Sascha Glow

Was erfolgreiche Marken auszeichnet ..... S. 07

Wie Werbung am besten funktioniert ..... S. 09

Irrtümer, die unnötig Geld kosten ..... S. 11

ABSATZ REPORT 01

Einfach mehr Produkte verkaufen

Erfahre, wie du als Lebensmittel- und Getränkehersteller mehr Aufmerksamkeit bekommst, deine Beliebtheit steigerst und mehr Produkte verkaufst.

Absatz Report, Ausgabe 01, Magazin für Lebensmittel- und Getränkehersteller

Inhalt

Aktuelle Herausforderungen ..... S. 05

Was erfolgreiche Marken auszeichnet ..... S. 07

Sofort mehr Produkte verkaufen ..... S. 09

Irrtümer, die viel Geld kosten ..... S. 11

Beliebtheit steigern und Vertrauen gewinnen ..... S. 13

Mehr erreichen mit Beratung ..... S. 14

Mehr Umsatz durch Storytelling ..... S. 17

Erfolgreiche Beispiele ..... S. 18

Jeder Plan ist besser als kein Plan ..... S. 21

Kennst du das?

Handelsketten und große Mitbewerber drücken den Preis, neue Zielgruppen sind schwer zu erreichen und der Verkauf deiner Produkte könnte besser laufen?

Möglicherweise entspricht dein Absatz noch nicht deinen Vorstellungen und deine Marktanteile könnten größer sein? Hinzu kommen personelle Schwierigkeiten?

Diese Probleme sind keine Seltenheit. Die gute Nachricht ist, du kannst was dagegen tun. Es handelt sich dabei nur um Symptome, nicht um Ursachen. Sobald du die Ursachen behebst, treten die Probleme nicht mehr auf. Dieser Report soll dir einen Überblick geben und dir Impulse und Lösungen anbieten.

Hast du diese oder ähnliche Fragen?

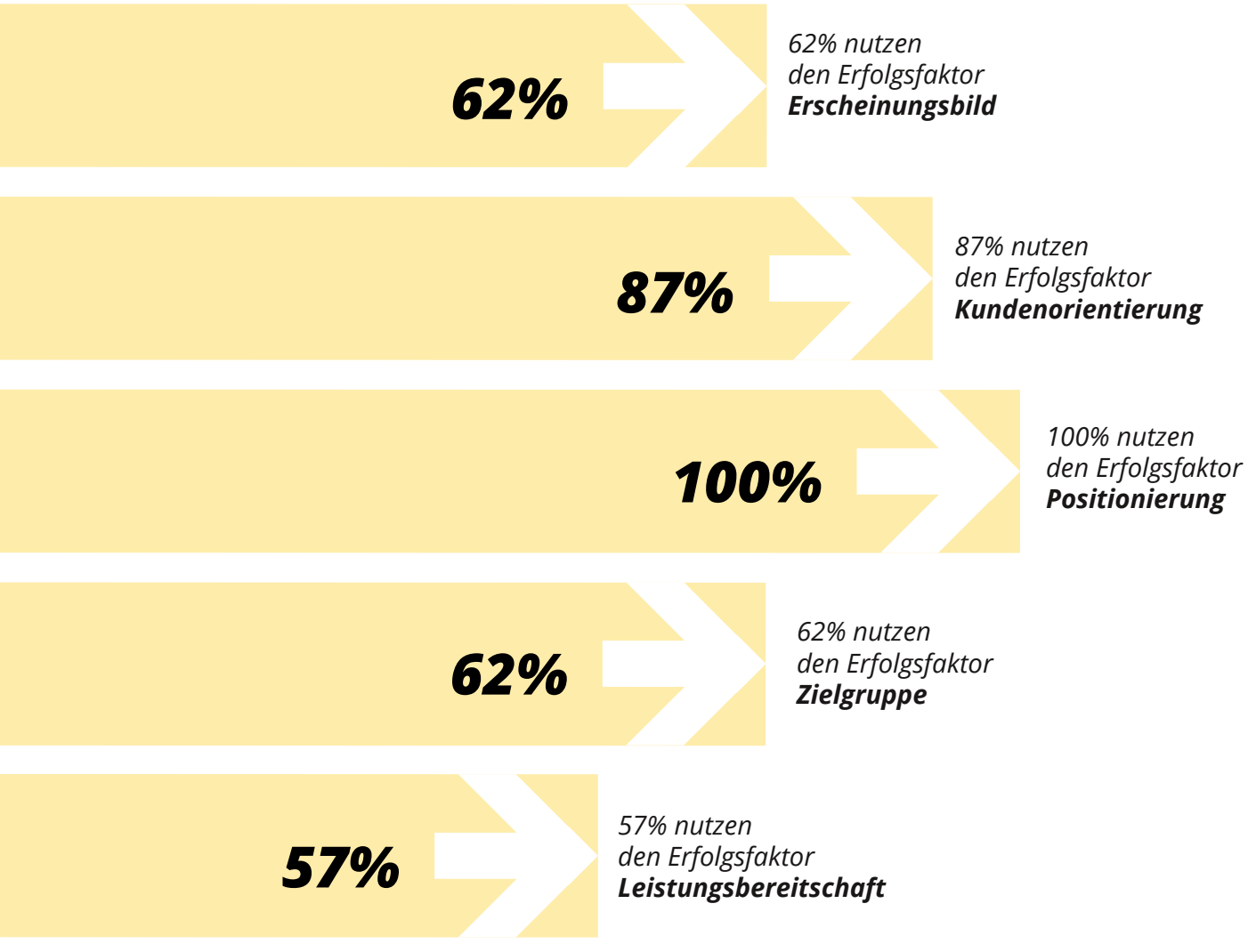
Wie erreiche ich neue Kunden? Was unterscheidet mich und meine Produkte von anderen Anbietern? *Was ist das Besondere an meinen Produkten? Warum kaufen Kunden nicht bei mir, sondern bei der Konkurrenz oder bekannteren Anbietern?*

