



Canva



ONLINE
MARKETING

ZEITPLAN

- 9.00 – 10.40
- Pause
- 11.00 – 12.00
- Mittag
- 13.00 – 15.00
- Pause
- 15.20 – 17.00





TEIL 1

WAS IST ONLINE MARKETING



Online Marketing beschreibt Marketingaktivitäten, die im Internet umgesetzt werden. Aufgrund der Digitalisierung gewinnt diese Strategie immer weiter an Wert. Das Online Marketing unterscheidet sich vom Offline Marketing und ist unter anderem in Bereiche wie E-Mail Marketing, Suchmaschinenmarketing, Affiliate Marketing, Influencer Marketing, Programmatic Advertising, Social Media Marketing und viele mehr aufgeteilt.

GAUBE KOSMETIK



Homepage



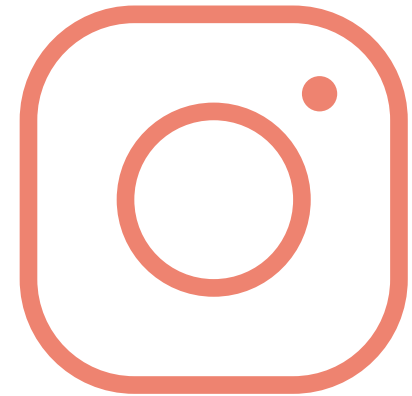
Webshop



e-learning



Facebook



Instagram



Youtube



Linkedin



TikTok



INHALTE DES KURSES

- Social Media Marketing Basics: Facebook, Instagram
- Regionale Werbeanzeige erstellen
- Corporate Design/ Branding Basics: CANVA
- QR- Code erstellen CANVA
- Webauftritt Basics
- Search Engine Marketing: Begriffsabgrenzung
- Weitere nützliche Online Marketing Tools



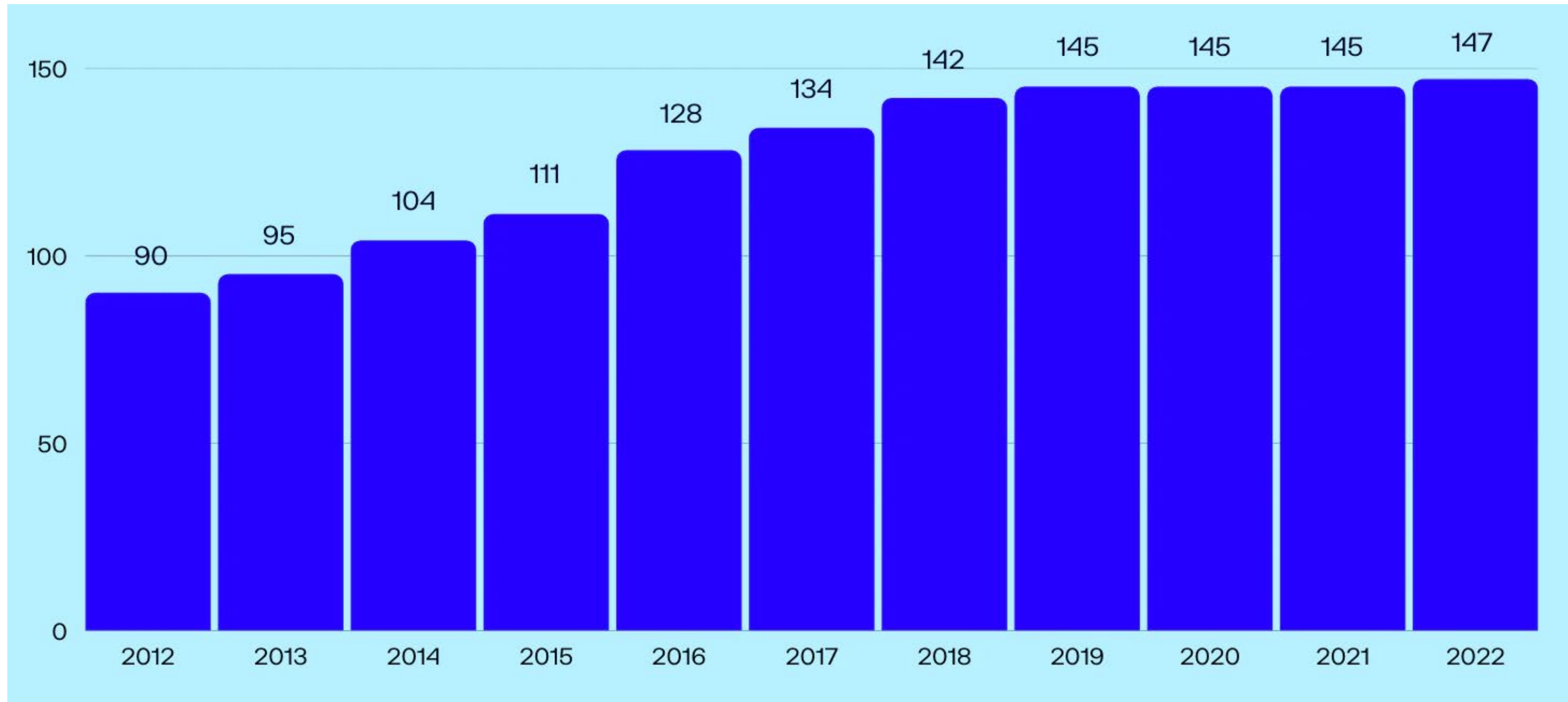
SOCIAL MEDIA MARKETING BASICS:

FACEBOOK, INSTAGRAM

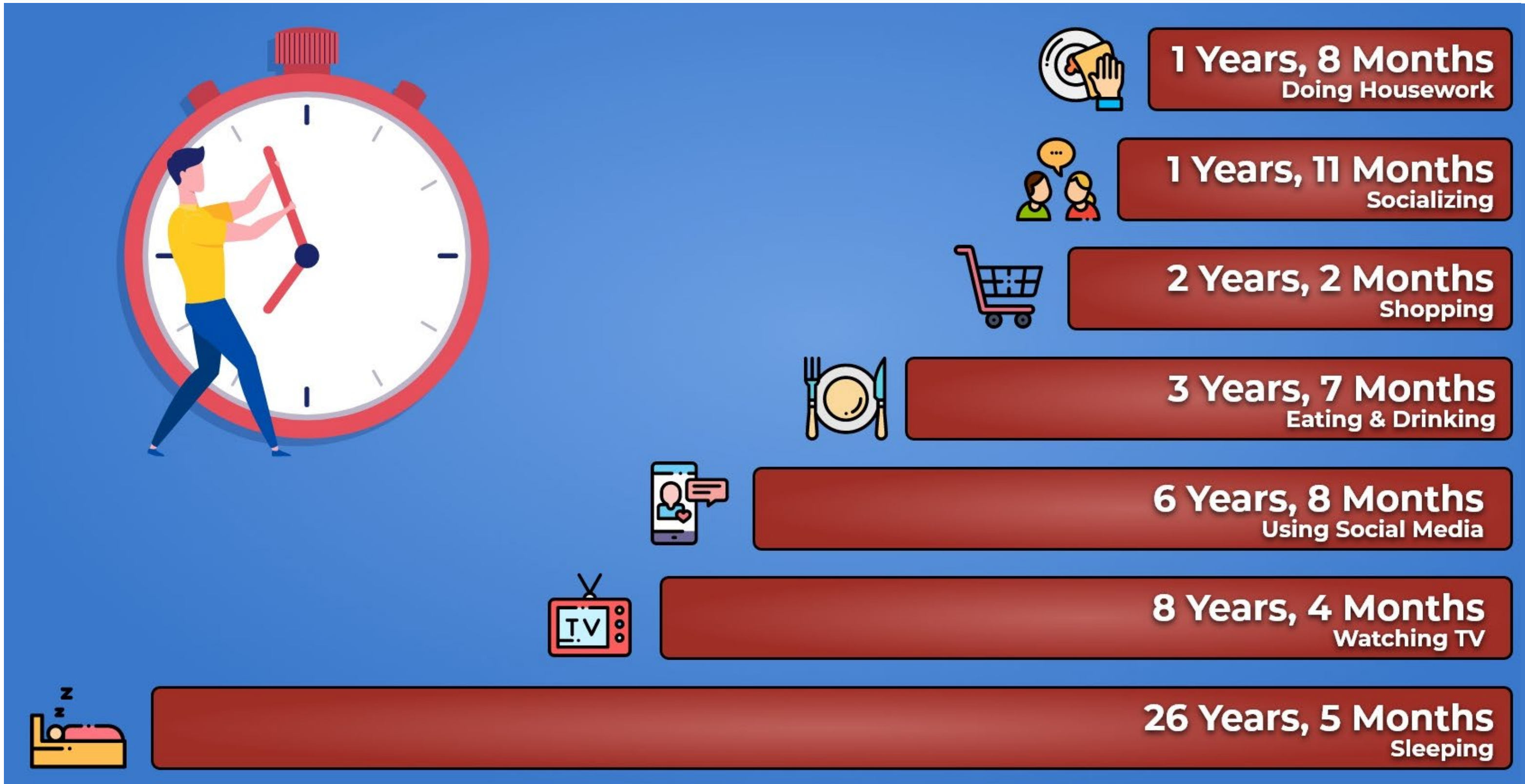
ZEIT IN SOZIALEN MEDIEN



Verbrachte
Zeit in
sozialen
Medien pro
Tag [Minuten]



ONLINE VERHALTEN

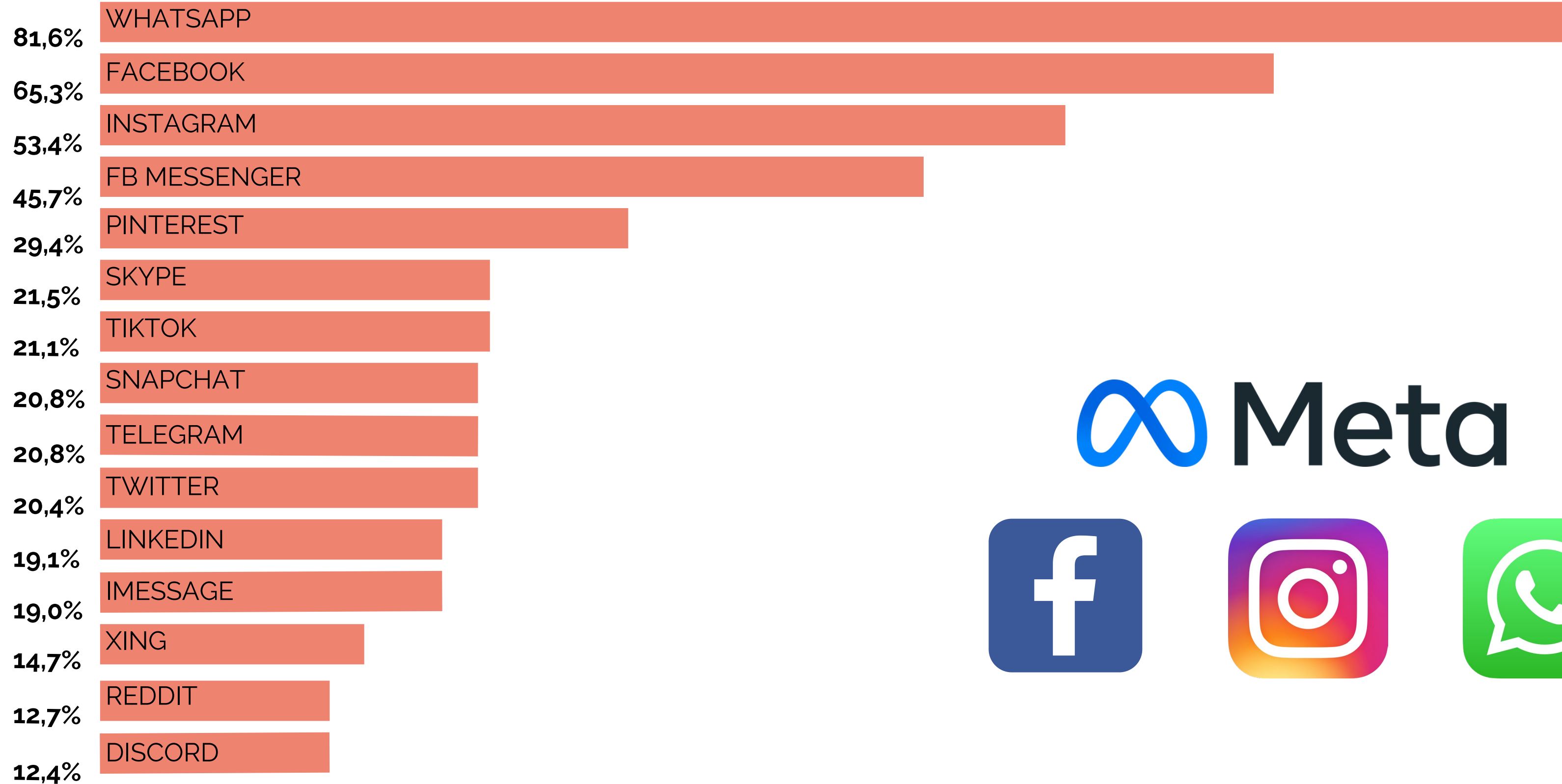


72 Jahre (WHO)
Ab 10 Jahren
3 462 390 Minuten
6 Jahre 8 Monate

USERZAHLEN AT 2022



ANTEIL DER MONATLICHEN NUTZUNG DURCH INTERNETNUTZER ZWISCHEN 16 UND 64 JAHREN



 Meta



FACEBOOK VS ZEITUNG



5,3 Millionen Nutzer*innen
59% der Bevölkerung



1,8 Millionen Leser*innen
23,9 % der Bevölkerung



752.000 Leser*innen
9,9 % der Bevölkerung

WOZU SOCIAL MEDIA

- Kommunikationskanal
- Community Building
- Angebote - Aktionen - Neuigkeiten bekannt machen
- Präsent bleiben
- Neukunden gewinnen



FACEBOOK VS INSTAGRAM



- klickbare Links
- Videolänge beliebig
- Stories (24h) möglich aber nicht so beliebt
- Interaktionsmöglichkeiten (Teilen, Unterschiedliche Reaktionen)
- Werbeanzeigen

- keine klickbaren Links außer in Bio (linktr.ee)
- Hashtags -> "Neue Reichweite"
- Videolänge max. 1 Minute (ausser IGTV)
- Stories (24h) beliebter
- Interaktionsmöglichkeiten (Like)
- Werbeanzeigen über Facebook Werbekonto
- Bildqualität essentiell

PRIVAT VS FIRMA



Privataccount (Profil)

- keine Werbung
- Freundschaftsanfragen
- Voraussetzung um Firmenaccount zu erstellen



Firmenaccount (Seite)

- Beiträge planen (Meta Business Suite)
- Veranstaltungen
- Werbung
- keine Freundschafts-anfragen



FACEBOOK ACCOUNT



- Eine Facebook-Seite erstellen
- Fotos hinzufügen
- Fügen Sie eine kurze Beschreibung hinzu
- Erstellen Sie einen Benutzernamen für Ihre Seite
- Seitenrollen einrichten
- Passen Sie Ihre Benachrichtigungen an
- Hinzufügen eines Seiten-CTAs

FACEBOOK ACCOUNT



1. Eine Facebook-Seite erstellen

[https:// www.facebook.com/ pages/ create/](https://www.facebook.com/pages/create/)

Seiteninformationen

Seitenname (erforderlich)

Verwende den Namen deines Unternehmens, deiner Marke, deiner Organisation oder einen Namen, der den Zweck der Seite erklärt. [Mehr dazu](#)

Kategorie (erforderlich)

Wähle eine Kategorie aus, um anzugeben, welche Art von Unternehmen, Organisation oder Thema die Seite darstellt. Du kannst bis zu 3 Kategorien hinzufügen.

Wir empfehlen, den Namen für Ihre Seite mit Bedacht zu wählen. Facebook lässt in den meisten Fällen nachträgliche Namensänderungen zu, aber das kann ein schwieriger und langwieriger Prozess sein.

Falls du das noch nicht getan hast, wirst du an dieser Stelle aufgefordert, dich bei Facebook anzumelden. Du musst Seiten über dein persönliches Facebook-Konto erstellen und verwalten; deine persönlichen Informationen werden jedoch nicht auf der Seite angezeigt, wenn du sie nicht hinzufügst.

FACEBOOK ACCOUNT

2. Fotos hinzufügen



Titelbild
empfohlen 820 x
312 px JPG od
PNG max 100KB

Profilbild
empfohlen
800 x 800 px
JPG od PNG



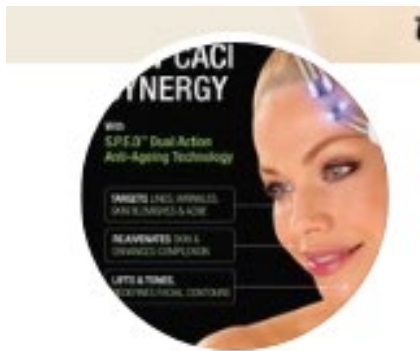
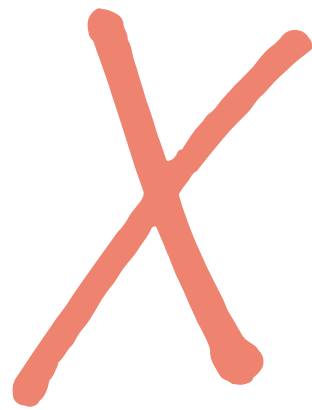
Gaube Kosmetik

@gaubekosmetik · ★ 4,8 (78 Bewertungen) ·
Bildung

✎ „Jetzt buchen“ bearbeiten

FACEBOOK ACCOUNT

2. Fotos hinzufügen



Permanent-Perfection N-Ireland
12. Februar · 🌐

Lip Blush Colour Boost after 3 years!
This Beautiful lady started this colour infusion preferring not to use li
filler!!
Perfect Enhancement 🙌
Tiny bit of bruising visible - this will disperse after 2 days!
I strive to create realistic effects with all my work.... [Mehr anzeigen](#)



Nina Kosmetik & Permanent ist hier: **Nina Kosmetik & Permanent.**
7. Februar · Fügen, Tirol · 🌐

...it's time to glow...



FACEBOOK ACCOUNT

3. Fügen Sie eine kurze Beschreibung hinzu

Beschreibung

|

Erkläre, was dein Unternehmen tut, welche Dienstleistungen du anbietest oder welchen Zweck deine Seite erfüllt.

Maximale Zeichenanzahl: 255

Fügen Sie ein bis zwei Sätze (oder maximal 255 Zeichen) über Ihr Unternehmen hinzu. Diese Beschreibung erscheint sowohl auf Ihrer Seite als auch in den Suchergebnissen, also halten Sie sie kurz und bündig. Aber scheuen Sie sich nicht, ein wenig von der Persönlichkeit Ihrer Marke zu zeigen!

