

Wie Sie Ihr Unternehmen vermarkten

Jetzt, da Sie eine Vision von Ihrem Geschäft haben, dauerhaft ein Coach-Training besuchen und viel üben, fühlen Sie sich wahrscheinlich in Ihrer Rolle als Geschäftsinhaber gestärkt und haben eine genauere Vorstellung davon, wie viel Zeit und Geld Sie in Ihr Geschäft investieren möchten. Bravo, Sie bauen gerade ein starkes Fundament für ein erfolgreiches Unternehmen auf!

Viele Anfänger im Coaching-Geschäft glauben, dass Sie zuerst einen Marketingplan ausarbeiten müssen. Wie sie jedoch hier lesen können, ist es wichtiger, zuerst ein Fundament für Ihr Unternehmen aufzubauen und danach Ihre Aufmerksamkeit der Vermarktung zuzuwenden.

Der Begriff „Marketing“ kann sehr weit gefasst und auf viele verschiedene Arten definiert werden. Im Handel sind hunderte, vielleicht gar tausende Bücher über Marketing erhältlich und alle beinhalten eine andere Definition des Begriffs, sowie eine andere Auffassung davon, wie man es durchführen sollte. Es ist also wichtig, sich klarzumachen, dass es keine „richtige“ oder „falsche“ Form des Marketings gibt, sondern eher die Möglichkeit, „effektiver“ oder „weniger effektiv“ zu sein. Dazu kommt, dass „effektiver“ möglicherweise bei Ihnen funktioniert, bei jemand anderem wiederum überhaupt nicht. Im Marketing gibt es also keine Standardlösung. Die erfolgreichsten Marketingpläne sind die, die exakt auf individuelle Anforderungen und Eigenarten zugeschnitten sind. Also falls Sie eine Saboteurstimme vernehmen, die Ihnen erzählt, dass Sie extrovertiert sein müssen, um sich gut vermarkten zu können, oder dass Sie diesem und jenem Netzwerk beitreten müssen, so sei Ihnen versichert, dass der Saboteur falsch liegt! Effektives Marketing bedeutet einfach, dass sie authentisch, stark und Sie selbst bleiben.

Im Marketing gibt es zwei Bereiche, die im ersten Jahr für Sie von Bedeutung sind: Menschen für sich gewinnen und Vermarktungsstrategien. Wir werden diese Themen hier der Reihe nach behandeln.