Wie kann ich eine jüngere Generation an meine Produkte heranführen? Wie präsentiere ich meine Produkte so, dass Leute sie wiedererkennen und weiterempfehlen? Warum sollen Verbraucher zu mir wechseln? Worauf legen Verbraucher ihr Augenmerk? Wie funktionieren die sozialen Medien und wie kann ich dort mehr Kunden erreichen?

Wie werde ich zu einer beliebten Marke? Wie kann ich im Umkreis mehr verkaufen? Wie verbessere ich meinen Vertrieb? Wie kann ich meine Preise rechtfertigen und Preiserhöhungen durchsetzen? Wie finde ich neue und gute Mitarbeiter? Wie binde ich Mitarbeiter an mein Unternehmen?

Erhalte Antworten auf deine Fragen, indem du ein kostenfreies Beratungsgespräch mit Sascha Glow buchst. Du profitierst von seinen Erfahrungen mit zahlreichen Brauereien, die genau in deiner Situation waren.

Auswertung Kundenbefragung: Was sind die größten Erfolgsfaktoren?



Nachgefragt

Was haben erfolgreiche Marken gemeinsam?

Erfolgsfaktor 1: Positionierung

Die erfolgreichsten Unternehmen haben eine einzigartige Positionierung, die perfekt zum Unternehmen passt und für jeden Menschen einfach verständlich ist. Erkennbar ist dabei eine glasklare Abgrenzung zu anderen Anbietern und der sogenannte rote Faden.

Erfolgsfaktor 2: Zielgruppe

Besonderen Erfolg haben Unternehmen, die Ihre Zielgruppe bis ins kleinste Detail kennen. Dabei spielen Kriterien wie Alter, Herkunft und Einkommen nur eine kleine Rolle. Entscheidend sind menschliche Merkmale und Charakteristiken einer relevanten und kaufbereiten Zielgruppe.

Erfolgsfaktor 3: Erscheinungsbild

Das größte Wachstum legen Unternehmen hin, bei denen das Design erstklassig und einzigartig ist. Ein erfolgreiches visuelles Erscheinungsbild hebt sich deutlich von der Masse ab und ist leicht wiedererkennbar. Es erzählt Geschichten und führt den Betrachter in eine eigene Welt.

Erfolgsfaktor 4: Kundenorientierung

Erfolglose Unternehmen kommunizieren egozentrisch und aus der eigenen Perspektive heraus. Das interessiert den Kunden wenig. Den Unterschied machen Unternehmen, die die Sprache der Kunden sprechen, deren Wörter verwenden und einen erkennbaren Mehrwert kommunizieren.