**KEYWORDS
VERWENDEN**



FACEBOOK ACCOUNT



4. Erstellen Sie einen Benutzernamen für Ihre Seite

Name

Gaube Kosmetik

Benutzername

gaubekosmetik



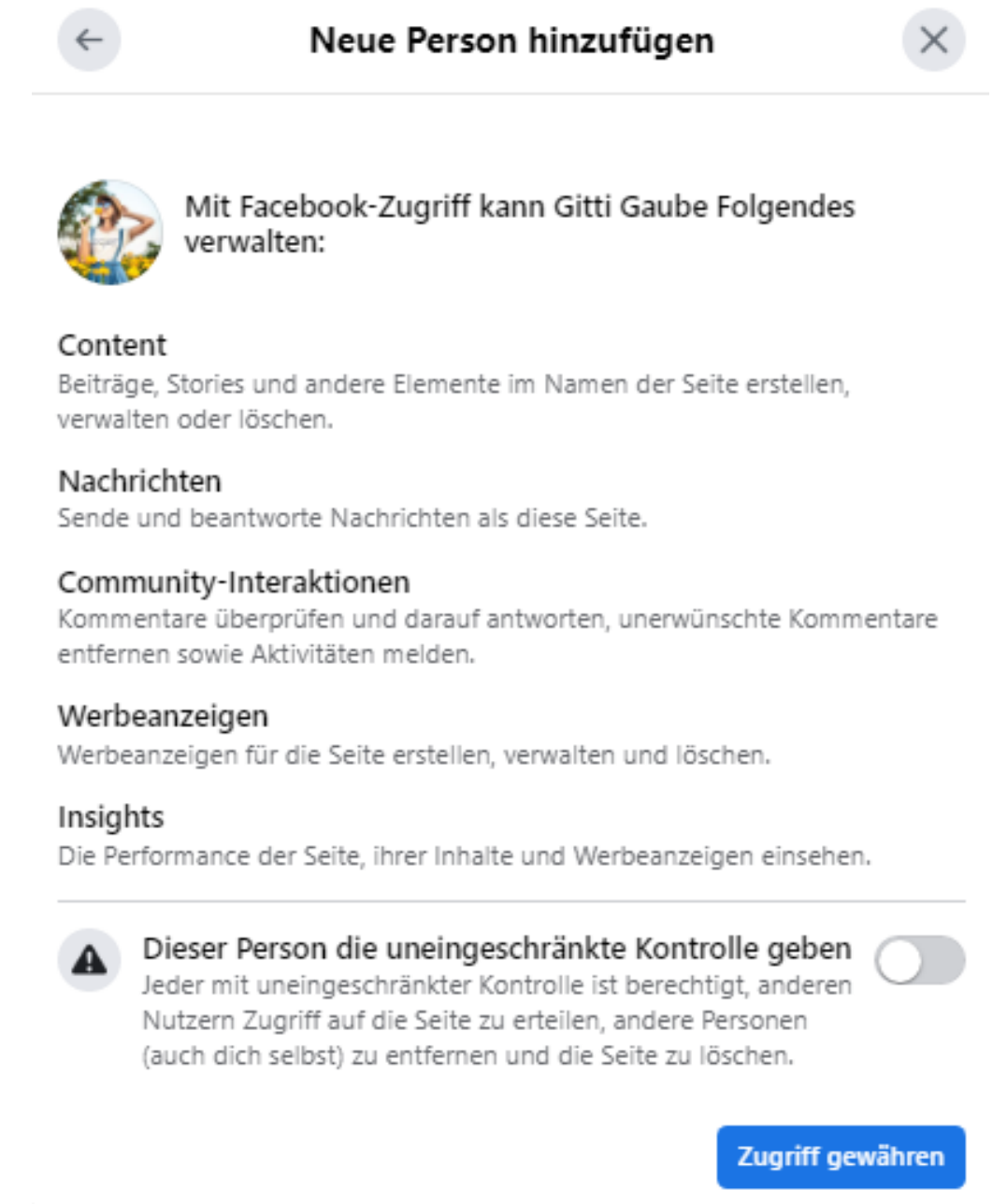
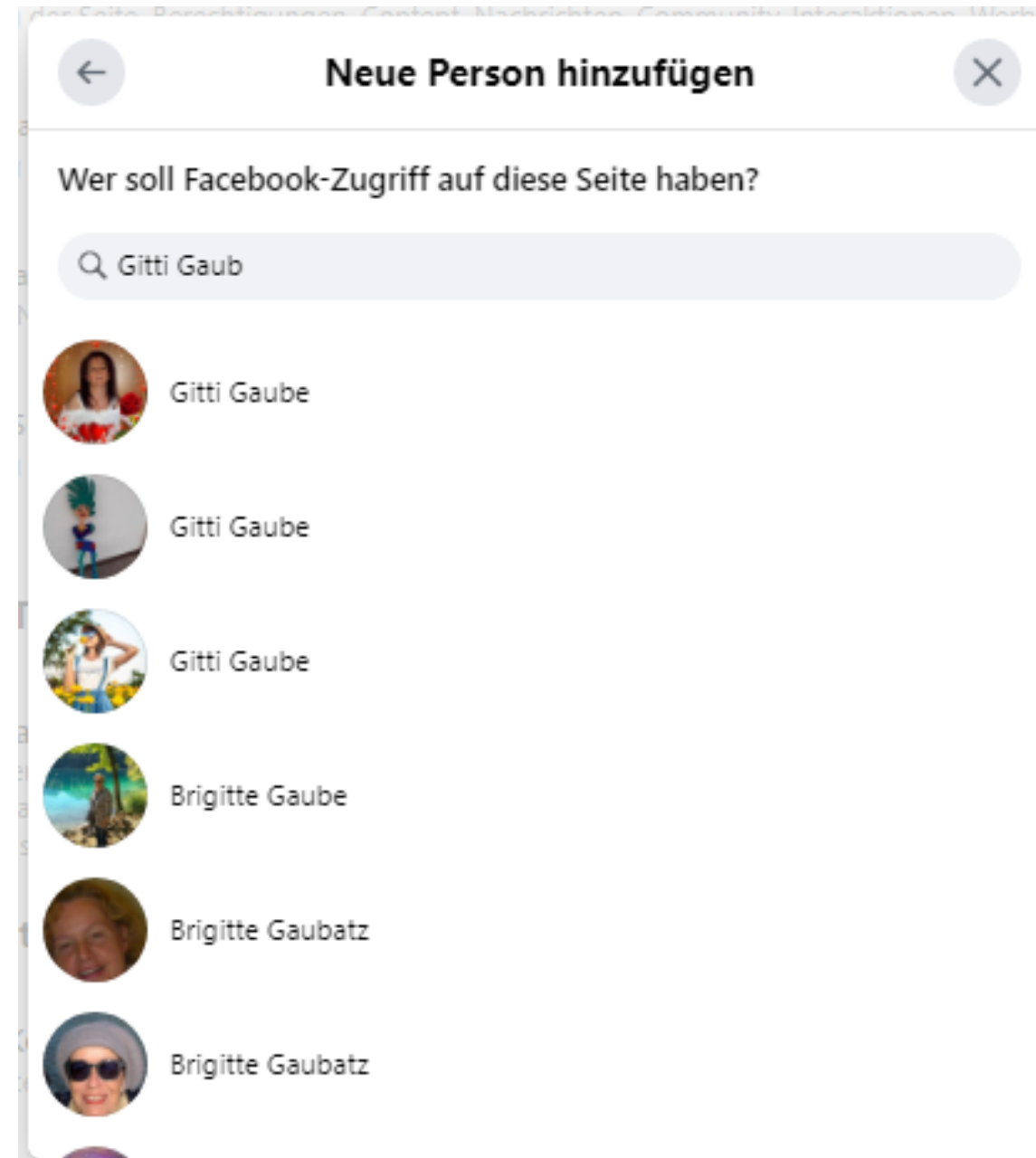
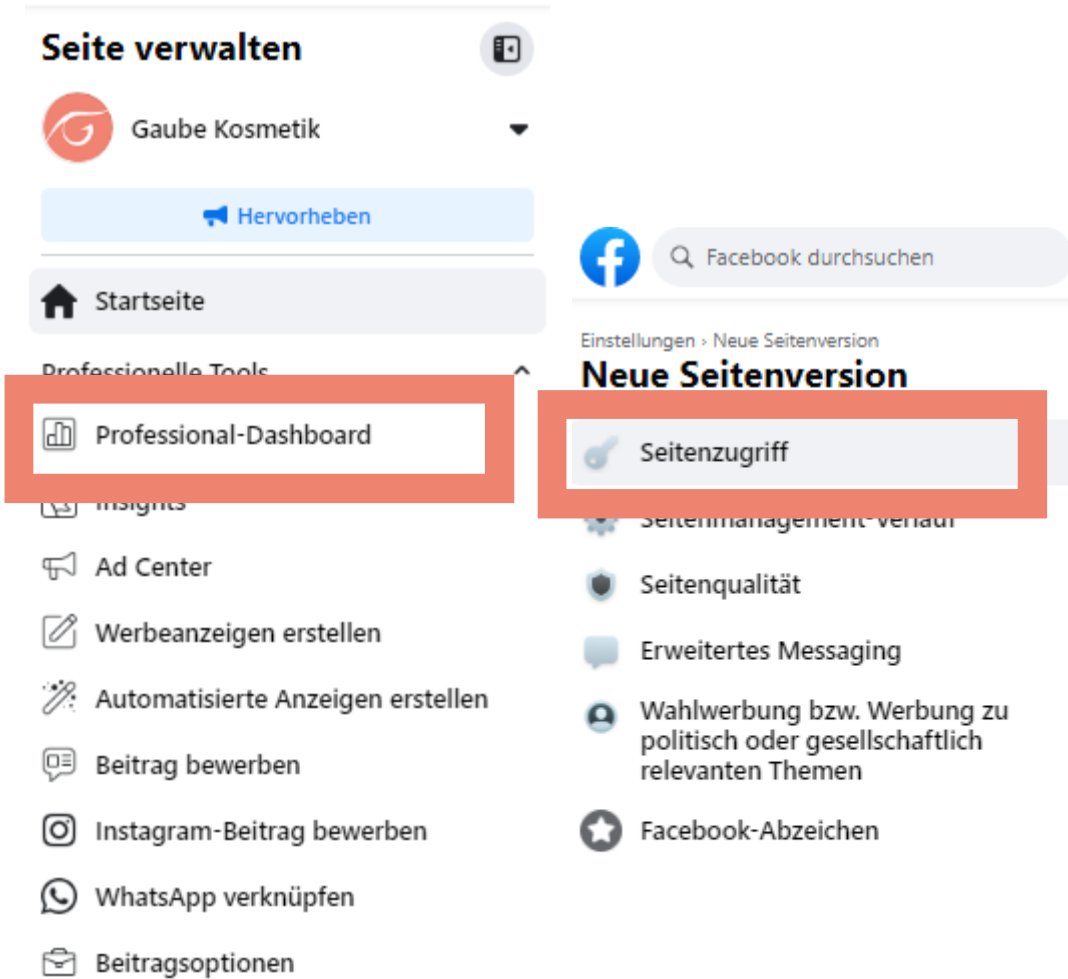
Es ist einfacher für andere Personen deine Seite in der Suche zu finden, wenn Sie einen eindeutigen Benutzernamen hat. Seiten mit Benutzernamen können auch benutzerdefinierte URLs erstellen, über die Personen die Seite besuchen und ihr eine Nachricht senden können.

Wenn wir `gaubekosmetik` als Benutzernamen wählen, können die Leute automatisch unsere Seite unter `fb.me/ gaubekosmetik` besuchen oder uns Nachrichten unter `m.me/ gaubekosmetik` schicken.

-> Chatfunktion überall wo man links posten kann

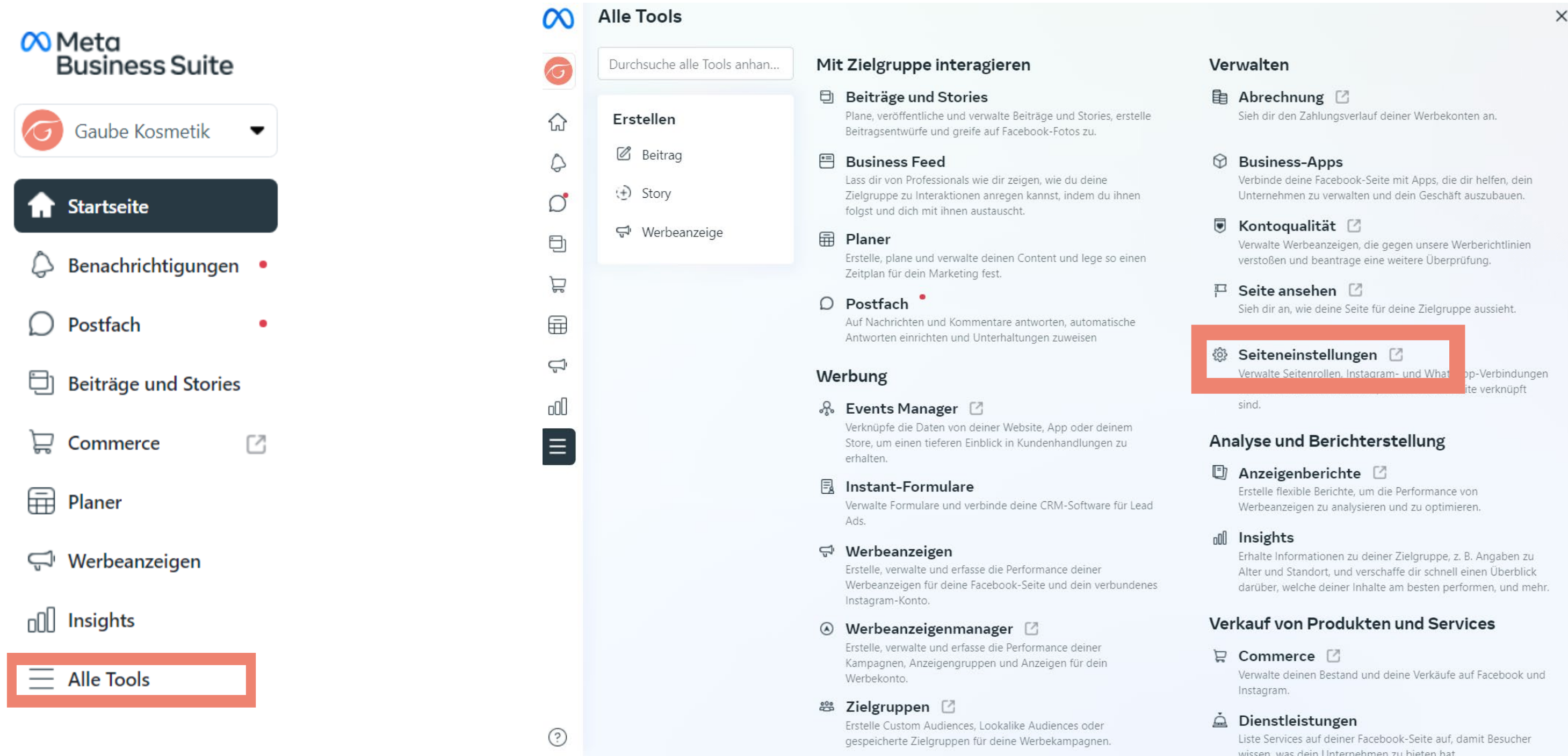
FACEBOOK ACCOUNT

5. Seitenrollen einrichten



FACEBOOK ACCOUNT

6. Benachrichtigungen anpassen



The screenshot displays the Meta Business Suite interface. On the left, a sidebar contains the 'Meta Business Suite' logo and a dropdown menu for 'Gaube Kosmetik'. Below this, a list of navigation options includes 'Startseite', 'Benachrichtigungen', 'Postfach', 'Beiträge und Stories', 'Commerce', 'Planer', 'Werbeanzeigen', 'Insights', and 'Alle Tools'. The 'Alle Tools' option is highlighted with a red rectangular box. The main content area, titled 'Alle Tools', features a search bar and a list of tools categorized into 'Erstellen', 'Mit Zielgruppe interagieren', 'Werbung', 'Verwalten', 'Analyse und Berichterstellung', and 'Verkauf von Produkten und Services'. The 'Seiteneinstellungen' option under the 'Verwalten' category is highlighted with a red rectangular box. The interface is in German and includes various icons for each tool.

Meta Business Suite

Gaube Kosmetik

Startseite

Benachrichtigungen

Postfach

Beiträge und Stories

Commerce

Planer

Werbeanzeigen

Insights

Alle Tools

Alle Tools

Durchsuche alle Tools anhand...

Erstellen

- Beitrag
- Story
- Werbeanzeige

Mit Zielgruppe interagieren

- Beiträge und Stories**
Plane, veröffentliche und verwalte Beiträge und Stories; erstelle Beitragsentwürfe und greife auf Facebook-Fotos zu.
- Business Feed**
Lass dir von Professionals wie dir zeigen, wie du deine Zielgruppe zu Interaktionen anregen kannst, indem du ihnen folgst und dich mit ihnen austauscht.
- Planer**
Erstelle, plane und verwalte deinen Content und lege so einen Zeitplan für dein Marketing fest.
- Postfach**
Auf Nachrichten und Kommentare antworten, automatische Antworten einrichten und Unterhaltungen zuweisen

Werbung

- Events Manager**
Verknüpfe die Daten von deiner Website, App oder deinem Store, um einen tieferen Einblick in Kundenhandlungen zu erhalten.
- Instant-Formulare**
Verwalte Formulare und verbinde deine CRM-Software für Lead Ads.
- Werbeanzeigen**
Erstelle, verwalte und erfasse die Performance deiner Werbeanzeigen für deine Facebook-Seite und dein verbundenes Instagram-Konto.
- Werbeanzeigenmanager**
Erstelle, verwalte und erfasse die Performance deiner Kampagnen, Anzeigengruppen und Anzeigen für dein Werbekonto.
- Zielgruppen**
Erstelle Custom Audiences, Lookalike Audiences oder gespeicherte Zielgruppen für deine Werbekampagnen.

Verwalten

- Abrechnung**
Sieh dir den Zahlungsverlauf deiner Werbekonten an.
- Business-Apps**
Verbinde deine Facebook-Seite mit Apps, die dir helfen, dein Unternehmen zu verwalten und dein Geschäft auszubauen.
- Kontoqualität**
Verwalte Werbeanzeigen, die gegen unsere Werberichtlinien verstoßen und beantrage eine weitere Überprüfung.
- Seite ansehen**
Sieh dir an, wie deine Seite für deine Zielgruppe aussieht.
- Seiteneinstellungen**
Verwalte Seitenrollen, Instagram- und WhatsApp-Verbindungen und andere Einstellungen, die mit deiner Seite verknüpft sind.

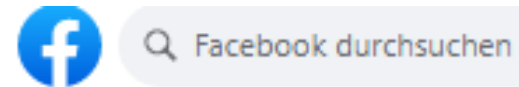
Analyse und Berichterstellung

- Anzeigenberichte**
Erstelle flexible Berichte, um die Performance von Werbeanzeigen zu analysieren und zu optimieren.
- Insights**
Erhalte Informationen zu deiner Zielgruppe, z. B. Angaben zu Alter und Standort, und verschaffe dir schnell einen Überblick darüber, welche deiner Inhalte am besten performen, und mehr.

Verkauf von Produkten und Services

- Commerce**
Verwalte deinen Bestand und deine Verkäufe auf Facebook und Instagram.
- Dienstleistungen**
Liste Services auf deiner Facebook-Seite auf, damit Besucher wissen, was dein Unternehmen zu bieten hat.

FACEBOOK ACCOUNT



Einstellungen

- Gaube Kosmetik
- Privatsphäre
- Neue Seitenversion
- Benachrichtigungen**
- Verknüpfte Konten
- Support-Postfach
- Videos

Benachrichtigungseinstellungen

Facebook kann dir unabhängig von deinen bevorzugten Benachrichtigungseinstellungen weiterhin wichtige Benachrichtigungen zu deinem Konto und deinen Inhalten senden.

Welche Benachrichtigungen möchtest du erhalten?

