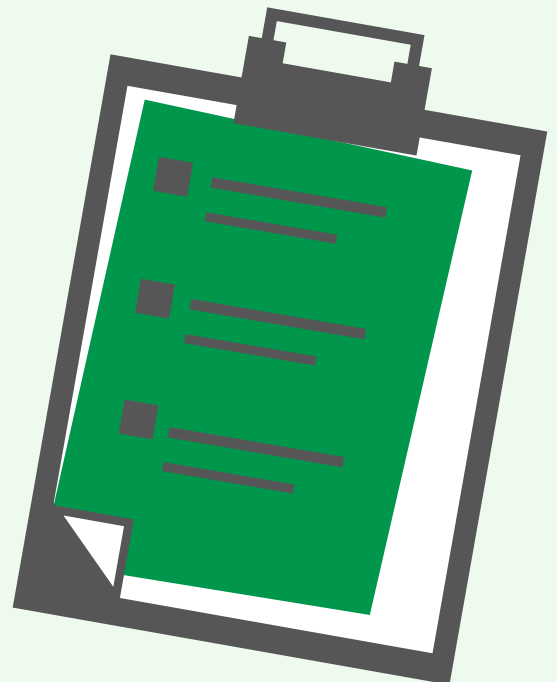


Die **5** wichtigsten  
**ToDos**  
für dein Geschäft





Hallo,  
mein Name Alex Raganitsch, und ich möchte mich  
auf diesem Wege kurz vorstellen.

Mein Leben war familienbedingt schon immer in der  
sogenannten klassischen Werbebranche verankert.

Online Marketing war zu dieser Zeit noch nicht vor-  
handen. Nach Übernahme des väterlichen Betriebes  
durfte ich für Unternehmen wie Post, Telekom,  
Renault, Peugeot, Jaguar, ÖBB, uvam. arbeiten.

2000 kam ich erstmals mit Online-Marketing in Kontakt.

Es war eine andere Welt - direkter, persönlicher und kommunikativer.  
Schnell galt man damals u.a. als Suchmaschinen-Experte (SEO). Kei-  
ne Kunst im Vergleich zu heute: ein paar mal das gewünschte Wort  
im Artikel anführen, 4-5 Verweise zu der gewünschten Seite - fertig.  
Schon war man auf den Plätzen 1-5 bei Google & Co.

Einerseits praktisch, da man sein Geschäft mit relativ wenig Aufwand  
präsentieren konnte, andererseits gab es allen möglichen - sagen wir  
mal - Scharlatanen den Weg frei - sich an gutgläubigen Usern zu bedie-  
nen.

Die Zeiten haben sich verändert. Vieles ist heutzutage professioneller,  
andersonum bedeutet dies, dass für den einzelnen User der Aufwand  
gestiegen, um ist, sich der breiten Masse zu präsentieren. Doch mit  
dem richtigen Wissen ist dies auch heutzutage keine Hexerei.

Ich unterstütze EPU's, Selbständige, Startups sowie Unternehmen  
jeglicher Größe mehr Kunden zu gewinnen, sowie Marketingstrategien  
und Sales-Funnels für ihre digitalen Produkte zu entwickeln.

Ich freue mich, dass ich dich mit dieser Liste unterstützen und viel-  
leicht weiterhin bei deiner beruflichen Karriere begleiten darf.

Viel Erfolg!

Alex

# Die 5 wichtigsten ToDos für dein Geschäft

## 1. Planung.

Stehst du noch am Anfang deiner Karriere, oder steckst du momentan mit ihrem Projekt fest und kommst nicht so wirklich weiter? Ein Grundpfeiler für dich ist ein genauer Plan, wer oder was deine Zielgruppe darstellt, was deren Problem ist und speziell welche Lösungen du dieser Zielgruppe bieten kannst.

Ich erlebe es immer wieder in meinen Gesprächen mit hilfesuchenden Unternehmen, dass diesen nicht wirklich klar ist, wer oder was denn nun seine spezifische Zielgruppe sein soll.

Standardaussagen:

**„Ja, die können sicher mein Produkt brauchen“**

Wenn das jetzt nicht das Über-drüber-Produkt ist, was die Menschheit benötigt, war es das dann auch schon. Es bleibt der fromme Wunschgedanke von seinem Produkt bzw seiner Dienstleistung leben zu können.

Es ist wichtig, dass du deine Zielgruppe kennst, noch besser, diese in- und auswendig kennst. Nur wenn dir bekannt ist, wer deine Zielgruppe ist und wonach diese sucht oder welches Problem das Leben schwer macht, kannst du mit einer Lösung direkt zum User vordringen.

Neben der Zielgruppen-Definition gehört das **Zeitmanagement** definiert.