Erfolgsfaktor 5: Leistungsbereitschaft

Unternehmen, die alle Inhalte aus Beratungen umgesetzt haben, erzielten die größten Erfolge. Erkennbar ist außerdem, dass sie bereit waren, neue Wege zu gehen und den Mut hatten, etwas zu verändern. Sie setzten auf die Prozesse und vorgegebenen Inhalte.

Wie du sofort mehr Produkte verkaufst

Mache ein zeitlich befristetes Angebot

Ein Angebot, was nur für kurze Zeit erhältlich ist, wirkt auf Kunden attraktiver. Je knapper dein Angebot ist, desto schnellere Kaufentscheidungen kannst du erwarten. Angebote mit hoher Dringlichkeit führen zu einem zeitnahen Kauf.

Steigere deinen Bekanntheitsgrad

Eine einfache Maßnahme für deinen Verkaufserfolg ist die Sichtbarkeit. Sorge dafür, dass Kunden deine Produkte oder deinen Namen viel häufiger sehen. Durch das wiederholte Auftauchen gewinnt dein Kunde deutlich an Vertrauen. Je stärker das Vertrauen, desto mehr Verkäufe wirst du erreichen.

Erhöhe die Verfügbarkeit

Ein Grund, warum potentielle Kunden deine Produkte nicht kaufen ist die fehlende Verfügbarkeit. Es fehlt sogar oft nur an der Kenntnis, wo es deine Produkte zu kaufen gibt. Deshalb solltest du viel öfter kommunizieren, wo und wie Kunden an deine Produkte kommen. Sorge außerdem für eine einfache und weitreichende Verfügbarkeit.

Bewirb deine Produkte in digitalen Anzeigen

Mit kaum einem anderen Marketinginstrument kannst du schnellere Ergebnisse erzielen. Bezahlte Online Werbung gehört zu den am besten konvertierenden Werbemitteln. Dabei sind Werbeanzeigen nicht gleich Werbeanzeigen. Hier solltest du einen Experten aufsuchen.

Nutze Newsletter-Marketing

Eine E-Mail Liste mit Kundenkontakten ist ein unterschätztes aber sehr umsatzstarkes Instrument, um zeitnah mehr Produkte zu verkaufen. Genau wie deine Website. Über die richtige kundenorientierte Ansprache steigerst du Online die Attraktivität deiner Produkte.

Schalte Werbung, die funktioniert

Achte dabei auf folgende 5 Punkte!

1. Häufigkeit

Nur ein Plakat, eine Anzeige oder ein einziger Facebook Beitrag reicht bei weitem nicht aus, damit potentielle Kunden bei dir kaufen. Es braucht durchschnittlich 7-12 Kontaktpunkte bis ein Kauf stattfindet. Erfahre mehr dazu *auf Seite 13.*

2. Einfachheit

Bei langen, komplizierten oder austauschbaren Texten mit Fachbegriffen schalten Menschen ab. Es braucht eine einzige und einfach zu verstehende Botschaft mit klarem Verkaufsargument, damit deine Kunden kaufen.

3. Aufforderung

Viele Werbemaßnahmen scheitern, weil der Kunde nicht weiß, was er tun soll. Sogenannte Handlungsaufforderungen (Call-to-Actions) verbessern die Werbewirksamkeit enorm und sorgen für deutlich höhere Kaufabschlüsse.

4. Persönlichkeit

Menschen kaufen von Menschen. Deshalb braucht dein Produkt eine Idendität mit Ecken und Kanten. Ebenso braucht es eine Geschichte, mit der sich Menschen identifizieren können und die sich lohnt, erzählt zu werden.

5. Mehrwert

Tief im Inneren sind alle Menschen Egoisten. Ein potentieller Kunde möchte also immer zuerst wissen, was für ihn drin ist. Zeige auf, was Kunden von deinem Produkt haben. Produkte mit erkennbarem Mehrwert verkaufen sich nachweislich schneller und besser.

Irrtümer, die dich viel Geld kosten können...

Irrtum 1: Kunden kaufen wegen dem Preis

Wenn du über den Preis verkaufst, bist du schlecht positioniert. Der Preis ist niemals entscheidend. Entscheidend ist der Wert, den Kunden für deine Produkte empfinden. Nur wenn du austauschbar bist, spielt der Preis eine Rolle.

Beispiel Starbucks: Hier bezahlen Kunden das 10-fache für einen "normalen" Kaffee. Fakt ist: Menschen kaufen Werte und Emotionen.