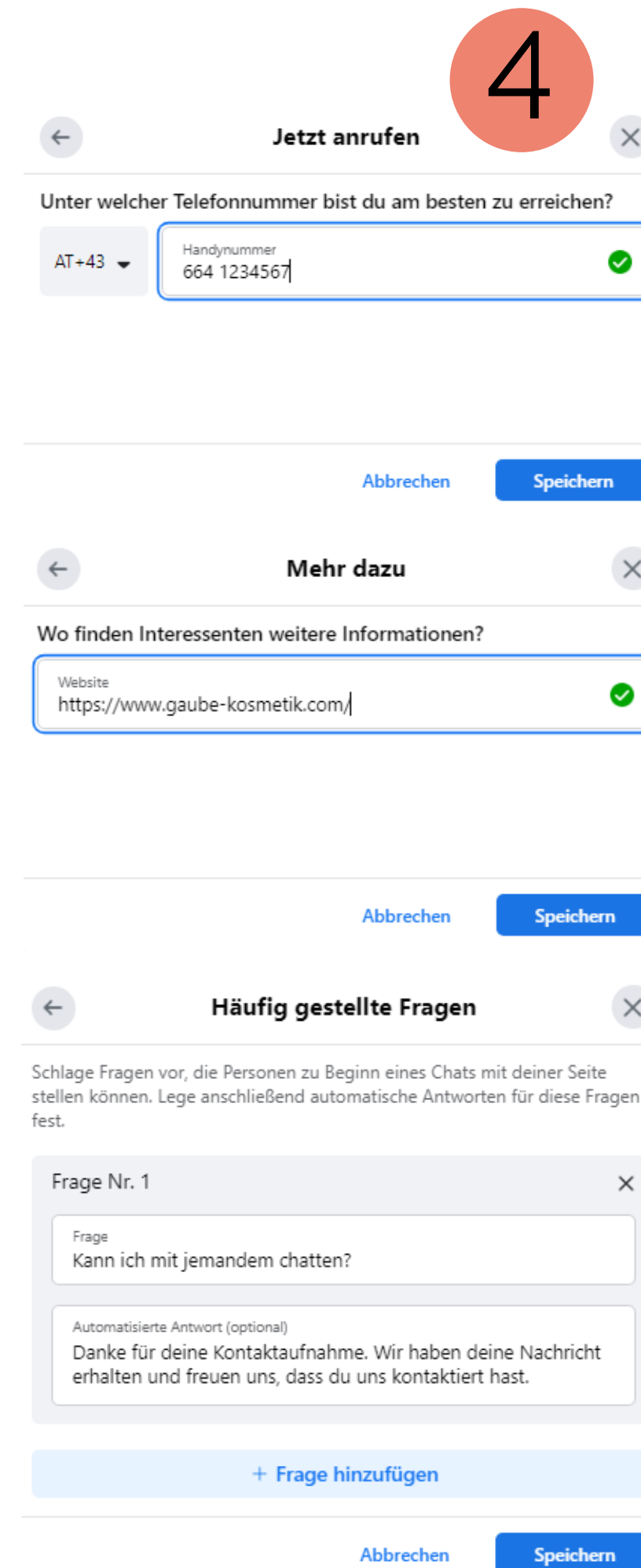
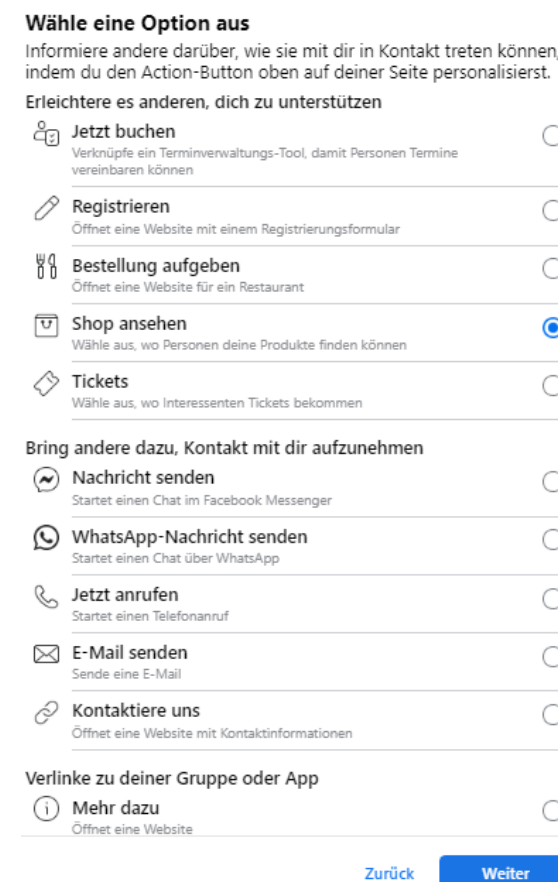
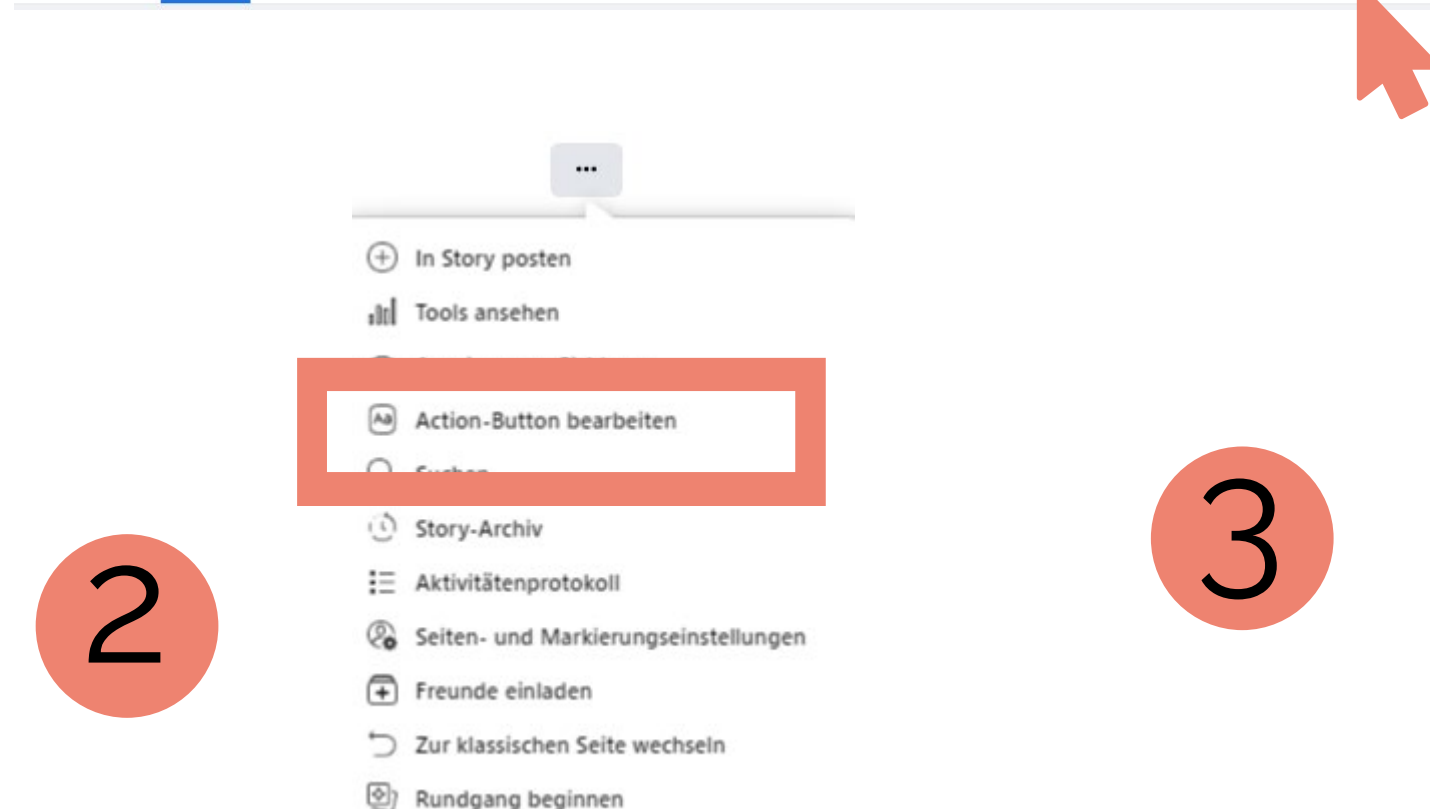
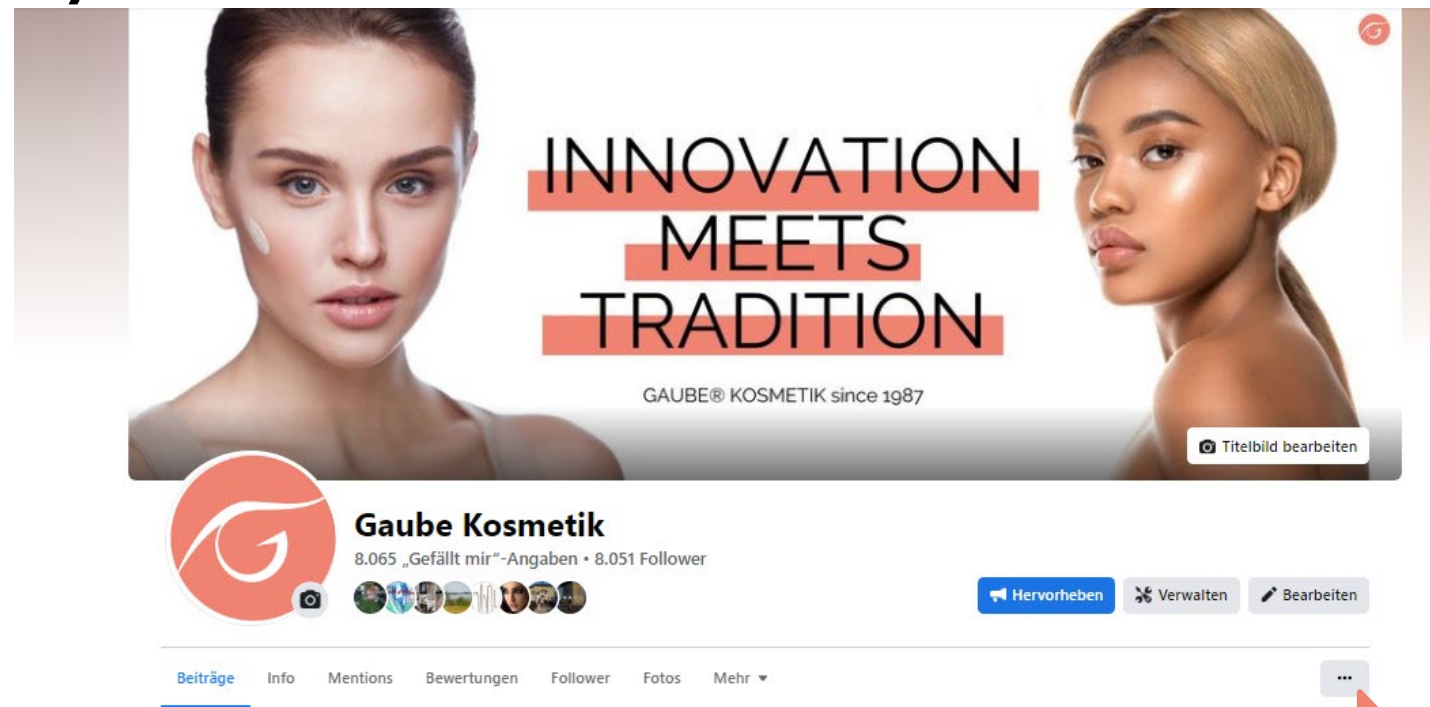
- Markierungen**
Nur in der App
- Erinnerungen**
Nur in der App
- Weitere Aktivitäten zu deiner Seite**
Nur in der App
- Gruppen**
Nur in der App
- Videos**
Nur in der App
- Veranstaltungen**
Nur in der App
- Stages**
Nur in der App
- Seiten und Profile, die du verwaltest**
Nur in der App
- Seiten und Profile, denen deine Seite folgt**
Nur in der App
- Spendenaktionen und Krisensituationen**
Nur in der App
- Wahlerinnerungen**
Nur in der App
- Facebook-App-Nachrichten**
Nur in der App
- Weitere Benachrichtigungen**
Nur in der App

So erhältst du Benachrichtigungen

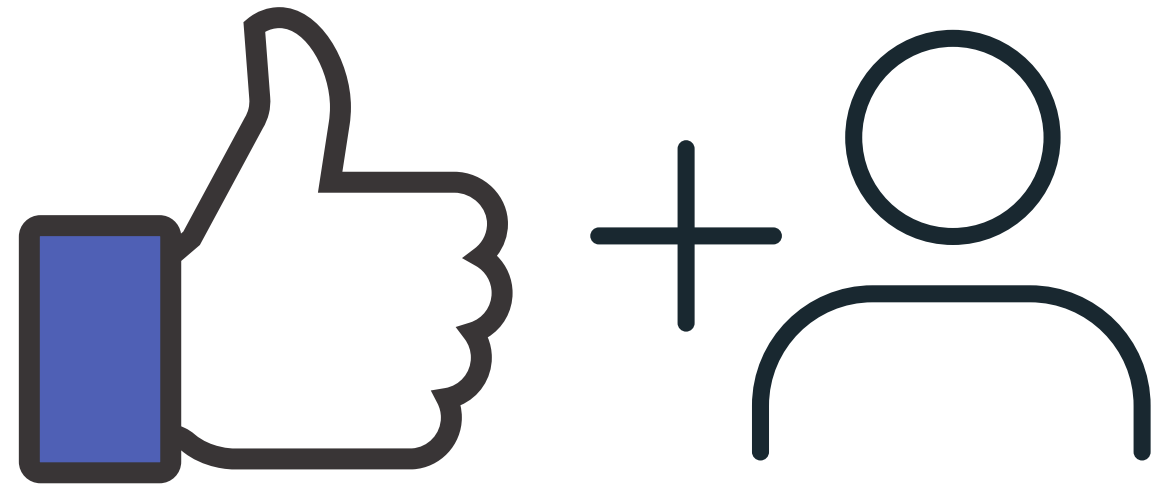
- Browser**
- E-Mail**
Keine Angabe • Füge eine E-Mail-Adresse hinzu

FACEBOOK ACCOUNT

7. CTA (Call to Action) HINZUFÜGEN



FACEBOOK ACCOUNT



SEITENLIKES/ FOLLOWER

Ein "Seitenlike" bedeutet, dass ein Nutzer die Hand hebt und sich bewusst dafür entscheidet, Updates Ihres Unternehmens in seinem News Feed zu sehen.



FB - Algorithmus

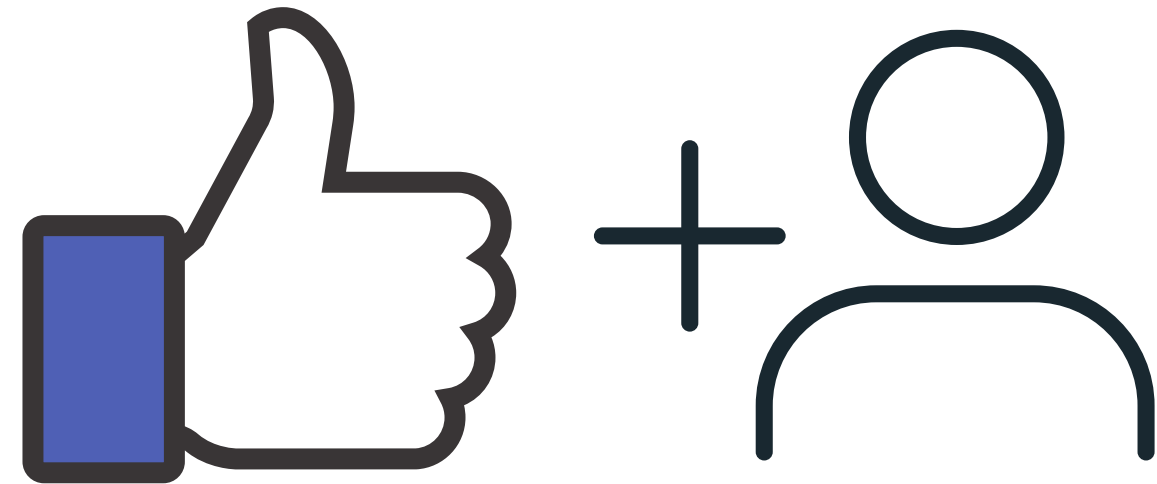
FREUNDE

=

KUNDEN



FACEBOOK ACCOUNT



- Werbeanzeigen
- Folge uns auch auf Facebook
- Nach der Behandlung
- Bei Kundenkontakt

FACEBOOK ACCOUNT



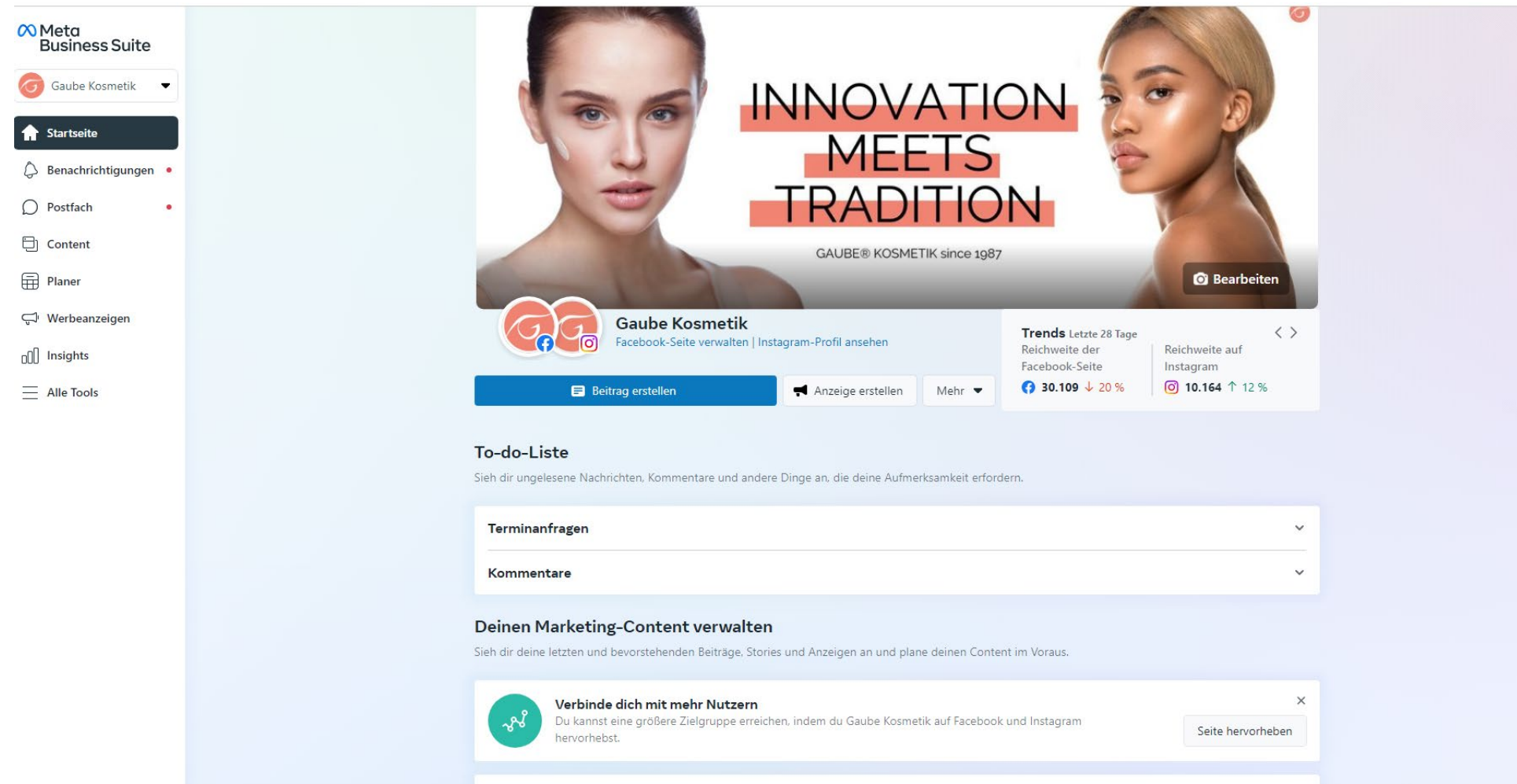
Buyer Personas sind fiktive, verallgemeinerte Darstellungen Ihres idealen Kunden, die Ihnen helfen, Ihre (reale) Zielgruppe besser zu verstehen. Ganz gleich, ob Sie im Marketing, im Vertrieb, in der Produktentwicklung oder im Dienstleistungsbereich tätig sind, mit Buyer Personas können Sie Ihre Inhalte, Ihr Produkt oder Ihr Verhalten so anpassen, dass Sie Ihren Zielkunden besser kennenlernen.

Das Gleiche gilt für Facebook. Wenn Sie die Herausforderungen und Ziele Ihrer Persona verstehen, können Sie bestimmen, welche Inhalte am besten zu posten sind, und die Positionierung entsprechend anpassen.

Dann werfen Sie einen Blick auf Ihre Konkurrenten. Untersuchen Sie deren Facebook-Seiten und bewerten Sie sie anhand einiger Schlüsselfaktoren:

- Visuelle Qualität
- Häufigkeit der Beiträge
- Inhaltliche Mischung
- Engagement für Beiträge (Likes, Kommentare und Shares)
- Reaktionszeit und Qualität des Unternehmens

META BUSINESS SUITE



Die Meta Business Suite ist die zentrale Anlaufstelle für die Verwaltung deiner Marketing- und Werbeaktivitäten auf Facebook und Instagram. Sie vereint Tools, die dir dabei helfen, über alle Apps mit deinen Kund*innen in Kontakt zu treten und bessere Geschäftsergebnisse zu erzielen.



<https://www.facebook.com/business/tools/meta-business-suite>



FACEBOOK ACCOUNT



Social Media-Inhalte im Vorfeld Planen

Social-Media-Manager jonglieren tagtäglich mit vielen Aufgaben: Inhalte auf mehreren Kanälen posten, auf Kommentare reagieren, Erwähnungen Ihrer Marke überwachen, sich über aktuelle Trends informieren. Das Letzte, was Sie wollen, ist, zwei Minuten vor Ihrem 9-Uhr-Termin noch einen Beitrag zu finden, den Sie veröffentlichen können.

Wie schaffen es Social-Media-Manager, mit all diesen Beiträgen, die sie veröffentlichen müssen, Schritt zu halten? Indem sie einen Kalender für Social Media-Inhalte verwenden. Wie der Name schon sagt, handelt es sich bei einem Kalender für soziale Medien um eine Tabelle, in der Sie die Beiträge im Voraus aufschreiben und für bestimmte Zeiten einplanen. Ein Inhaltskalender hilft Ihnen nicht nur dabei, den Überblick über die Links zu behalten, sondern erleichtert auch die Bewertung der Gesamtmischung aus Format und Thema, die Sie veröffentlichen.

FACEBOOK ACCOUNT

Posts vorausplanen (FB und Insta)



Gaube Kosmetik

Facebook durchsuchen

Seite verwalten

Gaube Kosmetik

Hervorheben

Startseite

Professionelle Tools

Professional-Dashboard

Insights

Ad Center

Werbeanzeigen erstellen

Automatisierte Anzeigen erstellen

Beitrag bewerben

Instagram-Beitrag bewerben

WhatsApp verknüpfen

Beitragsoptionen

Gaube Kosmetik

Professional-Dashboard

Übersicht

Insights

Startseite

Deine Seite

Beiträge

Zielgruppe

Zielgruppe vergrößern

Ad Center

Lade Freunde ein, dir zu folgen

Deine Tools

Veranstaltungen

Seitenzugriff

Messaging-Einstellungen

Verknüpfte Konten

Top-Fans

Business-Apps

Tool-Empfehlungen

Moderation Assist

Kostenpflichtige Onlineveranstaltungen

Nonprofit Manager

Meta Business Suite

Hilfe und Tipps

Verhilf deiner Seite zum Erfolg

Leitfaden für neue Seiten

Hilfebereich für Unternehmen

Meta Business Suite

Gaube Kosmetik

Startseite

Benachrichtigungen

Postfach

Beiträge und Stories

Commerce

Planer

Werbeanzeigen

Insights

Alle Tools

Planer

Erstelle, plane und verwalte deinen Content und lege so einen Zeitplan für dein Marketing fest.

Erstellen

Woche

Monat

<

Heute

>

September 2022

Content-Art: Alle

Geteilt auf: Alle

Sonntag	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag
28 11:28 11:28	29 16:21 16:26	30 09:32 09:32 + 10 weitere	31 17:17 17:17	1	2	3 05:03 05:03 + 3 weitere
4 17:44 17:44	5 13:20 13:20	6	7 14:55 14:55 + 2 weitere	8 15:54 15:54 + 3 weitere	9	10
11	12 19:00	13 10:03 16:16 + 1 weitere	14 10:07 10:07	15 19:19 19:19	16 11:51 11:51	17
18 11:15 11:20	19	20 14:19 14:19 + 2 weitere	21 12:03 12:03 + 4 weitere	22 10:01 10:06	23 10:00 10:04 + 6 weitere	24 10:00 10:01
25	26	27	28	29	30	1

Beitragsentwürfe

Keine Beitragsentwürfe

Du hast noch keine Beitragsentwürfe verfasst.

Beitrag erstellen

FACEBOOK ACCOUNT

Posts vorausplanen (FB und Insta)



Neuer Beitrag

Auf Facebook und Instagram veröffentlichen

☒

 Gaube Kosmetik

☒

 gaube_kosmetik

In Facebook-Gruppen veröffentlichen [Weitere Gruppen ansehen](#)

☐

 Seminare - Vorträge - Workshops
Öffentliche Gruppe • 15982 Mitglieder

Text

Medien

Teile Fotos oder ein Video. Ein Instagram-Beitrag darf nicht mehr als 10 Fotos beinhalten.

 Foto hinzufügen

 Video hinzufügen

 Vorlage verwenden

Standort · Optional

FacebookInstagram

Passe deinen Facebook-Beitrag an

Diese Funktionen und dieser Text werden nur in deinem Beitrag im Facebook News Feed angezeigt.

Facebook-Text



Call to Action

☐ Nachrichten erhalten

Link-Vorschau · Optional 

Gib einen Link ein

 Gefühl/Aktivität hinzufügen

Spenden sammeln

Füge einen Button zu deinem Beitrag hinzu, um Spenden für eine

Desktop News Feed



Vorschau nicht verfügbar

Füge Medien oder Text zu deinem Beitrag hinzu, um für diesen eine Vorschau zu sehen.

☐ Beitrag bewerben

 Zeiten mit hoher Aktivität

Veröffentlichen

INSTAGRAM ACCOUNT



**gaube_kosmetik**
[Profilbild ändern](#)

Name

Gaube Kosmetik International ©

Anhand des Namens, unter dem man dich kennt, können andere Personen dein Konto leichter finden. Verwende deshalb deinen vollständigen Namen, Spitznamen oder Geschäftsnamen.

