Werben für Ihr neues Geschäft

Ich arbeite seit fast einem Jahrzehnt in einem erfolgreichen Geschäft, das antike Gegenstände von der Bevölkerung kauft und sie an Händler wiederverkauft. Während Jahren wickelte ich den grössten Teil der Käufe und Verkäufe alleine ab, während mein Chef und seine anderen Angestellten sich um die Führung des Geschäfts kümmerten. Ich habe vor kurzem beschlossen, das Geschäft zu verlassen und selbständig zu werden, da ich der Überzeugung bin, dass ich das Geschäft in- und auswendig kenne.

Ich weiss, dass das erste, was ich tun muss, um mein neues Geschäft in Gang zu bringen, die Werbung ist, und deshalb stellte ich eine Werbeagentur an, die mir helfen wird. Sie entwarfen einige schöne Inserate, aber ich habe keine Ahnung, ob die Inserate Erfolg haben werden, und ich zögere, so viel Geld in etwas so Unfassbares zu investieren. Wie kann ich wissen, ob die Inserate mir Geschäfte bringen werden?

Wir möchten als erstes darauf hinweisen, dass das Hinüberwechseln von einem Arbeitnehmer zu einem Unternehmer eine sehr riskante Route ist – speziell wenn Sie in die direkte Konkurrenz zu Ihrem früheren Arbeitgeber gehen.

Als Sie für Ihren früheren Chef arbeiteten, kümmerten sich er und andere um Dinge wie den Kapitalfluss, die Finanzierung, die Bestandskontrolle, die Buchhaltung und ähnliches, und gaben Ihnen die Freiheit, sich auf das zu konzentrieren, was Sie am besten konnten: Kaufen und Verkaufen von Antiquitäten. Wie wichtig jedoch der Kauf und Verkauf auch ist, ist er nur ein Aspekt des gesamten Geschäfts. Als Geschäftsbesitzer werden Sie für alle Aspekte der Führung des Geschäfts verantwortlich sein – darunter auch für Dinge, in denen Sie keine Erfahrung haben.

Bevor Sie Ihr eigenes Geschäft eröffnen, müssen Sie sich bewusst sein, dass Sie, wie andere Geschäftsleute, Stärken und Schwächen haben. Ein Schlüssel für Erfolg im Geschäft ist die Fähigkeit, Ihre Stärken und Schwächen festzustellen – und für Ihre Schwächen Hilfe zu suchen.

Nachdem Sie in eine direkte Konkurrenz zu Ihrem früheren Chef gehen, stellt Ihr neues Geschäft ein hochriskantes Unternehmen dar. Sogar wenn Sie der Meinung sind, dass genügend Gelegenheiten für jeden vorhanden sind, werden die Leute einen sehr guten Grund benötigen, um ihre Ware zu Ihnen zu bringen, anstatt zu Ihrem früheren Chef. Werbung allein wird die Leute nicht überzeugen, dies zu tun.

Es ist gut, dass Sie sich bewusst sind, dass die Werbung für Sie ein Schwachpunkt ist. Sie scheinen jedoch auch zu denken, dass die Werbung das erste ist, das Sie tun müssen, um Ihr Geschäft in Gang zu bringen. Wenn man ein Geschäft eröffnet, ist die Werbung in Wirklichkeit das letzte, was man tut.

Als erstes müssen Sie einen Geschäftsplan erstellen, ein Budget festlegen, eine Vertriebs-Strategie entwickeln und sich um alle technischen Details des Aufbaus Ihres Geschäfts kümmern. Ihre Erfahrung im Kauf und Verkauf von Antiquitäten wird Sie wahrscheinlich in diesen Bereichen nicht sehr weit bringen. Nachdem Ihre Frage sich spezifisch auf die Werbung bezieht, werden wir uns darauf konzentrieren, Sie durch den Prozess der Erstellung von erfolgreichen Inseraten führen. Bitte beachten Sie jedoch, dass die Werbung nur ein kleiner Aspekt des Eröffnens und Führens eines Geschäfts ist.

Bevor Sie auch nur an Werbung denken können, müssen Sie eine solide Marketing-Strategie erstellen und Ihre Marketing-Position festlegen. Der Erfolg Ihres neuen Geschäfts wird grossteils von der Stärke Ihrer Marketing-Bemühungen abhängig sein, deshalb wäre es eine gute Idee für Sie, einen professionellen Geschäftsberater anzustellen, der sich auf das Marketing und die Werbung spezialisiert. Ihr Berater kann Ihnen helfen, Ihre Nische zu identifizieren, Ihr Geschäft vis-à-vis der Konkurrenz zu positionieren, eine gute Marketing-Strategie zu entwickeln und die Botschaft, die Sie Ihren potentiellen Kunden vermitteln wollen, zu formulieren.