Irrtum 2: Kunden kaufen wegen Geschmack

Die Qualität deiner Produkte entscheidet über Erfolg und Misserfolg. Jedoch sind die meisten Produkte in Geschmack oder Qualität ähnlich und austauschbar. Entscheidend ist, wie attraktiv deine Produkte auf deine Kunden wirken.

Beispiel Coca Cola: Der Wettbewerber Pepsi hat nachweislich den besseren Geschmack. Menschen kaufen dennoch bei der stärkeren Marke Coca Cola.

Irrtum 3: Kunden kaufen wegen einer Produktvielfalt

Mit Produktvielfalt schaffst du höchstens, dass sich deine Kunden nicht entscheiden können. Minimiere besser dein Angebot und konzentriere dich auf deine Bestseller. Starke Marken haben immer ein klares, einfaches und minimalistisches Angebot.

Beispiel Heineken: Die größte Biermarke der Welt hat nur 1 Produkt in zwei Varianten (klassisch und alkoholfrei). Mit Einfachheit erreichst du schneller eine höhere Bekanntheit.

Noch mehr Produkte verkaufen

So steigerst du deine Beliebtheit und gewinnst das Vertrauen deiner Kunden

Wusstest du, dass du mehr Produkte verkaufst, wenn Kunden deine Marke und deinen Namen sehr oft sehen?

Wir Menschen mögen das, was wir kennen. Sobald wir etwas öfter sehen, kommt es uns bekannt vor. Und wenn uns etwas bekannt ist, dann haben wir auch Vertrauen darin.

Nach wissenschaftlichen Erkenntnissen braucht es durchschnittlich 7 unterschiedliche Kontaktpunkte bis uns etwas bekannt vorkommt und dadurch ein Kauf stattfindet. Ein Kontaktpunkt ist z.B. ein Social-Media-Beitrag, eine E-Mail Nachricht oder das Produkt im Regal des Händlers.

Damit du also mehr Produkte verkaufst, musst du dafür sorgen, dass Kunden deine Produkte oder deinen Namen öfter sehen. Durch das wiederholte Auftauchen gewinnt dein Kunde an Vertrauen. Und je stärker das Vertrauen, desto mehr Produkte kauft er.

Welche Kontaktpunkte kannst du aktuell nutzen, um mehr Produkte zu verkaufen und deine Produktion noch besser auszulasten? Schreib es auf!

1. Kontaktpunkt:

2. Kontaktpunkt:

3. Kontaktpunkt:

4. Kontaktpunkt:

5. Kontaktpunkt:

6. Kontaktpunkt:

7. Kontaktpunkt:

Bonus Tipp: Verdopple deine Bemühungen in den sozialen Medien.

!

Was du mit Beratung erreichen kannst

Verlasse die Vergleichbarkeit und hebe dich von der Masse ab

Egal, was du produzierst oder welche Produkte du hast, präsentiere dich immer anders, als alle anderen auf deinem Markt. Es reichen oft schon kleine Details, die dich von der Masse abheben. Zeige deinen Kunden deutlich, was deine Produkte besonders macht.

Tipp: Informiere dich über Positionierung. Nutze als Alleinstellungsmerkmal z.B. ein kleines Detail, wie eine Farbe, eine Herstellungsart oder eine Bezeichnung.

Steigere deine Verkaufszahlen und mache deutlich mehr Ertrag

Nutze erfolgserprobte Vorlagen und Prozesse für deine Vertriebstätigkeiten. Starte nicht von Null, sondern orientiere dich an Strategien, die bereits mehrfach im Einsatz sind und nachweislich gute Ergebnisse liefern. Insbesondere in der Akquise sind erprobte Prozesse und Strukturen Gold wert.

Tipp: Steigere deine Fähigkeiten im Vertrieb. Verwende Skripte und Gesprächsleitfäden, mit denen du deine Absatzzahlen systematisch vervielfachen kannst.

Finde neue Mitarbeiter und halte gutes Personal in deinem Unternehmen

Statistiken belegen, dass sich potentielle Mitarbeiter und Top-Talente vorzugsweise für bekannte und attraktive Marken als Arbeitgeber entscheiden. Wenn du personelle Schwierigkeiten hast oder mit Mitarbeitern besser besetzt sein möchtest, dann ist Markenbildung und Positionierung deine Lösung mit dem größten Wirkungsgrad.