Du kannst deinen Namen nur zweimal innerhalb von 14 Tagen ändern.

Benutzername

gaube_kosmetik

In den meisten Fällen hast du noch weitere 14 Tage Zeit, um deinen Benutzernamen zurück zu gaube_kosmetik zu ändern.
[Mehr dazu](#)

Website

<https://www.gaube-kosmetik.com/>

Steckbrief

Start your Beauty-career with Gaube Kosmetik®! ☒

- Permanent Make-up
- Microblading
- Lashes
- Microneedling
- BB-Glow
- Scalp / paraMED

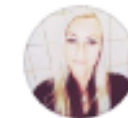
Kontakt auf Instagram

Heute



_proles33 folgt dir jetzt. 1 Std.

[Folgen](#)



kathi201279 folgt dir jetzt. 12 Std.

[Folgen](#)

BENACHRICHTIGUNGEN



FEED

Vorschläge für dich

[Alle ansehen](#)



studionadinesuess

Folgt dir

[Folgen](#)



design_current_

Neu auf Instagram

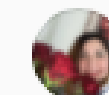
[Folgen](#)



gesundheitspraxisisik

eylemisik_ ist Follower

[Folgen](#)



krasnikowmargarita

grunwald_anna ist Follower

[Folgen](#)



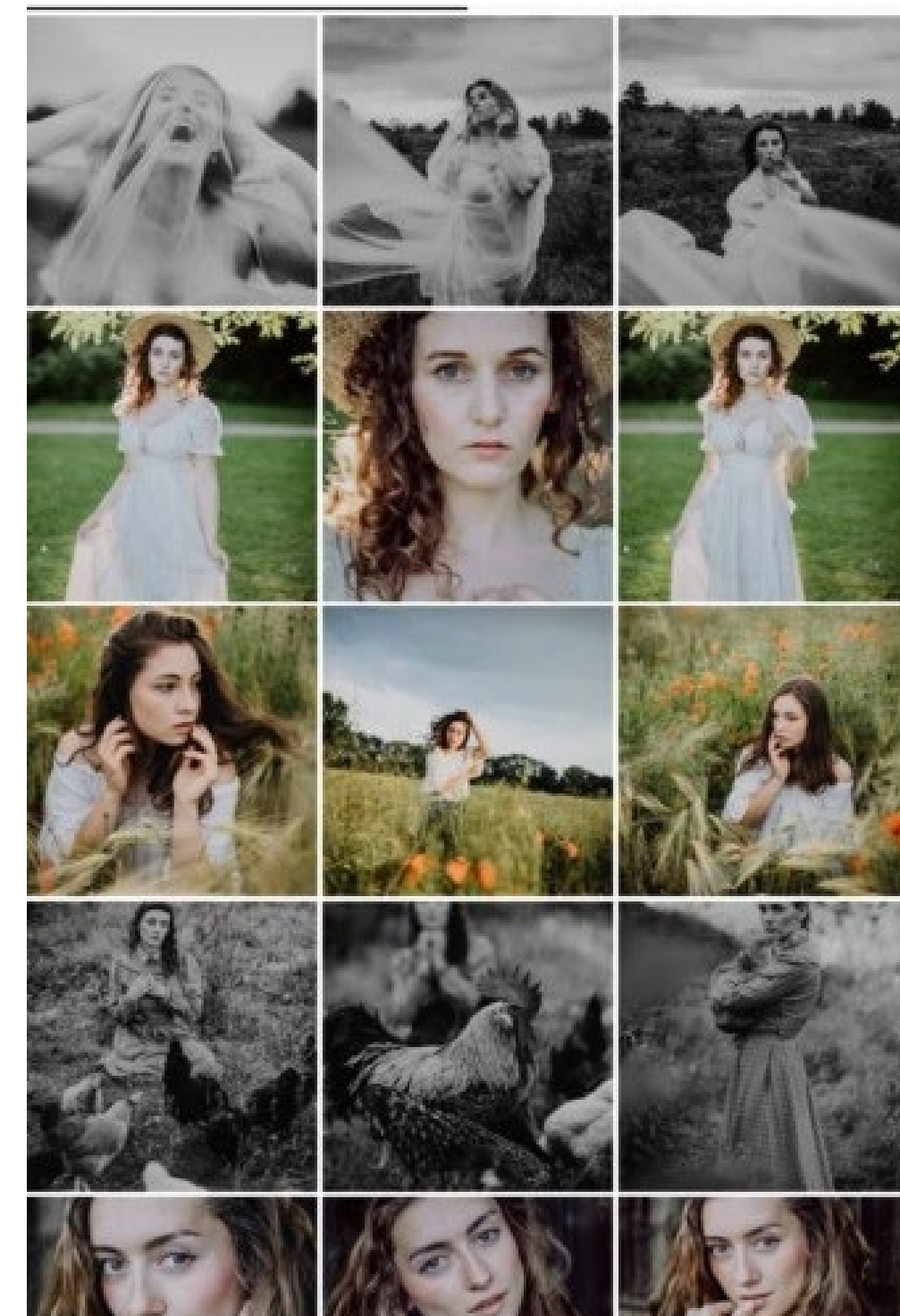
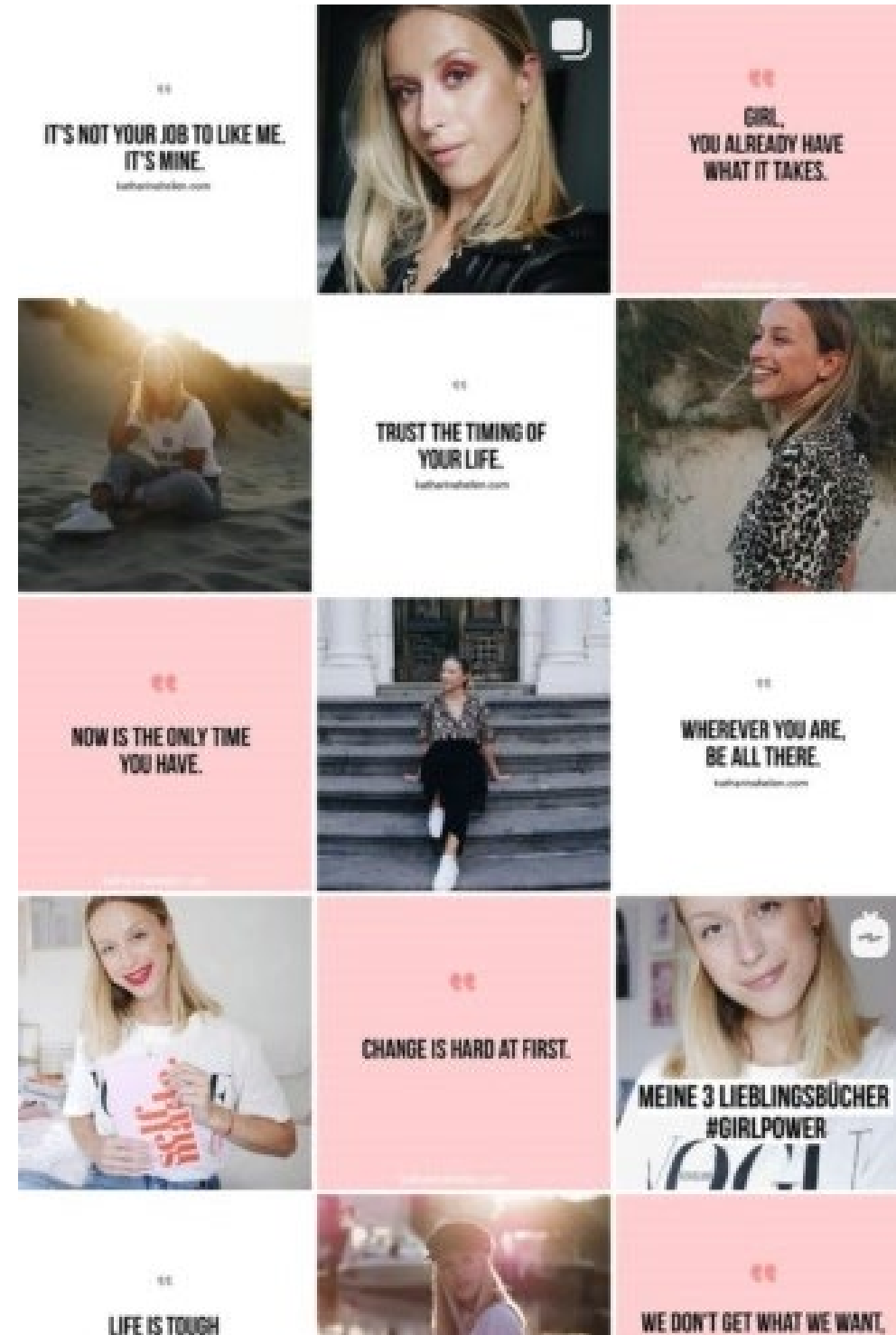
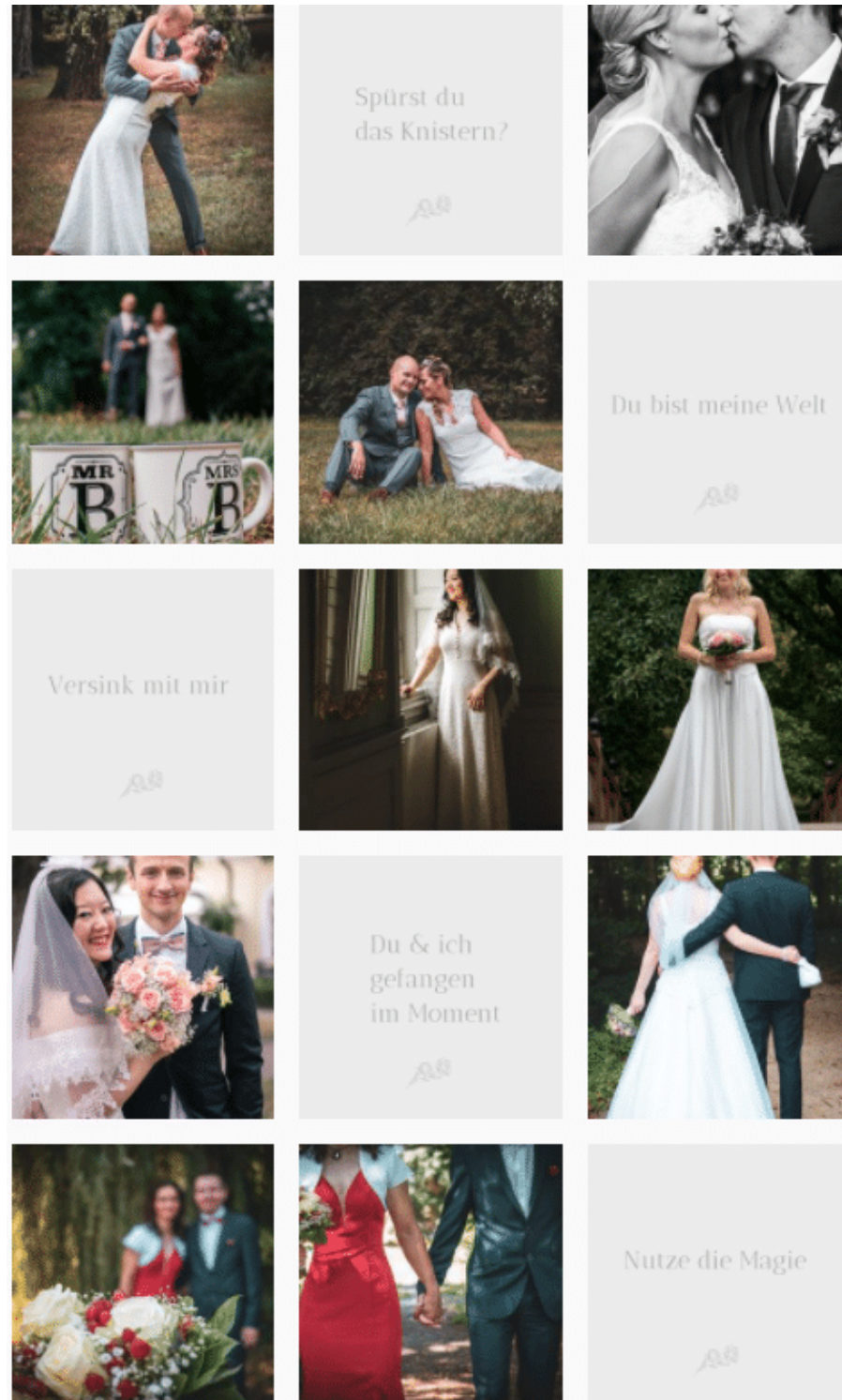
exuvianceexuviance

esthetique_by_manuela und 10 weit...

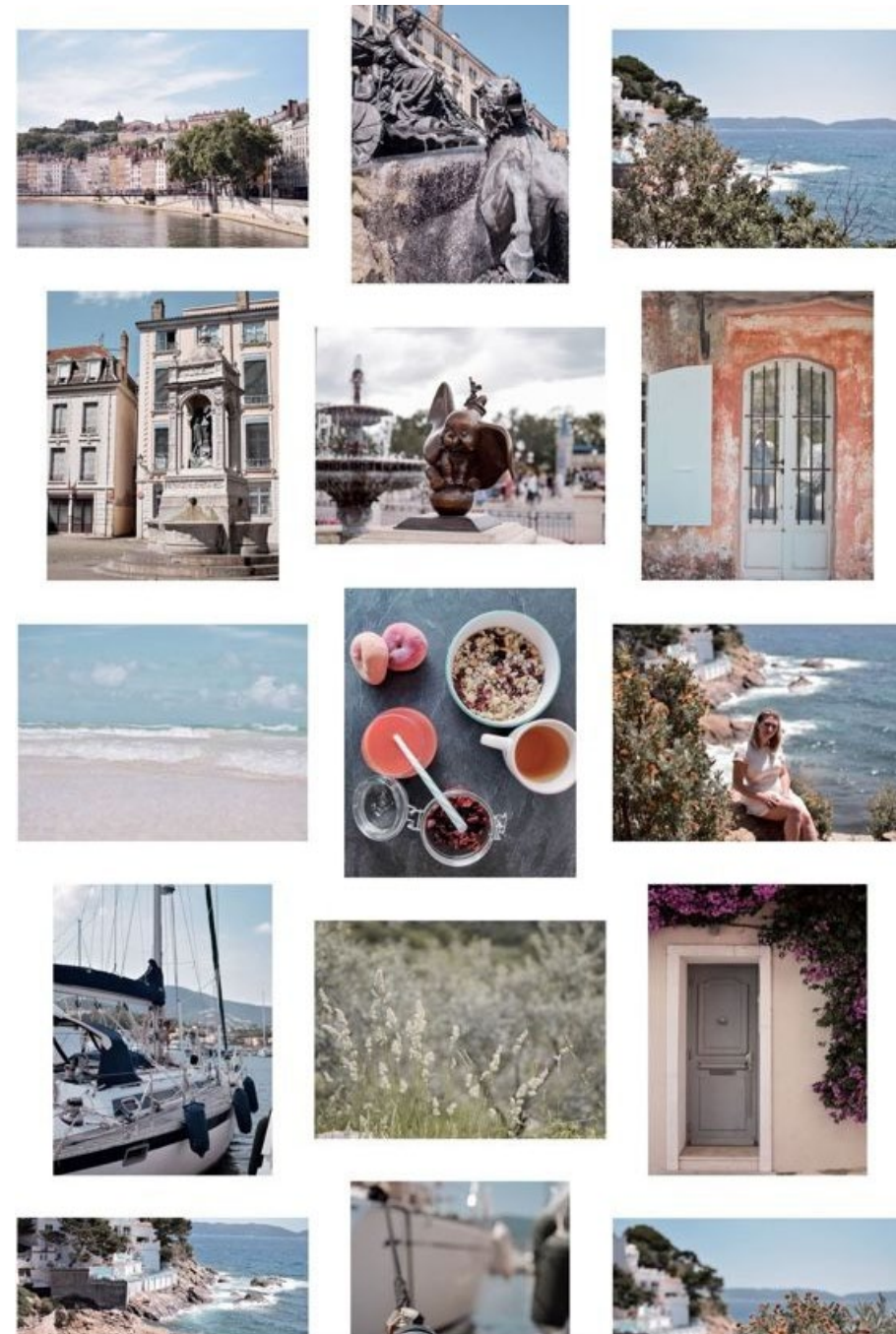
[Folgen](#)

VORSCHLÄGE

INSTAGRAM ACCOUNT



INSTAGRAM ACCOUNT



INSTAGRAM ACCOUNT



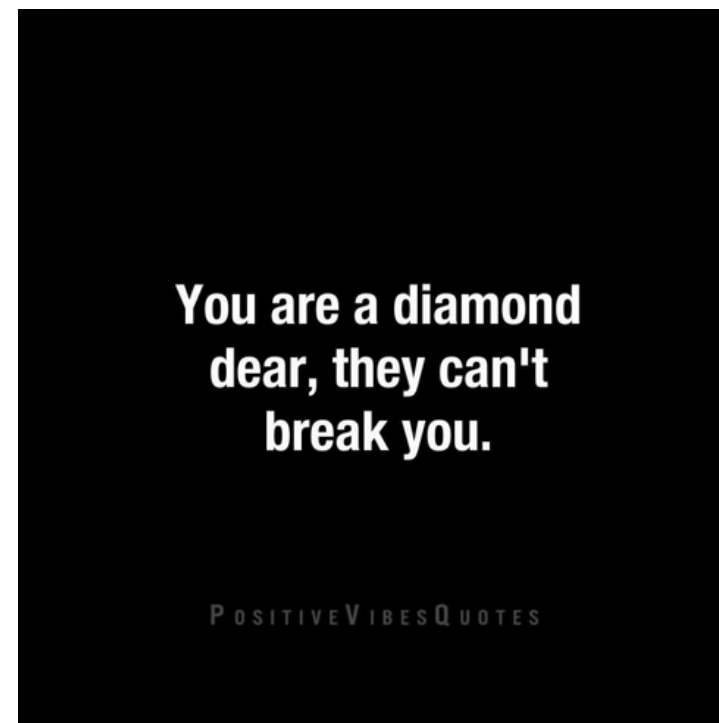
1

Nutzung von Instagram zum Teilen von Portfolio-Inhalten, damit die Follower Ihr Produkt (oder Ihre Dienstleistung) in Aktion sehen können.



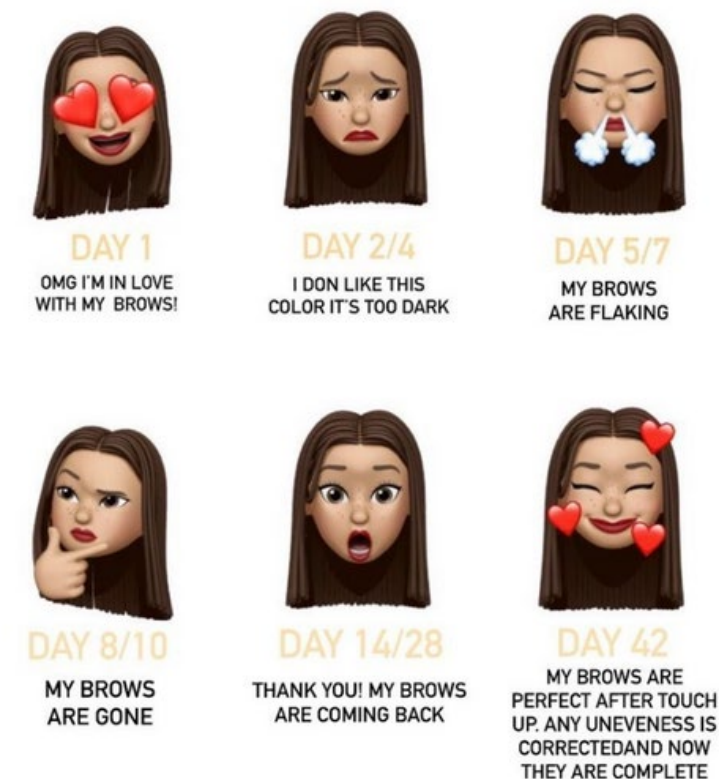
2

Vielleicht sind Sie auf Instagram einfach nur, um Ihre Marke bekannt zu machen, indem Sie motivierende Zitate und lustige Bilder posten



3

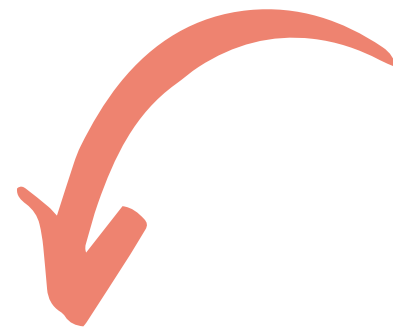
Vielleicht möchten Sie Instagram nutzen, um nutzergenerierte Inhalte zu teilen, damit Ihre Follower sehen können, wie Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung von echten Menschen genutzt wird.