Dann können Sie mit Ihrem Berater ein akzeptables Werbebudget erstellen, Werbeziele festlegen (z.B. Verkäufe steigern, Kundenbewusstsein erhöhen) und sich für eine Methode entschliessen, den Erfolg Ihrer Werbekampagne abzuschätzen.

In diesem Moment werden Sie bereit sein, eine Werbeagentur zu kontaktieren. Ihr Berater sollte eine gute Agentur empfehlen können und könnte möglicherweise sogar einen besseren Preis für Sie aushandeln.

Auf Ihre Frage zurückzukommen, ist es für Sie begreiflicherweise schwierig, die Wirksamkeit der Werbung zu beurteilen, die Ihre Agentur entworfen hat. Sie sind keine Fachkraft für Marketing/Werbung, und die Fachleute in der Werbeagentur werden offensichtlich zugunsten der Inserate, die sie selbst entworfen haben, voreingenommen sein.

Aufgrund Ihrer Informationen sieht es aus, dass Sie sich darauf verlassen, dass Ihre Werbeagentur sowohl Ihre Werbung als auch Ihre Marketing-Strategie entwickelt. Dies ist ein Fehler, den viele kleine oder mittelgrosse Unternehmen begehen, typischerweise mangels eines professionellen Marketing-Managers.

Um richtig Reklame zu machen, benötigen Sie sowohl eine starke Botschaft und ein gutes Medium. Werbeagenturen wissen, wie man ein Medium schafft, um Ihre Botschaft zu vermitteln, sie sind jedoch normalerweise nicht dazu befähigt, zu beschliessen, was Ihre Markt-Positionierungsstrategie sein sollte.

Grosse Werbeagenturen versuchen, diese problematische Angelegenheit anzugehen, indem sie einen Strategen hinzuziehen – einen Marketingfachmann, der für eine zusätzliche Gebühr ein Marketingkonzept für den Klienten erstellt. Dieses Marketingkonzept wird dem kreativen Team der Agentur weitergeleitet, welches dann eine Werbung kreiert, die als Mittel für jenes Konzept dient.

Sogar wenn Ihre Werbeagentur einen eigenen Strategen beschäftigt, wäre es klüger, die Dienstleistungen eines unabhängigen Geschäftsberaters beizubehalten, der Ihnen mit allen Aspekten Ihres Geschäfts helfen kann.

Ein weiterer Punkt, der in Erwägung gezogen werden sollte, wenn man mit einer Werbeagentur arbeitet: die Gebühr der Agentur ist ein Prozentsatz Ihres Werbebudgets, was bedeutet, dass je grösser Ihr Werbebudget ist, desto höher die Profite der Agentur sind. Ihr Ziel ist es jedoch, Ihr Werbebudget so tief wie möglich zu halten. Dies schafft einen potentiellen Interessenkonflikt.

Eine gute Möglichkeit, diesen potentiellen Interessenkonflikt zu vermeiden, ist es, eine Marketingstrategie und ein Marketingkonzept mit Ihrem Geschäftsberater zu kreieren, bevor Sie sich an eine Werbeagentur wenden, dann können Sie gegenüber der Werbeagentur nahe mit Ihrem Geschäftsberater zusammenarbeiten. Der Berater wird sich um Ihre Interessen kümmern und Sie durch den Prozess führen, Ihr Marketingkonzept in eine überzeugende Werbung zu verwandeln.

Zusammenfassend, wird die Zusammenarbeit mit einem professionellen Geschäftsberater Ihre Geschäftsrisiken beträchtlich verringern. Ihr Berater wird Ihnen helfen,

1. einen Geschäftsplan und ein Betriebsbudget zu erstellen,
2. Ihren Kundenstamm und Ihre Nische (Marktsegmentierung) zu identifizieren,
3. sich von der Konkurrenz zu unterscheiden (Marktpositionierung),
4. eine Marketingstrategie und ein Marketingkonzept zu entwickeln,
5. ein Werbebudget zu erstellen,
6. Ihre Werbeziele zu definieren,
7. mit Ihrer Werbeagentur zusammenzuarbeiten, um optimale Resultate zu gewährleisten,
8. den Erfolg Ihrer Werbekampagnen zu beurteilen,
9. periodisch Ihre Marketingstrategie angesichts veränderter Marktbedingungen anzupassen.

Obwohl Berater im Allgemeinen teuer sind, sollte das Geld, das Sie in einen Berater investieren, Ihnen langfristig – und oft auch kurzfristig – Geld sparen.