Tipp: Nimm die Abkürzung durch externes Know-How und führe dein Unternehmen damit zur attraktiven Arbeitgebermarke.

Mache dein Unternehmen bereit für die Übergabe und Nachfolge

Je attraktiver und beliebter dein Unternehmen ist, desto wahrscheinlicher ist es, dass deine Kinder übernehmen. Außerdem solltest du Strukturen, Prozesse und Systeme aufsetzen, mit denen dein Unternehmen ohne dich funktioniert. Damit erleichterst du auch die Übergabe an deine Kinder.

Tipp: Arbeite am statt im Unternehmen. Sorge für eine hohe Attraktivität deines Unternehmens, damit deine Kinder später gerne übernehmen.

Mache jetzt den ersten Schritt vom einfachen Produkt zur verkaufsstarken Marke

Heutzutage gibt es von allem zu viel. In den Regalen ist kein Platz für weitere Produkte. Die hart umkämpften Plätze in den Märkten und die wenigen Positionen in den Köpfen der Verbraucher sorgen für gnadenlose Preiskämpfe. Diese Kämpfe umgehst du nur mit einer starken Marke, die den Kundennutzen in den Vordergrund stellt.

Tipp: Steigere den Wert deiner Produkte mit Erlebnissen, Garantien oder Partnern. Achte darauf, dass der Kundennutzen immer vor deinem eigenen Nutzen kommt.

Geschichten verkaufen Produkte

Mehr Umsatz mit Storytelling

Heutzutage gibt es eine Vielzahl von Produkten und eine enorme Flut an Werbebotschaften, wodurch sich die Aufmerksamkeit von Menschen für Marken enorm verringert. Um Kunden nachhaltig zu erreichen und für sich zu gewinnen, müssen zukünftig mehr Emotionen geweckt werden. Das geht am besten mit Geschichten. Denn schon seit Urzeiten geben Menschen Informationen und Wissen mit Geschichten weiter, die sich über Jahrzehnte gehalten haben.

Forscher der Stanford-Universität fanden heraus, dass Geschichten 22x besser in Erinnerung bleiben als reine Fakten. Zudem ergaben die Forschungen, dass sich Produkte mit Geschichten 5x besser verkaufen. Durch das Geschichtenerzählen und die dadurch ausgelösten Emotionen wird die kognitive Bindung zu Marken gestärkt, wodurch Produkte besser in Erinnerung bleiben und die Kaufabsicht von Kunden deutlich erhöht wird.

Beispiel Storytellig auf Produktverpackung von Landsberger

"*Frühjahrsputz auf dem Land. Da kann kommen was will. Nur Frieda die freche Ziege macht nichts und schaut verträumt durch die Gegend. Na gut. Soll sie doch! Du räumst eh lieber die Kammer auf. Denn hier gibt's immer was abzustauben. Wie beim Landsberger Mai-Bock.***"**

Beispiel Storytellig auf Produktverpackung von Hösl-Bräu

"*Eigentlich will Michael mit seinem Bruder in Amerika Bier brauen. Doch die Liebe zu Margarete in der alten Heimat ist größer als die Abenteuerlust. Zurück in Bayern heiraten die beiden und kaufen von ihrer Mitgift unsere heutige Brauerei in Mitterteich.***"**

Erfolgsbeispiel
Brauerei Ladenburger GmbH

Kunde bei Sascha Glow seit November 2020

Karl Ladenburger
verkauft mehr Produkte durch

Einzigartigkeit.

Heutzutage gibt es von allem zu viel. Produkte gleichen sich wie ein Ei dem anderen. Dadurch ist wichtiger denn je aufzufallen und hervorzustechen. *Die weltweit einzigartige Flaschenform und die herausragende Drinkability erfreuen sich bei Kunden einer sehr hohen Beliebtheit.*

Erfolgsbeispiel
Landgut Nemt GmbH

Kunde bei Sascha Glow seit Januar 2019

Karsten Döbelt
verkauft mehr Produkte durch

Persönlichkeit.

Personen erreichen grundsätzlich mehr Vertrauen und eine stärkere Bindung, als Unternehmen oder Produkte. *Die Abbildung der Inhaber auf Werbemitteln schafft Vertrauen und Transparenz. Das erhöht die Glaubwürdigkeit und hat einen starken Einfluss auf die Kaufentscheidung.*

Erfolgsbeispiel
Brauerei Landsberg GmbH

Kunde bei Sascha Glow seit Mai 2017

Jenny Thormann
verkauft mehr Produkte durch

Positionierung.