HASHTAGS INSTAGRAM



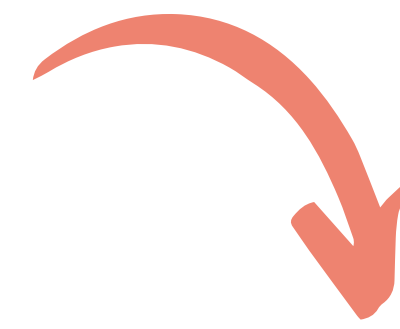
permanentmakeup



Neueste Beiträge



NEUE
FOLLOWER



Top-Beiträge



<https://www.instagram.com/explore/tags/permanentmakeup/?hl=de>

HASHTAGS INSTAGRAM



Großer Hashtag
(viele Beiträge)



Kleiner Hashtag
(wenig Beiträge)

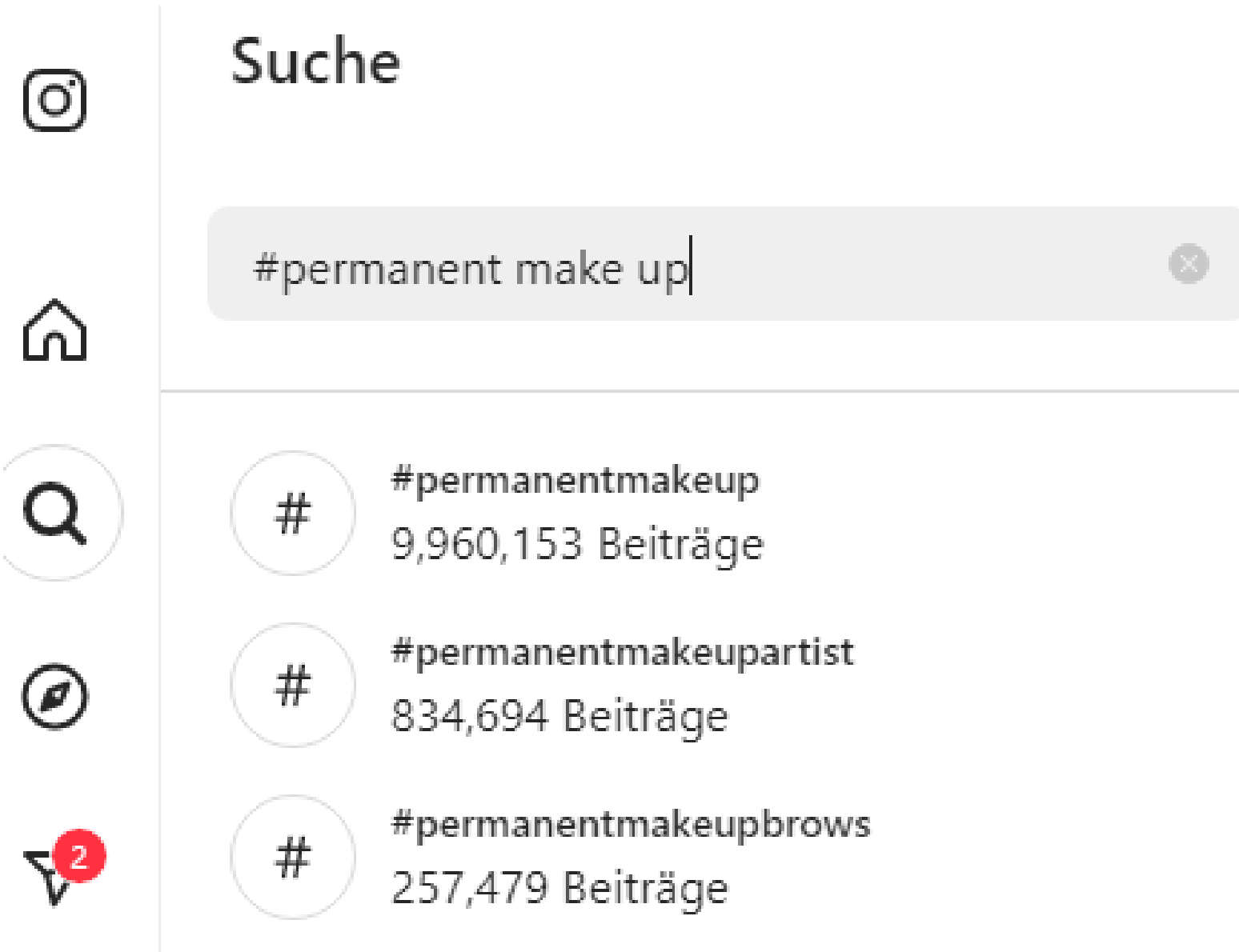


Aktiver Hashtag
(viele neue Beiträge)



Inaktiver Hashtag
(wenig neue Beiträge)

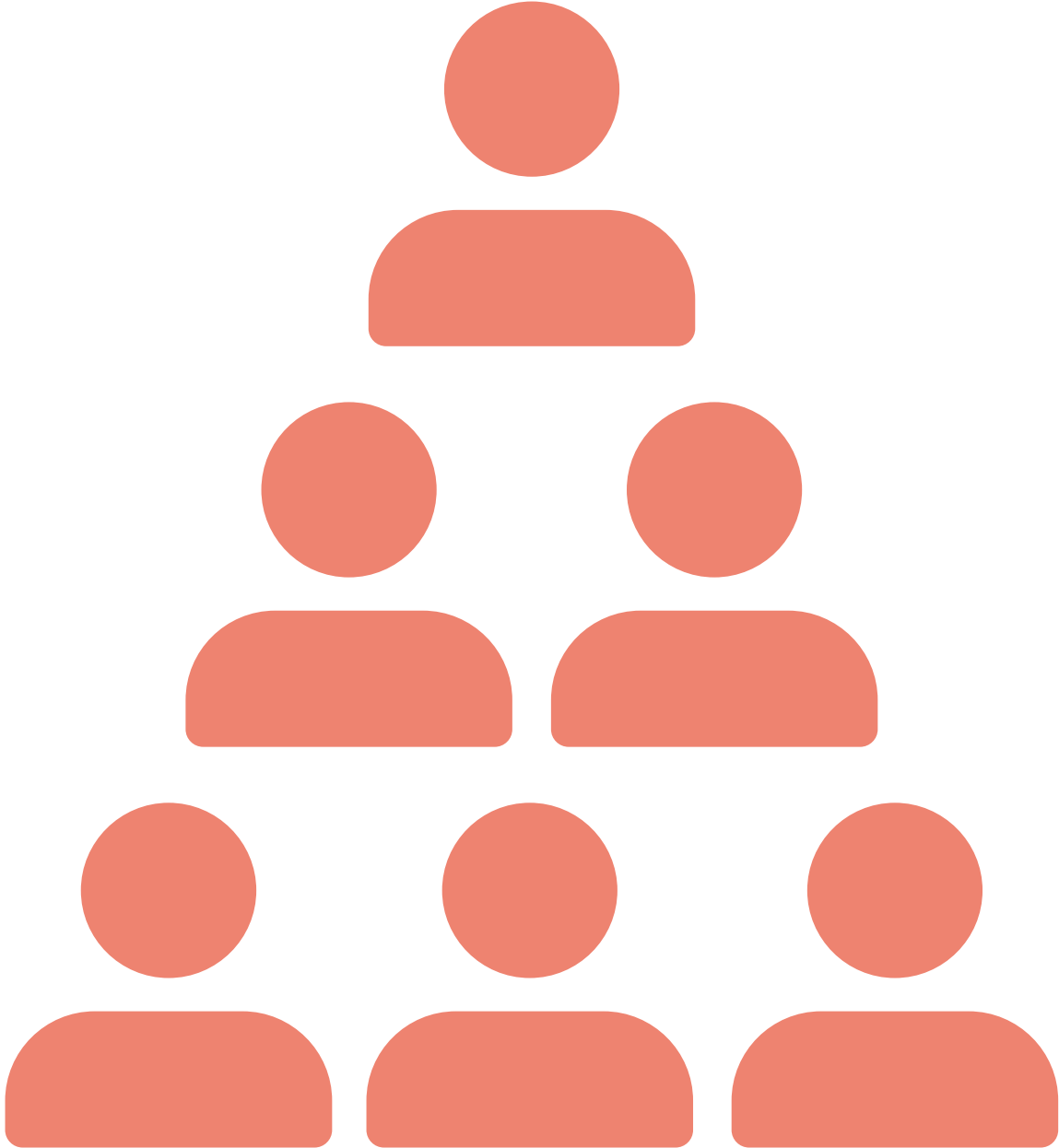
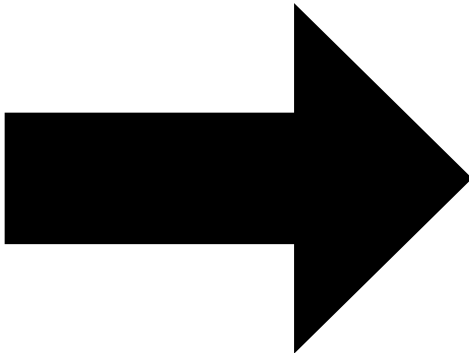
HASHTAGS INSTAGRAM



- 27-30 relevante Hashtags für jeden Post
- Aktuelle Hashtags
- 50% große - 50% kleine
- Nicht immer die gleichen
- Nicht immer gleiche Reihenfolge
- Hashtag Pool anlegen (100+ Hashtags) - diese variieren

WERBEANZEIGE ERSTELLEN

ONLINE WERBEANZEIGEN



WERDE EINZELGLENMÄNNIGER

[illegible]

WERBEANZEIGE ERSTELLEN



Kontoübersicht

249092718437912 (249092718437912...)

1 fehlerhafte Werbeanzeige

Guten Morgen, Martina

Wirf einen Blick in dein Konto und bleibe auf dem neuesten Stand.

Kampagnentrends

Letzte 7 Tage

Ergebnisse

+ Erstellen

Pigment Rücktausch 2022 – Conve...

Wird überprüft

1

„Bewerbung einreichen“-...

1

Leads Prototyp

Entwurf

0

Ergebnisse

Diese Kampagne ist noch im Entwurfsstadium und konnte noch keine Ergebnisse erzielen.

shop werbung prototyp

Entwurf

0

Ergebnisse

Diese Kampagne ist noch im Entwurfsstadium und konnte noch keine Ergebnisse erzielen.

Neue Kampagne für Umsatz

Entwurf

0

Ergebnisse

Diese Kampagne ist noch im Entwurfsstadium und konnte noch keine Ergebnisse erzielen.

249092718437912

249092718437912

Aktive Kampagnen

1

Kontoausgabenlimit

25.000,00 €

7% ausgegeben

Letzte 7 Tage

Ausgegebener Betrag

25,68 €

Anteil der Ausgaben in der Lernphase

0%

Meta-Marketing-Pro

Noch 3 Anrufe ausstehend

Anruf anfordern

Lerne bei einem kostenlosen Coaching, wie du deine Anzeigenperformance verbessern kannst. Fordere jetzt einen Anruf an.

KAMPAGNENZIEL WÄHLEN



Neue Kampagne erstellen Neue Anzeigengruppe oder Anzeige X

Buchungsart

Auktion

Kampagnenziel auswählen

☐ Bekanntheit

☐ Traffic

☐ Interaktionen

☐ Leads

☐ App-Promotion

☐ Umsatz



Bekanntheit

Richte deine Werbeanzeigen an die Personen, die sich am wahrscheinlichsten daran erinnern.

Geeignet für:

Reichweite ⓘ

Markenbekanntheit ⓘ

Videoaufrufe ⓘ

Bekanntheit deines Store-Standorts ⓘ

[Mehr dazu](#)

Abbrechen

Weiter

Neue Kampagne erstellen Neue Anzeigengruppe oder Anzeige X

★ Du kannst jetzt aus 6 vereinfachten Zielen auswählen X

Wir haben die [Kampagnenziele aktualisiert](#), damit du noch leichter eins findest, das deinen Unternehmenszielen entspricht. Das bedeutet für dich:

- Funktionen und Features bleiben gleich
- Vorhandene Kampagnen werden aktuell nicht geändert

Wir helfen dir dabei, ein neues Ziel zu finden, das deinem bisherigen entspricht.

Ziel finden

Buchungsart

Auktion

Kampagnenziel auswählen

☐ Bekanntheit

☒ Traffic

☐ Interaktionen

☐ Leads

☐ App-Promotion

☐ Umsatz



Traffic

Leite Personen an ein Ziel weiter (z. B. deine Website, App oder Facebook-Veranstaltung). [Mehr dazu](#)

Geeignet für:

Link-Klicks ⓘ

Landingpage-Aufrufe ⓘ

Messenger und WhatsApp ⓘ

Anrufe ⓘ

Gib deiner Kampagne einen Namen • Optional

[Mehr dazu](#)

Abbrechen

Weiter

Kampagnen-Setup auswählen X

Du kannst deine Kampagne für Umsatz mithilfe einer maßgeschneiderten optimierten Konfiguration oder manuell erstellen.

⚡ Optimiert

📊 Maßgeschneidert

★ Best Practices



Advantage+-Shopping-Kampagne ⚡

Maximiere deine Performance und finde neue Kunden.

Zu den Voreinstellungen zählen unter anderem automatische Platzierungen und die Gebotsstrategie „Niedrigste Kosten“.

[Manuelle Kontrolle](#)



Manuelle Kampagne für Umsatz

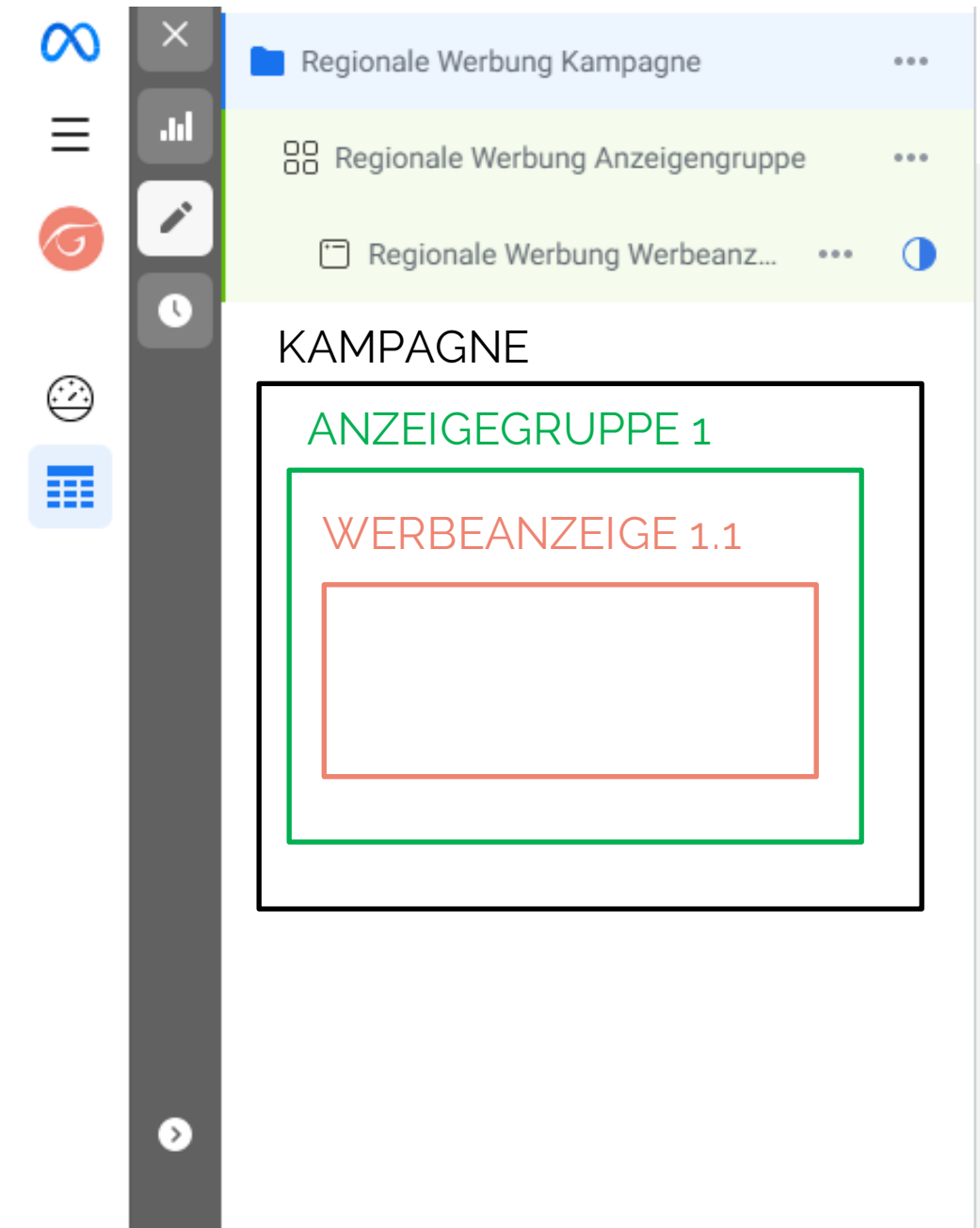
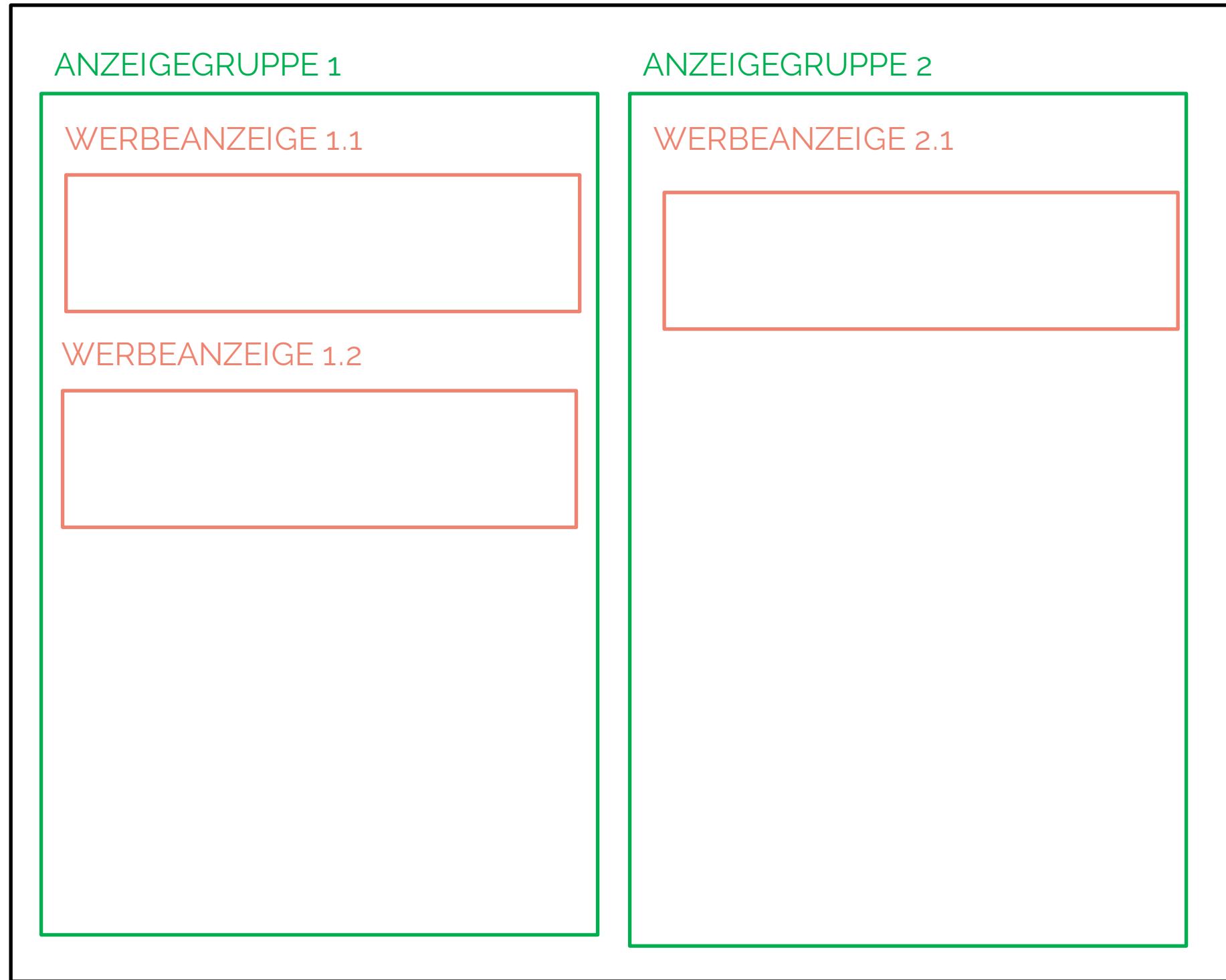
Eine Kampagne für Umsatz von ... auf mit der Standardkonfiguration erstellen

Zurück

Weiter

STRUKTUR VON FACEBOOK WERBUNG

KAMPAGNE



EINSTELLUNGEN FÜR KAMPAGNEN



Regionale Werbung Kampagne > Regionale Werbung Anzeigengruppe > 1 Werbeanzeige

[Bearbeiten](#) [Überprüfen](#)

Spezielle Anzeigenkategorien

Bitte gib an, ob deine Anzeigen im Zusammenhang mit Krediten, Jobs oder Wohnraum bzw. gesellschaftlichen Themen, Wahlen oder Politik stehen. Die Anforderungen für Anzeigen sind von Land zu Land unterschiedlich. [Mehr dazu](#)

Kategorien

Keine Kategorien angegeben

Kampagnendetails

Buchungsart

Auktion

Kampagnenziel

☐ Bekanntheit

☒ Traffic

☐ Interaktionen

☐ Leads

☐ App-Promotion

☐ Umsatz

[Weitere Optionen anzeigen](#)

Advantage-Kampagnenbudget [+](#) Aus ☐

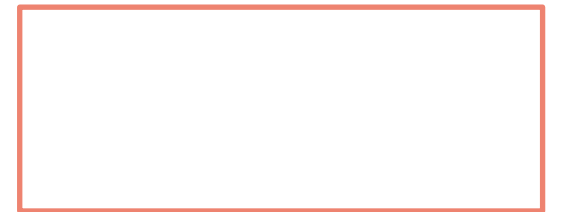
Das Advantage-Kampagnenbudget sorgt für eine optimale Verteilung deines Budgets auf



KAMPAGNE

ANZEIGEGRUPPE 1

WERBEANZEIGE 1.1



EINSTELLUNGEN FÜR ANZEIGENGRUPPE



Regionale Werbung Kampagne

Regionale Werbung Anzeigengruppe

Regionale Werbung Werbeanzeige

Regionale Werbung Kampagne > Regionale Werbung Anzeigengruppe > 1 Werbeanzeige

Entwurf

Bearbeiten Überprüfen

Name der Anzeigengruppe

Regionale Werbung Anzeigengruppe

Vorlage erstellen

Conversion

Conversion-Ort

Wähle aus, wo du mehr Traffic generieren möchtest. Du kannst später weitere Details zum Ziel eingeben.