**Am Besten für die nächsten 3 Monate!**

**zum Zeitmanagement gehört**

- was wird an der Homepage wann erledigt und erweitert?
- wann werden welche und wie viele Fachartikel veröffentlicht?
- wann bewerbe ich welche Aktionen?
- wann erstelle ich welche Emailtexte und wann werden diese veröffentlicht?
- wann erledige ich welche Kooperationen?
- wann fördere ich welche Mitarbeiter, Partner?
- was muss noch erledigt, welche Informationen müssen noch eingeholt, welches Produkt muss noch getestet werden und wann wird dies erledigt?
- etc

Es ist wichtig einen Zeitplan zu erstellen und sich daran zu halten. Wenn ich zB. die Home-page-Erstellung in einem Monate abgeschlossen haben will und ich nach 3 Monaten immer noch mit dem Grund-Design beschäftigt bin, muss ich erkennen, dass ich auf dem falschen Weg bin.

Das Zeitmanagement ist ausschließlich für dich selbst. Einerseits zeigt dir dieser Plan, wann was zu machen ist, andererseits kannst du damit leicht ersehen, ob du in deinem Zeitrahmen bist bzw. was du ändern und optimieren solltest.

Deswegen ist es unerlässlich diese Zeit-Management-Liste schriftlich zu führen. Ob du dafür ein Blatt Papier, Word, Excel oder eine App verwendest ist relativ egal. Ich selbst mache dies mit Excel, kostet nichts und kann leicht gepflegt und erweitert werden.

Und ja, diese Zeit-Management-Liste ist eine lebendige Liste, sprich diese wird laufend erweitert und an deine Gegebenheiten angepasst. Sei dabei realistisch und nicht träumerisch in Bezug auf die Zeitsetzung. Diese Liste ist ausschliesslich für dich und soll dir helfen, deinen Zeitaufwand zu kontrollieren und dich nicht zu verzetteln.

Bedenke auch:

Alle Schritte/Aufgaben benötigen schlichtweg eine entsprechende Zeit.

Reich werden ohne zu arbeiten oder Top-Einkommen ohne Zeitaufwand sind leider nur Wunschvorstellungen und beliebige Aussagen diverser Blender, welche mit einem seriösen Umfeld nichts zu tun haben.

### Tipp

Definiere deine Zielgruppen, definiere deine Wünsche, erstelle dir deine persönliche Zeitachse, wann du was erledigst, analysiere und lerne daraus, vor allem aber, führe deine Zielsetzungen durch.

**Ohne Ausrede!**

## 2. eigener Blog - eigene Domain

Eine eigene Homepage / Blog ist aus meiner Sicht die beste Strategie für einen langfristigen Geschäftsaufbau.

### Warum?

Wenn du regelmäßig bloggst - sprich Artikel veröffentlichst - werden diese Jahre später noch von Google & Co gefunden.

Social Media wie Facebook, Twitter, Instagram, YouTube o.ä. sind für einen schnellen geschäftsaufbau interessant und sollten nicht vernachlässigt werden (mehr dazu weiter unten), aber der Erfolg währt leider eher nur kurzfristig. Schnell bekannt - schnell vergessen.

Die Basis für einen langfristigen Geschäftsaufbau legst du dir mit einer eigenen Homepage, egal was dir andere „*Quasi-Marketing-Gurus*“ erzählen.

Vergiss aber dabei Homepage-Baukasten-Plattformen ala Wix, Jimdo, Wordpress.com, etc.

Bedenke,

ein guter, sowie informativer Artikel wird selbst nach Jahren mit Besuchern durch Suchmaschinen belohnt. Speziell solche Besucher tragen sich schnell in deine Email-Liste ein. Du kannst davon ausgehen, dass du einen guten Teil davon in Kunden umwandeln kannst.

>>> [weitere Informationen dazu kannst du auch hier nachlesen](#) <<<

Der Vorteil davon?

Du musst diese Artikel nur einmal schreiben, dann arbeiten diese für dich. :-)

### Tipp

eigener professioneller Webspaces, eigene Domain und als Blog-System würde ich dir die Software **Wordpress** empfehlen (ja, die Software und nicht den Hoster Wordpress.com).

### Warum Wordpress

Die kostenlose Blogsoftware Wordpress ist das am meisten eingesetzte Blog-System. Konzerne wie auch Start-ups und EPU's verwenden dieses Content-Management-System, kurz CMS. Es ist einfach zu bedienen, suchmaschinenfreundlich und durch Plugins äusserst umfangreich und beliebig erweiterbar. Zudem es ist kostenlos.

### Kosten

Webspaces ca. € 8,-/Monat, Domain ca. € 15,-/Jahr, Wordpress kostenlos.