Bei Vermarktung von Produkten gibt es zwei goldene Regeln: Entweder ein Produkt unterstützt und liefert Mehrwert oder es unterhält und begeistert viele Menschen. *Die kreativen Produktbezeichnugen, das herausragende Design und die einprägsame Positionierung macht Landsberger zu einer Kultmarke.*

Erfolgsbeispiel
Absatzgemeinschaft Sächsisch-Gut eG

Kunde bei Sascha Glow seit Oktober 2020

Maxim Steinert
verkauft mehr Produkte durch

Storytelling.

Mit dem Erzählen von Geschichten geben Menschen seit jeher Informationen weiter. *Das Storytelling über die Produzenten löst bei den Kunden Emotionen aus und steigert die Atraktivität der Marke, wodurch sich Kaufabsichten deutlich erhöhen und mehr Menschen zu den Produten greifen.*

Jeder Plan ist besser als kein Plan.

Stell dir vor du fliegst mit dem Flugzeug und hast keinen Plan, wo es hin geht. Du fliegst, fliegst und fliegst... Irgendwann geht der Treibstoff aus und du stürzt ab. Wenn du aber einen Plan hast und weißt, wo es hingeht, dann kannst du Zwischenstops einplanen, dein Gepäck berechnen und genug Proviant mitnehmen. Du erreichst dein Ziel, weil du ein Ziel hast. Ohne Plan und Strategie irrst du nur umher. Wenn du nicht weißt, wohin du willst, kannst du auch nicht ankommen.

Abschließend noch eine wichtige Sache:

Setze auf Beratung durch einen erfahrenen Experten, um deine Erfolgskurve deutlich zu steigern und in kurzer Zeit bessere Ergebnisse zu erzielen!

Egal, ob du regional wachsen möchtest oder überregional durchstarten willst, das Team von Sascha Glow unterstützt dich dabei, deine individuellen, geschäftlichen und persönlichen Ziele zu erreichen.

Wann es sich besonders lohnt mit Sascha Glow zu sprechen

Wenn deine Positionierung nicht klar oder einzigartig ist
Wenn du IM statt AM Unternehmen arbeitest und im Tagesgeschäft festhängst
Wenn dein Absatz nicht planbar ist und dir keine Sicherheiten bietet
Wenn dein Vertrieb zu wenig verkauft und kaum neue Kunden gewinnt
Wenn du keine anziehende und wiedererkennbare (Kult-) Marke hast
Wenn du in den Sozialen Medien nicht gut aufgestellt bist
Wenn du wenig oder gar kein Marketing machst

Jetzt kostenfrei beraten lassen

Denn von diesem Beratungsgespräch wirst du sofort profitieren.

Mit dem erprobten Zielerreichungsplan von Sascha Glow erfährst du, wie andere Unternehmer ihren Absatz und Gewinn nach kurzer Zeit vervielfacht haben. Deine Teilnahme an der persönlichen Beratung ist komplett kostenfrei.

Schritt 1

Wir analysieren dein Geschäft und finden heraus, welche Erfolgsverhinderer und neue Möglichkeiten du hast.

Schritt 2

Du lernst eine erprobte Strategie kennen, wie Unternehmer in deiner Situation ihre Absatzzahlen verdoppelt haben.

Schritt 3

Du bekommst einen Fahrplan, den du praktisch direkt umsetzen kannst. Du erfährst, was deine nächsten Schritte sind.

www.saschaglow.com/beratung

Sascha Glow

PROVEN EXPERT
100% EMPFEHLUNGEN
Mehr Infos

4,71 von 5

SEHR GUT

Werde bekannter, verkaufe mehr Produkte und erhöhe deinen Ertrag!

Möchtest du als Lebensmittel- und Getränkehersteller deinen Bekanntheitsgrad steigern, deine Verkaufschancen verbessern und deine Absatzzahlen deutlich erhöhen? Ohne dabei hohe Summen für Werbung auszugeben und ohne dein Tagesgeschäft zu vernachlässigen?! Dann nutze die kostenfreie Beratung: www.saschaglow.com/beratung

Jetzt scannen!

Kontakt zu Sascha Glow

Du möchtest deine Kunden begeistern
und mit deinem Unternehmen wachsen?
Dann melde dich bei mir!

hallo@saschaglow.com

0341–12576119