Website

Leite Traffic zu deiner Website weiter.

App

Leite Traffic zu deiner App weiter.

Messenger

Leite Traffic an den Messenger weiter.

WhatsApp

Leite Traffic an WhatsApp weiter.

Anrufe

Rege Personen dazu an, dein Unternehmen anzurufen.

Dynamische Anzeigengestaltung

Aus

Lade Gestaltungselemente für Anzeigen hoch, etwa Bilder und Überschriften. Wir generieren dann automatisch Kombinationen deiner Gestaltungselemente, die für deine Zielgruppe optimiert sind. Dabei bieten wir dir verschiedene Varianten, zum Beispiel unterschiedliche Formate, Vorlagen oder Audio-Elemente, basierend auf einem oder mehreren Elementen. [Mehr dazu](#)

Optimierung und Auslieferung

Optimierungsziel für Anzeigenauslieferung

Link-Klicks

Mögliche Beeinträchtigung der Performance

Veränderungen innerhalb des Werbe-Ökosystems können deine Performance oder dein Reporting beeinträchtigen.

Auswirkungen auf Performance und Reporting

Anzeigengruppen, die die Region Europa einschließen

Zielgruppendefinition

Deine Zielgruppenauswahl ist ziemlich unspezifisch.

Spezifisch

Unspezifisch

Geschätzte Zielgruppengröße: 4.200.000 - 5.000.000

Je nach Targetingauswahl und verfügbaren Daten können die Schätzwerte während der Laufzeit stark variieren.

Geschätzte Ergebnisse pro Tag

Reichweite

1,9K - 5,6K

Link-Klicks

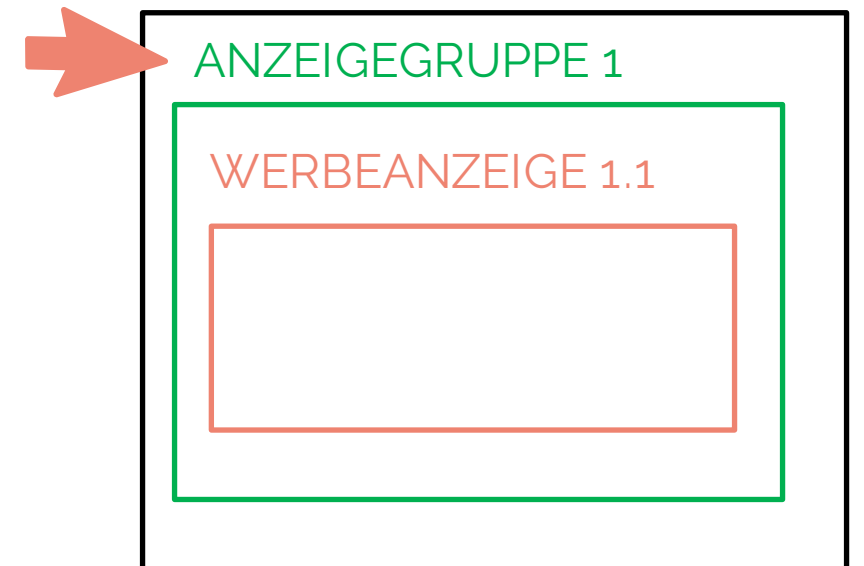
85 - 247

Die Genauigkeit der Schätzwerte basiert auf Faktoren wie bisherigen Kampagnendaten, dem von dir eingegebenen Budget, Marktdaten, Targeting-Kriterien und Werbeplatzierungen. Die Zahlen sollen dir einen Eindruck über die Performance deines Budgets vermitteln. Es

Schließen

Zurück Weiter

KAMPAGNE



EINSTELLUNGEN FÜR ANZEIGENGRUPPE



Conversion

Conversion-Ort

Wähle aus, wo du mehr Traffic generieren möchtest. Du kannst später weitere Details zum Ziel eingeben.

- ☐ Website
Leite Traffic zu deiner Website weiter.
- ☐ App
Leite Traffic zu deiner App weiter.
- ☐ Messenger
Leite Traffic an den Messenger weiter.
- ☐ WhatsApp
Leite Traffic an WhatsApp weiter.
- ☒ Anrufe
Rege Personen dazu an, dein Unternehmen anzurufen.

Optimierung und Auslieferung

Optimierungsziel für Anzeigenauslieferung ⓘ

Anrufe ▼

Kostenziel pro Ergebnis

Meta versucht, dein gesamtes Budget zu nutzen und mithilfe der Gebotsstrategie „Größtes Volumen“ den maximalen Wert für Ergebnisse zu erzielen.

KAMPAGNE

ANZEIGEGRUPPE 1

WERBEANZEIGE 1.1

Mit dieser Einstellung definieren wir wohin der Traffic unserer Werbeanzeige geleitet wird.

EINSTELLUNGEN FÜR ANZEIGENGRUPPE



Budget und Zeitplan

Budget ⓘ

Tagesbudget ▼	10,00 €	EUR
---------------	---------	-----

An einigen Tagen gibst du bis zu 12,50 € aus und an anderen weniger. Durchschnittlich belaufen sich deine Ausgaben auf 10,00 € pro Tag und maximal 70,00 € pro Kalenderwoche. [Mehr dazu](#)

Zeitplan ⓘ

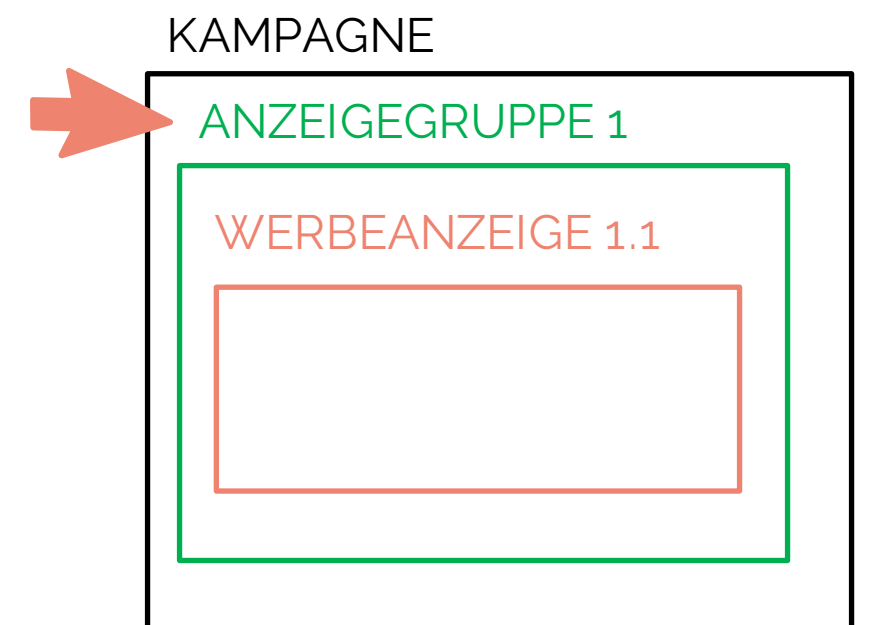
Startdatum

9.12.2022	🕒 12:17
Wien	

Ende

☒ Enddatum festlegen

23.12.2022	🕒 00:00
Wien	



Mit dieser Einstellung definieren wir wie viel wir ausgeben und wie lange die Anzeige läuft.

EINSTELLUNGEN FÜR ANZEIGENGRUPPE



Zielgruppe

Lege fest, wer deine Werbeanzeigen sehen soll. [Mehr dazu](#)

Neue Zielgruppe erstellen

Gespeicherte Zielgruppe verwenden ▼

Custom Audiences

Neu erstellen ▼

Q Vorhandene Zielgruppen suchen

Ausschließen

* Standorte

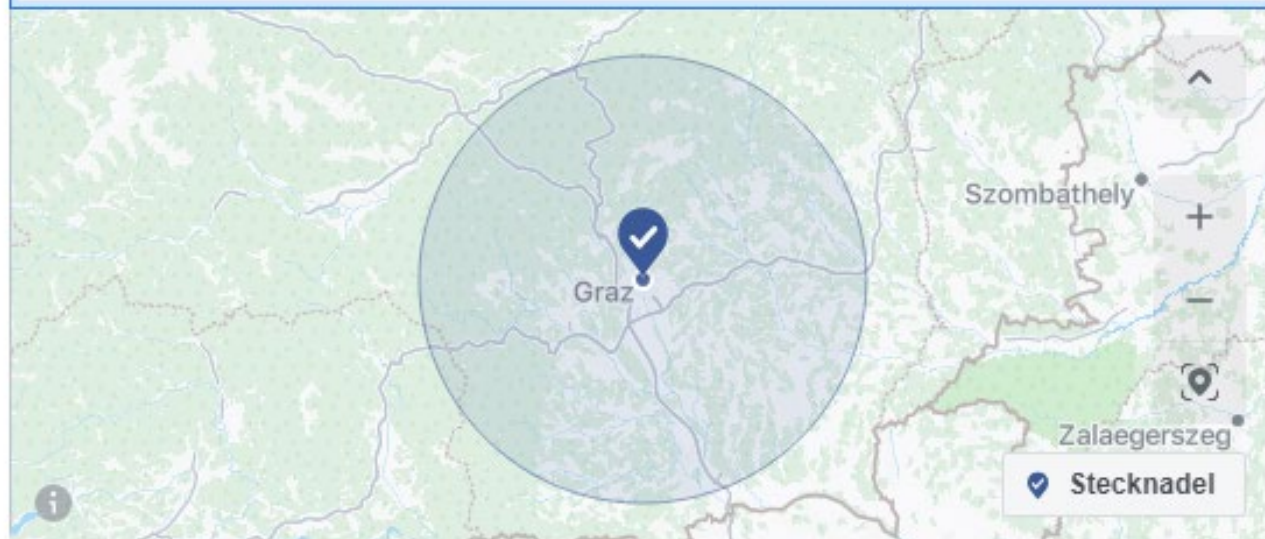
Personen, die an diesem Ort wohnen oder kürzlich dort waren ▼

Österreich

✓ Graz, Styria Stadt + 40km ▼

✓ Einschließen ▼ Q Standorte durchsuchen

Durchsuchen



Mehrere Standorte gleichzeitig hinzufügen

Alter

22 ▼

58 ▼

Geschlecht

Alle Geschlechter

Detailliertes Targeting

Personen einschließen, die übereinstimmen mit ⓘ

Interessen > Zusätzliche Interessen

Microblading

Permanent Make-up

Q Demografie, Interessen oder Verhaltensweisen

Vorschläge Durchsuchen

Ausschließen

Zielgruppe eingrenzen

Advantage-Detailtargeting +

☒ Personen außerhalb deiner festgelegten Targeting-Einstellungen erreichen, wenn es wahrscheinlich ist, dass sich so die Performance verbessert.

Platzierungen

[Mehr dazu](#)

☒ Advantage+-Platzierungen (empfohlen) +

Verwende Advantage+-Platzierungen, um dein Budget zu maximieren und deine Anzeigen mehr Personen zu zeigen. Das Auslieferungssystem von Facebook weist das Budget deiner Anzeigengruppe basierend auf der wahrscheinlich besten Performance mehreren Platzierungen zu.

☐ Manuelle Platzierungen

Wähle manuell aus, wo deine Anzeige erscheinen soll. Je mehr Platzierungen du auswählst, desto mehr Möglichkeiten hast du, deine Zielgruppe zu erreichen und deine Geschäftsziele umzusetzen.

[Weitere Optionen anzeigen ▼](#)

KAMPAGNE

➔ ANZEIGEGRUPPE 1

WERBEANZEIGE 1.1

EINSTELLUNGEN FÜR WERBEANZEIGE



Identität

☐ Anzeige mit Branded Content ⓘ

* Facebook-Seite

 Gaube Kosmetik ▼

Instagram-Konto ⓘ

 gaube_kosmetik ▼

Anzeigenkonfiguration

Format

Wähle aus, wie deine Werbeanzeige gestaltet werden soll.

- ☒ Einzelnes Bild oder Video
Einzelnes Bild oder Video, oder Slideshow mit mehreren Bildern
- ☐ Carousel
2 oder mehr scrollbare Bilder oder Videos

Anzeigengestaltung

2 Empfehlungen

Wähle die Medien, Texte und das Ziel für deine Anzeige aus. Du kannst deine Medien und Texte auch für jede Platzierung anpassen. [Mehr dazu](#)

* Medien

5 Platzierungen

Bearbeiten ▼



Alle Platzierungen

Microblading_Gesicht_110x80.jpg • 1100 x 800

Primärer Text

1 von 5

NEUKUNDENRABATT 🎁

Vereinbaren Sie jetzt telefonisch Ihren Behandlungstermin und sichern Sie sich 30% Rabatt auf Ihre Erstbehandlung.



Wenn du mehrere Textoptionen hinzufügst, zeigen wir jeder Person eine dieser Optionen – je nachdem, worauf sie am ehesten reagieren wird.

[Mehr dazu](#)

+ Textoption hinzufügen

Überschrift

Permanent Make-up 30% Rabatt-Aktion

+ Überschriftenoption hinzufügen

Beschreibung des Anrufs

1 von 5

Sichern Sie sich heute noch Ihren Permanent Make-up Behandlungstermin und erhalten 30% Rabatt auf Ihre Erstbehandlung.

Ziel

Wähle aus, wohin du Personen direkt weiterleiten möchtest, nachdem sie deine Anzeige angetippt oder angeklickt haben. [Mehr dazu](#)

Anrufeinstellungen

Wenn Personen jetzt auf eine Click-to-Call Ad klicken, können sie direkt anrufen oder um einen Rückruf per Messenger bitten.

* Jetzt anrufen

+43 ▼

0660 1234537

Einen Rückruf anfordern



Rückrufanfragen per Messenger erhalten

KAMPAGNE

ANZEIGEGRUPPE 1

WERBEANZEIGE 1.1



BEWERTEN DER WERBEANZEIGE





Guten Morgen, Martina

Wirf einen Blick in dein Konto und bleibe auf dem neuesten Stand.

Kampagnentrends Letzte 7 Tage ⓘ

Ergebnisse ▾ + Erstellen

	Pigment Rücktausch 2022 – Conve... Wird überprüft	„Bewerbung einreichen“-... 1 ^[2]		
	Leads Prototyp Entwurf	Ergebnisse 0	Diese Kampagne ist noch im Entwurfsstadium und konnte noch keine Ergebnisse erzielen.	
	shop werbung prototyp Entwurf	Ergebnisse 0	Diese Kampagne ist noch im Entwurfsstadium und konnte noch keine Ergebnisse erzielen.	
	Neue Kampagne für Umsatz Entwurf	Ergebnisse 0	Diese Kampagne ist noch im Entwurfsstadium und konnte noch keine Ergebnisse erzielen.	

Meta-Marketing-Pro
Noch 3 Anrufe ausstehend

Lerne bei einem kostenlosen Coaching, wie du deine Anzeigenperformance verbessern kannst. Fordere jetzt einen Anruf an.

Anruf anfordern



249092718437912
249092718437912

Aktive Kampagnen 1

Kontoausgabenlimit ⓘ **25.000,00 €**
7% ausgegeben

Letzte 7 Tage ⓘ

Ausgegebener Betrag ⓘ **25,68 €**

Anteil der Ausgaben in der Lernphase ⓘ **0%**

BEWERTEN DER WERBEANZEIGE



REICHWEITE vs IMPRESSIONEN

Wie viele unterschiedliche Personen wurde die Werbeanzeige gezeigt?

Wie oft wurde die Werbeanzeige insgesamt gezeigt?

ERGEBNIS

Wie viele Anrufe gestartet wurden?

KOSTEN PRO ERGEBNIS

Wie viel kostet ein Anruf?

Wie viele Anrufe benötige ich für einen Behandlungstermin?

Wie viele verdiene ich pro Behandlungstermin?

Lohnt es sich meine Werbeanzeige weiter laufen zu lassen?

 Ergebnisse	Reichweite	Impressionen	Kosten pro Ergebnis
--	------------	--------------	---------------------

STATISTIKEN AUF FACEBOOK

ÜBERLEGUNGEN

CORPORATE DESIGN/ BRANDING

BASICS: CANVA

ONLINE SCHÖN

Logo



<https://logomakr.com/app/>

Farben



<https://color.adobe.com/de/create/color-wheel>

Schriften

Raleway

Raleway

Raleway

<https://fonts.google.com/>

Bilder

www.pexels.com

ONLINE SCHÖN

BURBERRY
London, England

BURBERRY
LONDON ENGLAND



DUNKIN'



NETFLIX



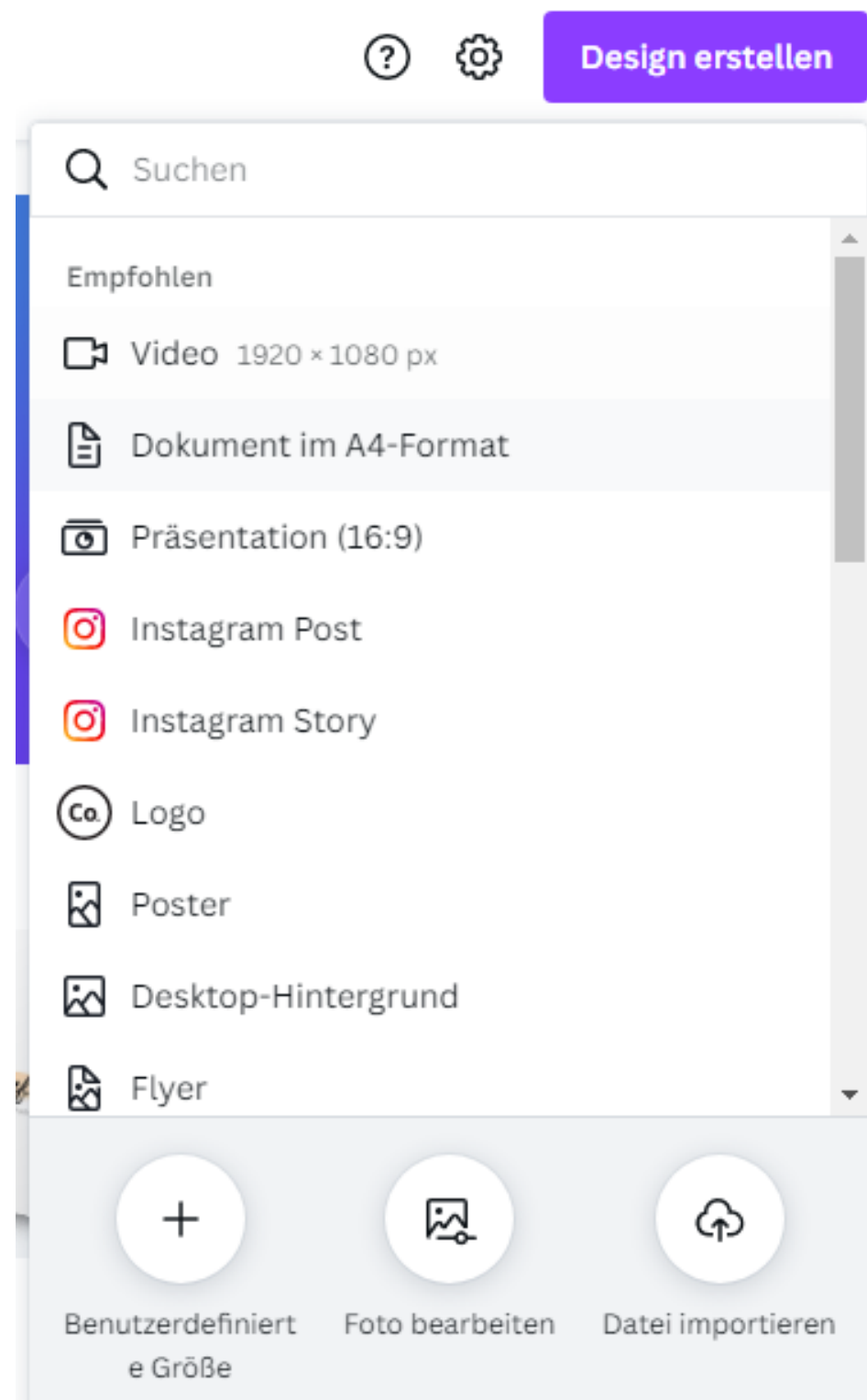


Canva ist eine Grafikdesign-Plattform für die Erstellung von visuellen Inhalten. Die Software funktioniert nach dem Drag-and-Drop-Prinzip und beinhaltet bereits Vorlagen, Bilder, Schriftarten und Grafikelemente, die von den Nutzern verwendet werden können. Die Nutzung ist grundsätzlich kostenfrei, Canva bietet allerdings auch die kostenpflichtigen Erweiterungen "Pro" und "Enterprise" an, mit denen weitere Funktionen und Inhalte freigeschaltet werden können. Die Plattform kann als Webanwendung und mobile App verwendet werden.

