für ein ethischen Marketing, dass Nutzen schafft und Kunden ehrlich begeistert.

Kontakt:

Sander Marketing-Consulting
Maike Sander
Höllthal 4
84574 Taufkirchen

Tel.: 08622 – 987 00 30

sander@sander-marketing.de
www.sander-marketing.de

WEITERLESEN



Bock, Petra: Mindfuck - Warum wir uns selbst sabotieren und was wir dagegen tun können. 2011

[Bei buecher.de bestellen](http://buecher.de)



Bock, Petra: Mindfuck - Das Coaching: Wie Sie mentale Selbstsabotage überwinden. 2013

[Bei buecher.de bestellen](http://buecher.de)



Preisendörfer, Pamela: Glaubenssätze & Überzeugungen: Von mentaler Selbstsabotage zu innerer Stärke und Ausstrahlung. 2013

[Bei buecher.de bestellen](http://buecher.de)

BILDNACHWEIS

Free Stock Photos by www.pexels.com:

Time to drink Champagne.jpg

Man-Person-People-Emotions.jpg

Woman in Black Tank Top Holding an Umbrella in

Front of Yellow Concrete Wall

person-looking-searching-clean

Free Stock Photo by publicdomainarchive.com/

Frau mit Globus unter dem Arm

Free Stock Photo by <https://pixabay.com/de/>

Waschsalon

Designed by [Freepik](#):

Frau sitzt auf dem Boden

Pflanze wächst aus Glühbirne

Garantie

Zahnräder

Funnel

Hand mit Pflanze

Rocket

Baum

Pinterest:

Sollte Würde Könnte Machen