### 3. Expertenstatus aufbauen

Ok, eigene Domain vorhanden, Homepage vorhanden und nun?

Verschwende nicht deine Energie um die Homepage zu designen (ausser du bist Webdesigner - dann warum nicht?). Gib lieber 15 - 100 Euro für ein fertiges professionelles Wordpress-Theme (=das Design) aus, tausche die paar Bilder und fertig. *Bevor du Tage oder sogar Wochen mit dem Design verbringst.*

**Kostenlose und kostenpflichtige Themes** findest du direkt im Wordpress Theme/Template Menü.

**Kostenlose Bilder**, selbst für kommerzielle Webseiten, findest du unter anderem bei [Pixabay](#) oder [Pexels](#)

**Kostenpflichtige Bilder** für wenig Geld dafür mit einer irren grossen Auswahl zB: bei [fotolia](#).

**Kostenlose Icons** findest du zB: bei [IcoMoon](#) und [FontAwesome](#).

Jedenfalls einer der wichtigsten Punkte ist: Einigen brauchbaren Content (Inhalt) zu schreiben, welchen du auf deiner Homepage veröffentlichst. Diese Texte sollte dich als Experten auf deinem Gebiet ausweisen.

**Nimm dir bitte wirklich die Zeit für diese Texte, diese bilden dein Grundgerüst.**

Textlänge sollte mindestens 700 Wörter umfassen, ein klare, lesbare Sprache aufweisen, fehlerfrei und klar strukturiert mit zB H1-H4 - Überschriften und Absätzen sein. Ebenso sollten pro Artikel die 1-2 Schlüsselwörter (Tags, Suchwort, Keywords) 5-8 mal vorkommen.

Grund: die Suchmaschinen werden dich dafür bevorzugen, genauere Erklärung würden den Rahmen hier aber sprengen. Du findest mehr zu diesem Thema auf meinen Webseiten.

**Vergiss aber eines nicht!**

Du schreibst für deine Leser, nicht für Suchmaschinen.

**Tipps um Themen zu finden**

- mache dir Notizen, wonach du selbst gesucht hast und deren Lösungen
- überlege dir was deine Zielgruppe benötigt und sucht
- biete Lösungen zu diesen Themen
- notiere dir immer die Fragen deiner Besucher / Interessenten und biete Lösungen
- notiere dir sämtliches was dich interessiert und finde Themen dazu

Auch wenn du nicht gleich einen Artikel darüber schreibst, mache dir Notizen. Später kannst du diese vielleicht als Inputgeber verwenden.

## 4. Bewerbung & Social Media

mit den vorigen Schritten hast du dir mehr oder weniger das Grundgerüst aufgebaut. Das ist zwar ein Aufwand, sollte dir aber langfristig einen Nutzen bringen.

**Ich betone extra den Nutzen und die Wichtigkeit der vorangegangenen Arbeiten**, da ich es immer wieder in meinen Gesprächen mit Unternehmern, Coaches und Beratern erlebe, dass ihnen eingetrichtert wurde, man brauche keine Webseiten, alles liefere automatisch und von selbst ab und man solle sich ausschließlich auf diverse Onlinekurse und Social Media konzentrieren.

Die wenigsten sind allerdings mit dieser Vorgehensweise erfolgreich.

Sicherlich kenne ich den einen oder anderen, der mit dieser Vorgehensweise erfolgreich ist, aber diese Leute kann man an einer Hand abzählen. Das ist eine Methode für Profis mit Erfahrung, welche in der Regel auch schon auf einen Kundenstamm zurückgreifen können.

### Was bewerben?

Meine Erfahrung zeigt, dass viele Unternehmen gar nicht richtig wissen, was beworben werden soll.

Na klar, deren eigene Produkte oder Dienstleistungen - laut Meinung der Mehrheit. Hier liegt grundsätzlich der Fehler, vor allem wenn man sich am Anfang seiner unternehmerischen Laufbahn befindet und keine bis wenige Kunden hat!

### Wichtig!

bewerbe dich selbst - als Experte, als Fachmann. Erstelle dazu eine extra Verkaufsseite und biete zugleich dem Besucher einen Mehrwert (zB eine kostenlose Anleitung zu deinem Ratgeber, o.ä.) und bewege dadurch den Besucher dazu, dir seine Emailadresse bzw. Kontaktadressen zu geben.

Schaffst du das, so hast du Interessenten gewonnen und ein guter Teil dieser Interessenten sind deine zukünftigen Kunden!