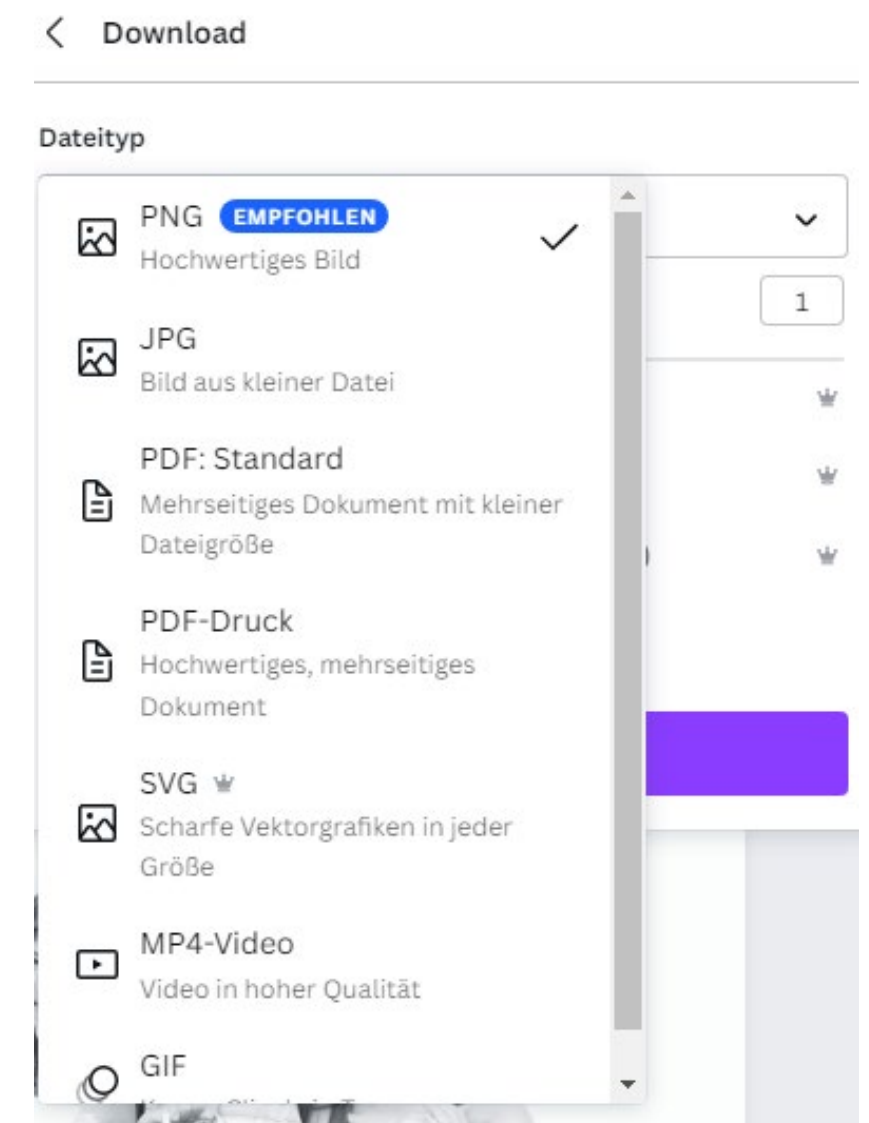
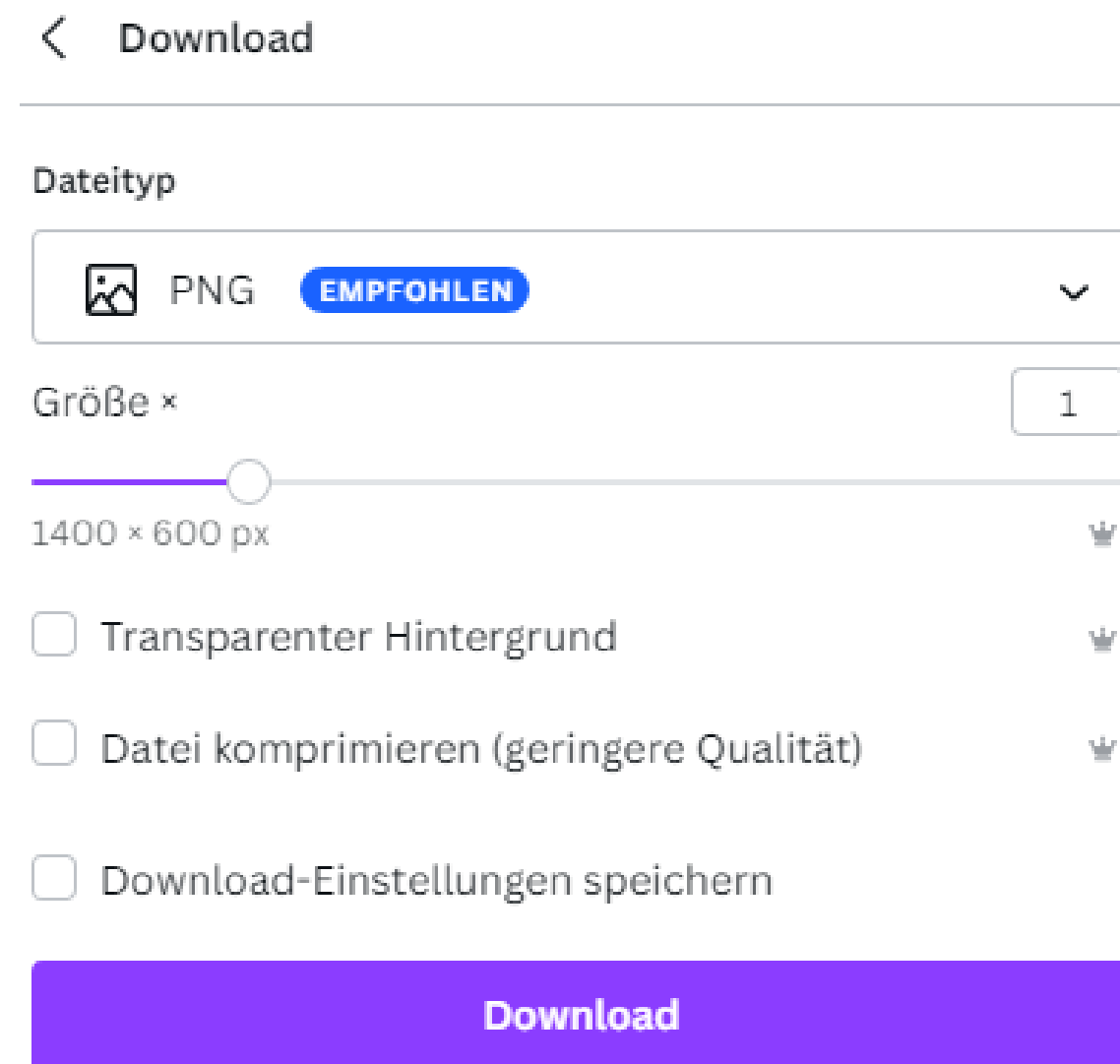
Kostenlos Alles, was du brauchst, um deine Designs zu gestalten.	 Pro Gemeinsam noch bessere Designs entwerfen. Professionelles Design leicht gemacht, mit unbegrenztem Zugriff auf Premium-Tools und -Inhalte.	Unternehmen Unterstütze dein Team, verwalte deine Marke und skaliere deine Inhalte – und das alles an einem zentralen Ort. Minimum 25 Personen.
0,00 €	FÜR 1-5 PERSONEN 109,99 € /Jahr für bis zu 5 Personen	MINIMUM 25 PERSONEN 27,00 € /Monat pro Person
☐	☒	☐
Monatliche Abrechnung	Jährliche Abrechnung	
Erste Schritte	Für 30 Tage kostenlos ausprobieren	Vertrieb kontaktieren