**DAS ist der Unterschied, was erfolgreiche Unternehmer von den Erfolglosen unterscheidet.**

In meinen Seminaren und meinen Video-Workshops zeige ich dir Schritt für Schritt, wie ich eine entsprechende Verkaufsseite (= Landingpage) erstelle, wie ich den Besucher dazu bewege, mir seine Kontaktdaten zu geben und wie die weitere Vorgehensweise ist, damit ich zu einem erfolgreichen Abschluß komme. Du kannst dies 1:1 für dein eigenes Geschäft umsetzen.

## 5. Email Marketing

Email Marketing ist quasi die Königsdisziplin und das wichtigste Tool um langfristig mit deinen Kunden und Interessenten in Verbindung zu stehen.

Machst du dies gut, so wandelst du deine Interessenten in Kunden um, umso länger hast du diesen Kunden, umso öfter bestellt dieser. Verspielst du dies oder nutzt du den Kontakt nicht, ist der Interessent/Kunde weg. So einfach ist das Geschäftsleben.

Heutzutage gibt es wirklich tolle Tools, welche dir helfen mit den Interessenten regelmässig und ohne viel Arbeitsaufwand in Kontakt zu bleiben. Wenn du diese Programme bedienen kannst, hast du einen guten Teil deines sonst üblichen Arbeitsaufwandes automatisiert, deine Interessenten in Kunden umgewandelt und Umsätze erzielt.

### Beispiele für Email-Marketing-Anbieter

Getresponse	<a href="http://www.getresponse.de">www.getresponse.de</a>
Activecampaign	<a href="http://www.activecampaign.com">www.activecampaign.com</a>
Sendingblue	<a href="http://de.sendingblue.com">de.sendingblue.com</a>
Klick-tipp	<a href="http://www.klick-tipp.com">www.klick-tipp.com</a>
Mailchimp	<a href="http://www.mailchip.com">www.mailchip.com</a>

Diese automatisierbaren Systeme helfen Dir neue Kunden aufzubauen, die „Nur-mal-Schauen-Besucher“ weiter zu informieren und vorzuqualifizieren und die „Nichtkäufer“ für Dich auszusortieren

Das Thema Email-Marketing ist recht umfangreich und bedeutet viel mehr als nur eine Mail von A nach B zu versenden. Email-Marketing hilft dir, dein Geschäft bzw. Teile deines Ablaufes zu automatisieren und deine Interessenten zu analysieren.

Das ist für jeden Webmaster und jedes Unternehmen umsetzbar, egal welche Branche. Ob Coach, Berater oder Trainer, ob Dienstleister oder Produkthersteller, ob Yoga-Studio oder Beauty-Salon, ob Agentur oder Architekt - Optimierungsbedarf besteht bei so gut wie allen derzeitigen Webseiten.

Du findest auf meinen Workshop-Seiten komplette Schritt für Schritt Anleitungen, wie und vor allem warum man entsprechende Einstellungen und Schritte setzen soll, wie die einzelnen Programme zu bedienen sind und wie du deinen Kundenstamm betreuen kannst.

Ich zeige dir auch meine Fehler, denn auch gezeigte Fehlentscheidungen und deren Auswirkungen helfen sehr gut das Thema zu verstehen und diese selbst zu vermeiden.



Und,  
hat Dir diese kleine Anleitung gefallen?

Fang bitte an, diese Dinge - falls du es nicht gemacht hast - für Dich umzusetzen.  
Es ist für dich die Basis. Es lohnt sich.

Willst Du mehr davon?

Wenn Du auf meiner Emailliste angemeldet bist, dann gibt es für dich im Moment nichts zu tun.  
Und wenn Du noch nicht registriert bist, dann solltest Du es schnellstens nachholen!

**Denn eines ist sicher:**

Es kommt noch viel mehr ;-)

### **Autor**

Alexander Raganitsch

<http://1kh.eu>

Version 1.1 © Copyright 2017 Raganitsch Alexander

### **Rechtlicher Hinweis**

Alle Rechte vorbehalten. Du darfst die Inhalte dieses PDFs nicht kopieren, verbreiten  
oder an Dritte weitergeben, ohne eine Einverständniserklärung des Autors Alexander Raganitsch.

Selbstverständlich darfst du aber den Link zu diesem PDF in den sozialen Netzwerken verbreiten:  
<http://1kh.eu>

### **Haftungshinweis**

Der Autor hat alle Anstrengungen unternommen, um die Genauigkeit der in diesem PDF enthaltenen Informationen zu gewährleisten. Allerdings sind die enthaltenen Informationen ohne Garantie, weder ausdrücklich, noch stillschweigend. Der Autor kann nicht zur Verantwortung gezogen werden für Schäden, die direkt oder indirekt durch die Anwendung der in diesem PDF enthaltenen Hinweise, Tipps und Aufgaben entstanden sind.