DESIGN ERSTELLEN



HERUNTERLADEN



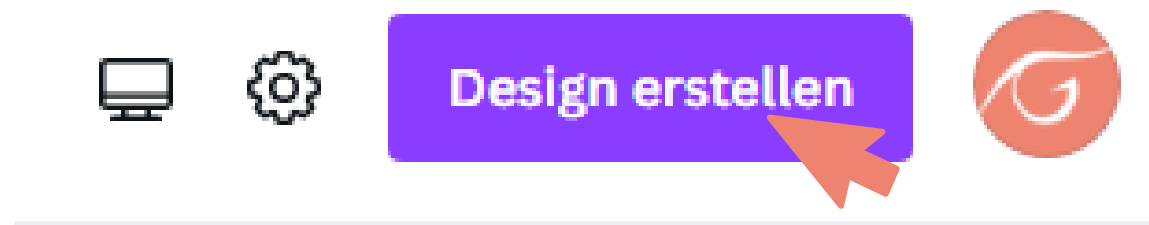
VORHER/NACHER POSTING

ERSTELLEN CANVA

BILDER VON BEHANDLUNG



BILDGRÖSSE FESTLEGEN



🔍 Benutzerdefinierte Größe ✕

Breite

Höhe

1080

1080|

px



Neues Design erstellen

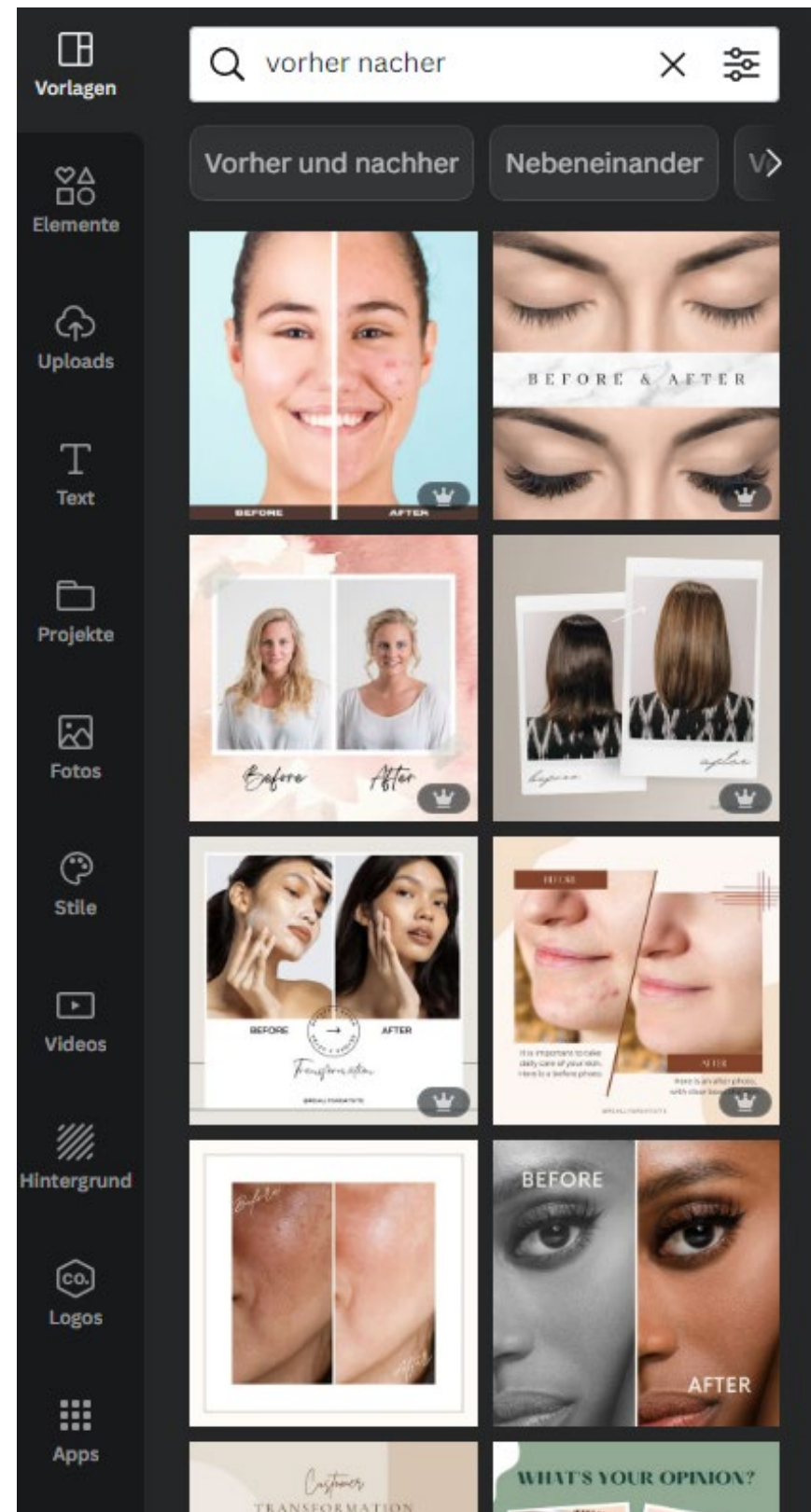
Kürzlich

🕒 74 × 100 mm

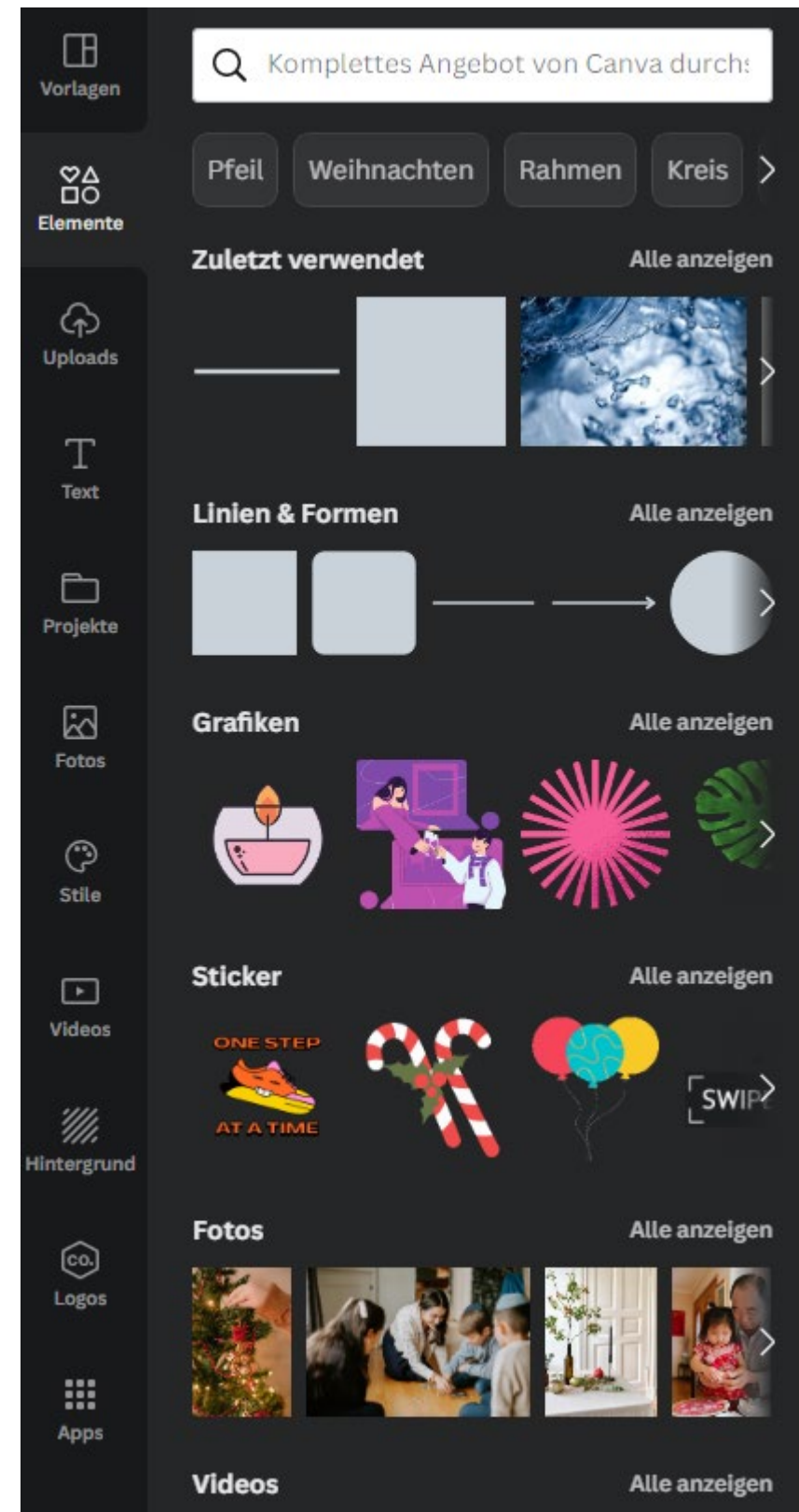
🕒 400 × 400 px

🕒 1920 × 1080 px

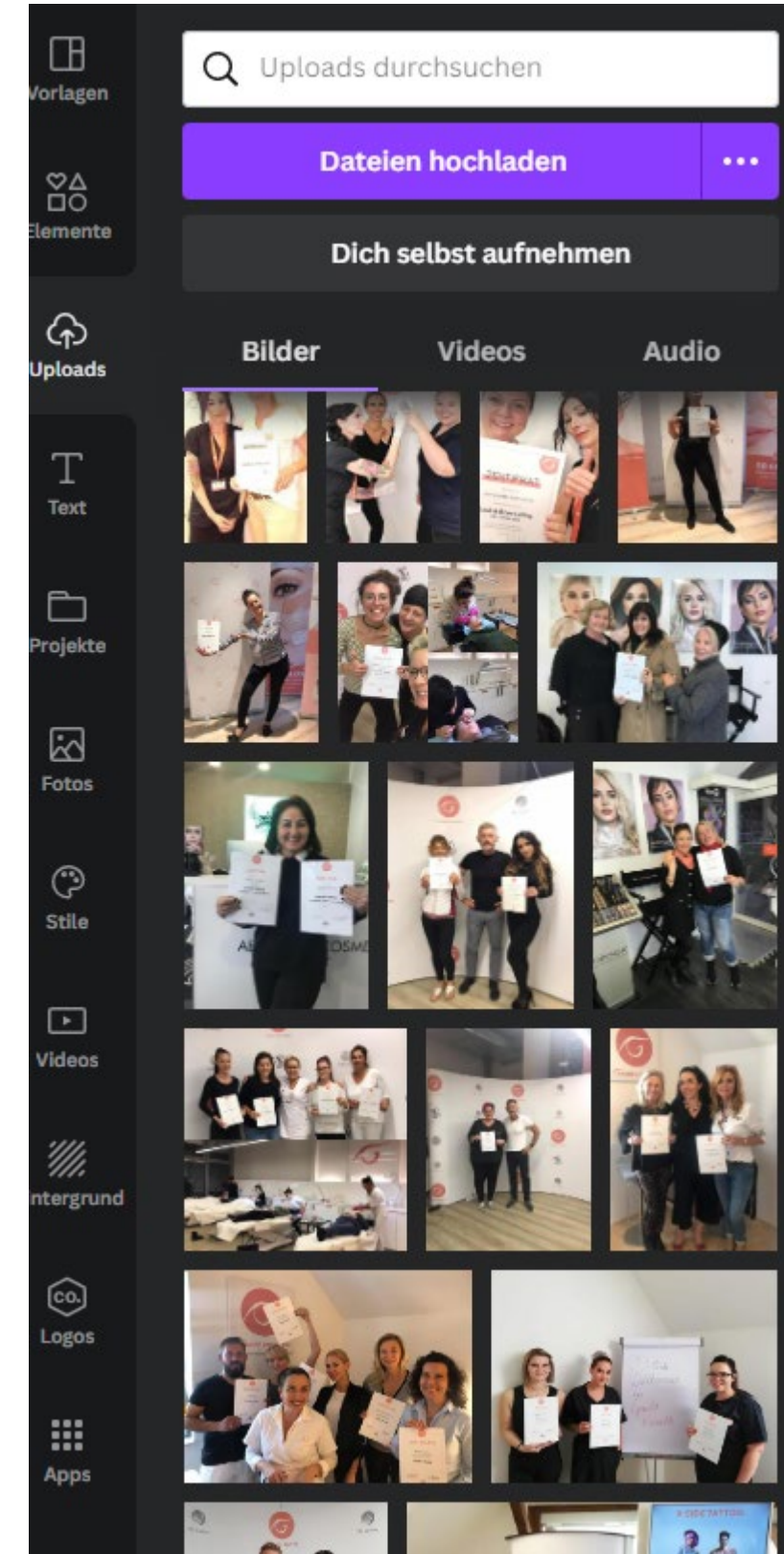
CANVA FUNKTIONEN



VORLAGEN

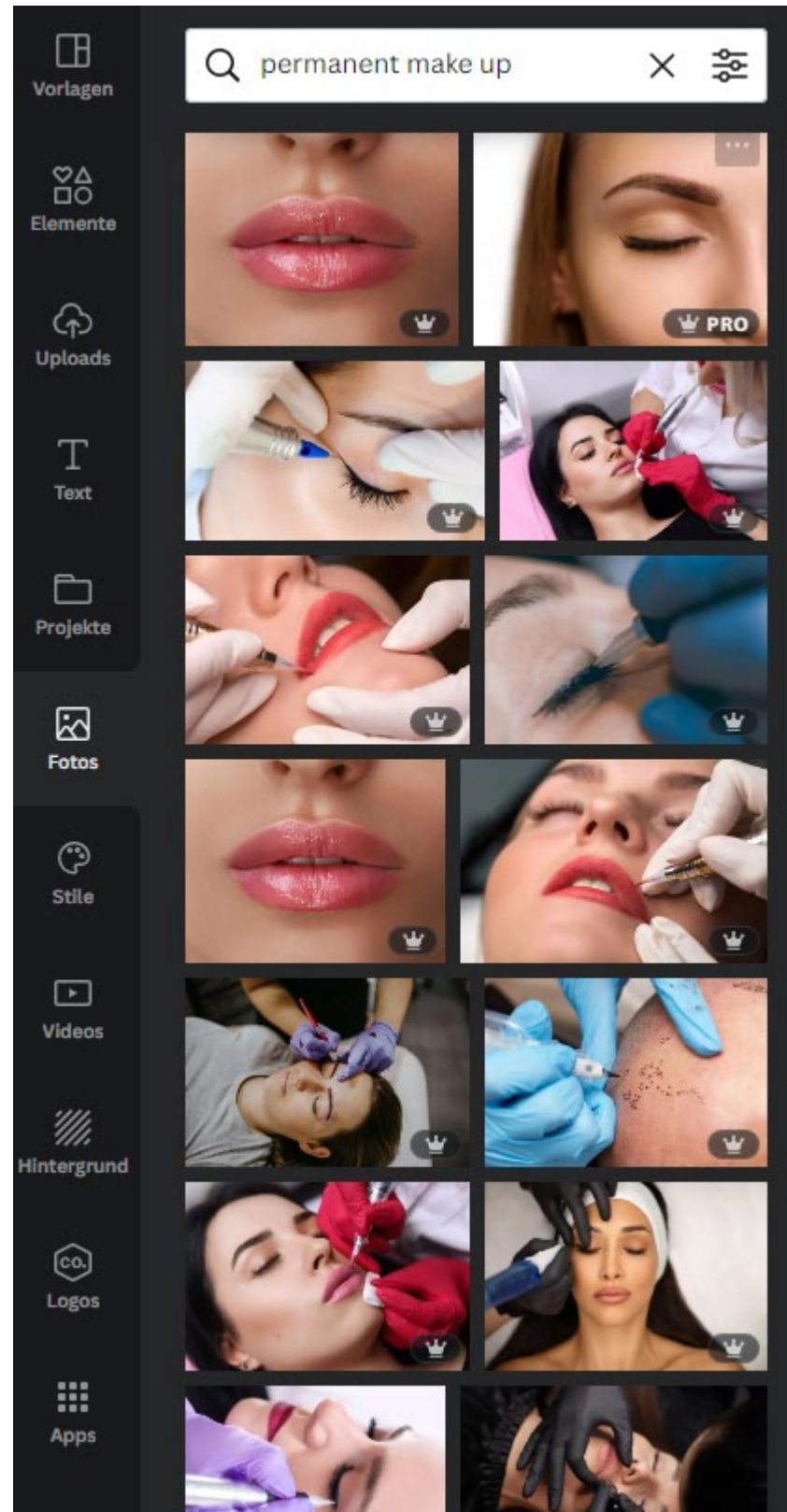


ELEMENTE

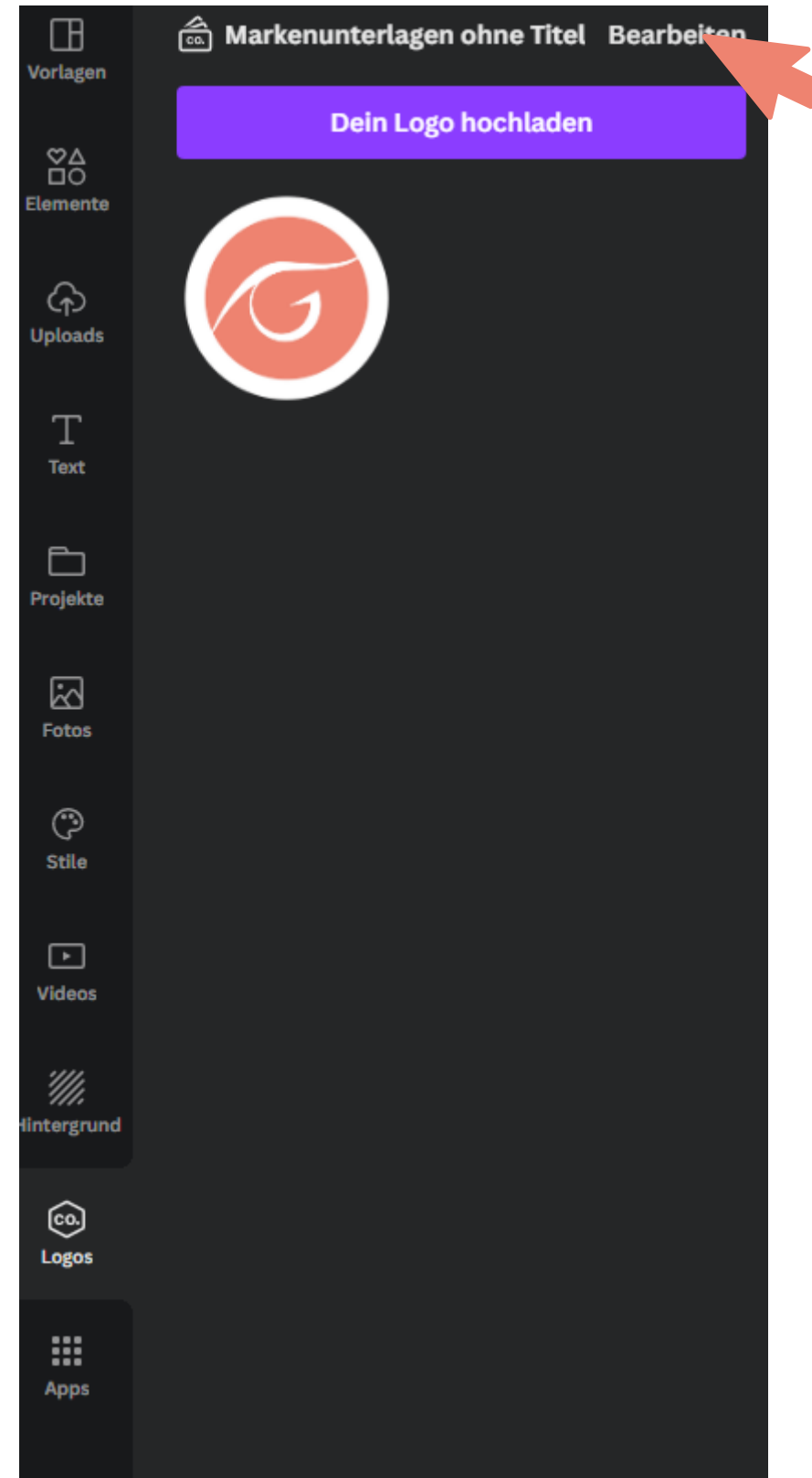


UPLOADS

CANVA FUNKTIONEN



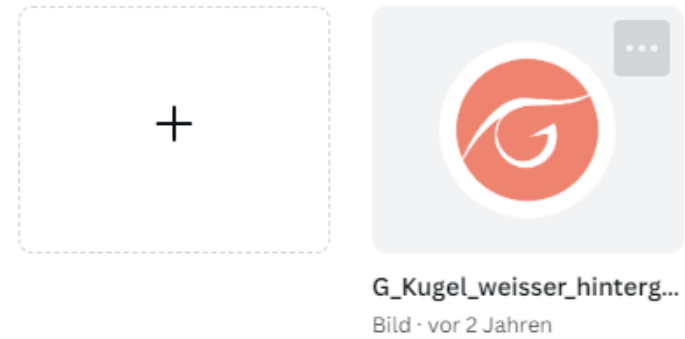
FOTOS



LOGOS

Markenunterlagen ohne Titel

Markenlogos (1)



Markenfarben (6)

GAUBE KOSMETIK



Markenschriftarten

Textarten Hochgeladene Schriftarten

Überschriften, Raleway, 31.5

Unterüberschriften, Raleway, 18

Text, Raleway, 12

MARKENUNTERLAGEN

WERK HERUNTERLADEN

Startseite

Datei

Größe ändern

↶

↷

☁

VORHER

Teilen

Vorlagen

Elemente

Uploads

Text

Projekte

Fotos

Stile

Videos

Hintergrund

Logos

Apps

Animation

5.0 s

VORHER

NACHHER

Download

Dateityp

JPG

▼

Größe ×

1

1.080 × 1.080 px

👑

Qualität

80

Dateigröße: Groß

👑

☐ Download-Einstellungen speichern

Download

WEBAUFTTRITT: BASICS

WEBAUFTTRITT



DOMAIN KAUFEN

URL: KOMPLETTE INTERNET-ADRESSE, DIE IM BROWSER ERSCHEINT (Z. B. [HTTPS:// / MEINESEITE.AT](https://meineseite.at))

DOMAIN: [HTTPS://MEINESEITE.AT](https://meineseite.at)/UNTERSEITE/

WEBSITE-HOSTER AUSSUCHEN

[HTTPS://WWW.EASYNAME.AT/](https://www.easynome.at/)

[HTTPS://WWW.IONOS.AT/](https://www.ionos.at/)

WEBAUFTTRITT

HOMEPAGE-BAUKASTEN

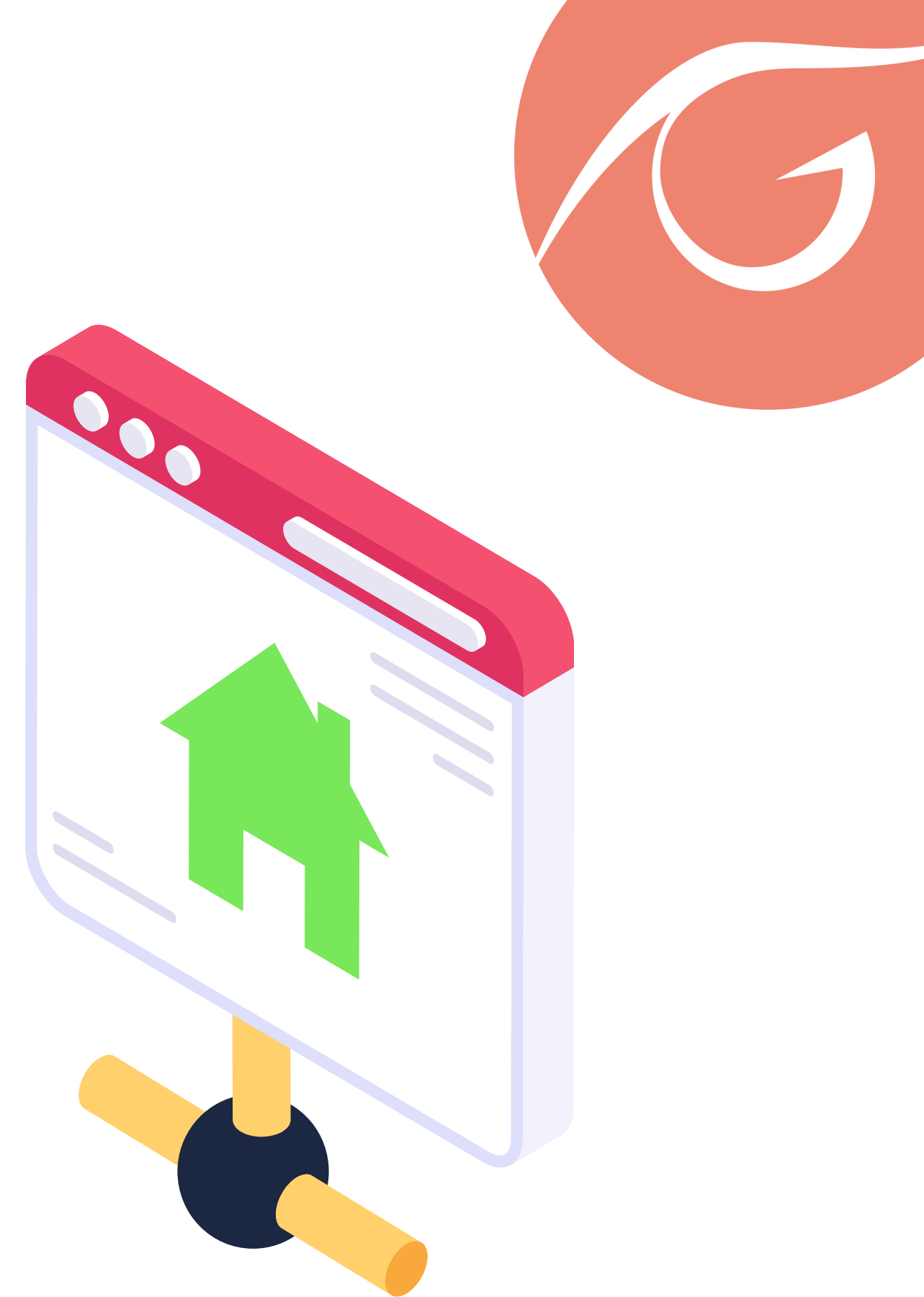
[HTTPS://DE.WIX.COM/](https://de.wix.com/) [HTTPS://WWW.JIMDO.COM/](https://www.jimdo.com/)

[HTTPS://WORDPRESS.COM/](https://wordpress.com/) [HTTPS://DE.SQUARESPACE.COM/](https://de.squarespace.com/)

WORDPRESS [HTTPS://WORDPRESS.ORG/](https://wordpress.org/)

ÜBER 43 % ALLER WEBSITES WELTWEIT MIT WORDPRESS BETRIEBEN, WOMIT ES DIE MIT ABSTAND AM MEISTEN GENUTZTE PLATTFORM IST.

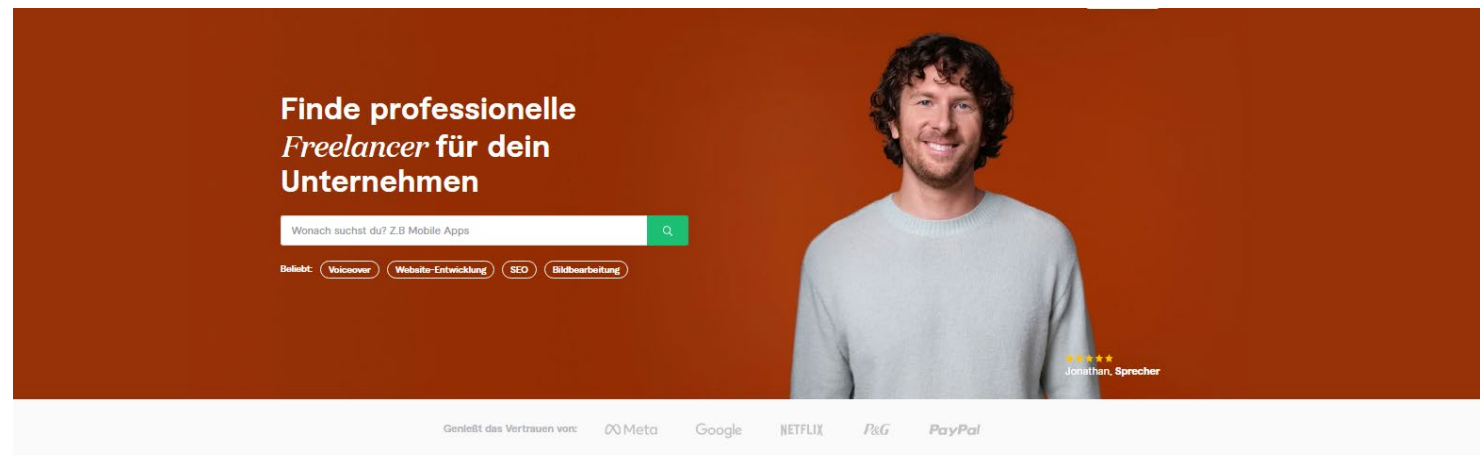
PROGRAMMIEREN



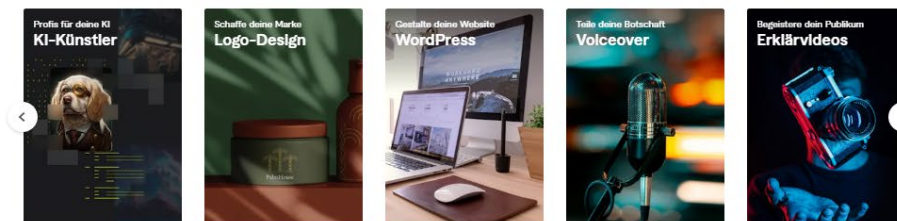
ONLINE MARKETING - GÜNSTIG

fiverr.

<https://de.fiverr.com/>



Bellebte Dienstleistungen



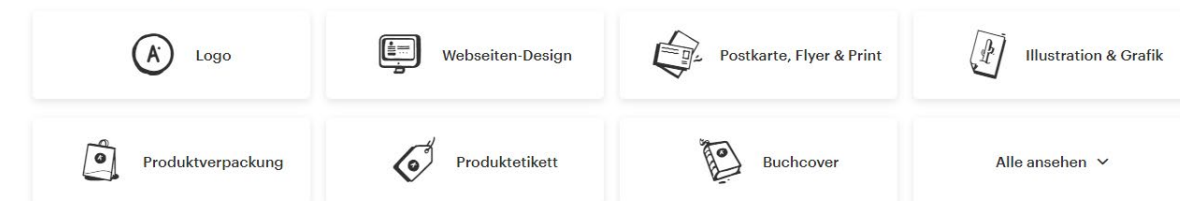
Kompetente Freelancer für jeden Bereich nur einen Klick entfernt

99designs

<https://99designs.at/>



Welches Design brauchen Sie?



Weiter

Nach Schlagworten suchen

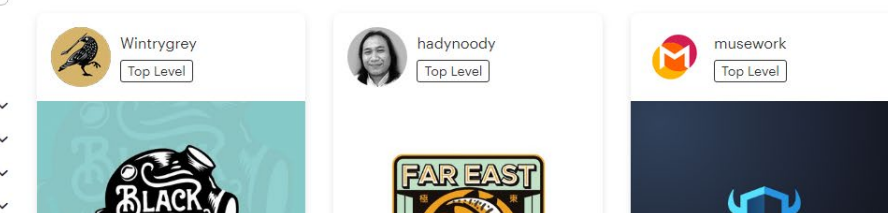
z.B. Retro, minimal, B&W, Geheimnis

Kategorien

- ☐ Logo & Corporate Identity
- ☐ Web- & Appdesign
- ☐ Unternehmen & Werbung
- ☐ Kleidung & Produkte

Logo- & Corporate Identity-Designer:innen

[see_all_results_link](#) →



GOOGLE MY BUSINESS





[Fotos ansehen](#)[Von außen ansehen](#)

MS Gaube Kosmetik GmbH



[Website](#)[Wegbeschreibung](#)[Speichern](#)[Anruf](#)

5,0 ★★★★★ 30 Google-Rezensionen ⓘ

Kosmetikschule in Graz

Adresse: Schwimmschulkai 108, 8010 Graz

Öffnungszeiten: Geöffnet · Schließt um 16:00 ▼

Telefon: 0316 682470

MS Gaube Kosmetik GmbH
Schwimmschulkai 108, 8010 Graz

Bestätigt



[Profil ansehen](#)

MS Gaube Kosmetik GmbH

Schwimmschulkai 108, Graz

5,0 ★★★★★ 30 Rezensionen

Rezensionen werden nicht überprüft. ⓘ

Sortieren nach

Relevanteste

Neueste

Höchste

Niedrigste

Mehr Rezensionen erhalten

https://www.google.com/intl/de_at/business/

GOOGLE MY BUSINESS QR

← Mehr Rezensionen erhalten ⋮ ×

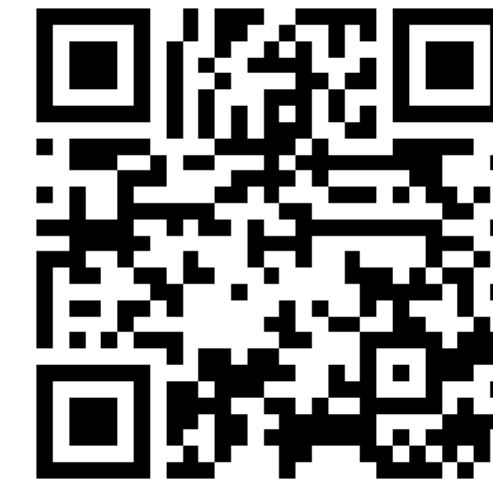
Stellen Sie für Kunden einen Link zu einem Formular bereit, auf dem sie Rezensionen zu Ihrem Unternehmen bei Google hinterlassen können

Rezensionen schaffen Vertrauen und sorgen dafür, dass sich Ihr Unternehmen in der Suche und auf Maps von anderen abhebt

✉ E-Mail 📞 WhatsApp 📘 Facebook

Rezensionslink

[Weitere Informationen](#) zu Best Practices: Wie Sie am besten nach Rezensionen fragen und auf negative Rezensionen reagieren



SCAN MICH

KEYWORDS

SEM

Search Engine Marketing



SEO

Search Engine Optimization



SEA

Search Engine Advertising



https://ads.google.com/aw/keywordplanner/home?ocid=874488936&euid=609127637&__u=8072648813&uscid=874488936&__c=4598586664&authuser=0

Siehe auch: <https://academy.technikum-wien.at/ratgeber/was-ist-seo/#:~:text=Suchmaschinenoptimierung%2C%20kurz%20SEO%2C%20ist%20eine,den%20Suchergebnissen%20erscheinen%20zu%20lassen.>

LINKTRACKING



CREATE

▼

Gaube Kosmetik
Free Account

▼

bit.ly

▼

ENTER LONG URL

|

bit.ly/kurzerLink

Copy QR Code Tweet

Edit link

Hide link

TITLE

Link Online Marketing Schulung

CUSTOMIZE BACK-HALF

bit.ly/kurzerLink

<http://www.einlinkdervielzulangistzumlesenundeingeben.at/>

Edit

27. Juni, 07:58 by Gaube Kosmetik

bit.ly/kurzerLink

Copy Tweet QR Code

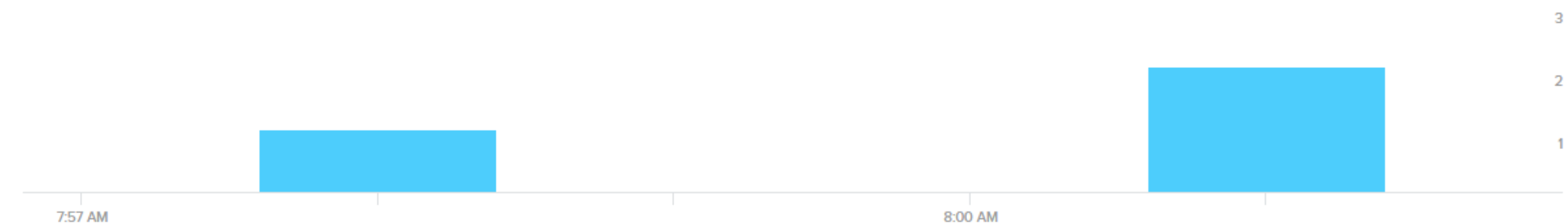
Destination: <http://www.einlinkdervielzulangistzumlesenundeingeben.at/>

Redirect

Add to link-in-bio page

Add tags

3
TOTAL CLICKS



DATA IN UTC

<https://bitly.com/pages/landing/free-plan>

MAIL CHIMP



E-Mail-Marketing hat den höchsten ROI aller Marketingkanäle, mit einer durchschnittlichen Rendite von 42,24 € für jeden ausgegebenen Euro.

Audience: Kundendaten bzw. e-mail Adressen speichern und verwalten

Campaigns: Inhalte erstellen

Auswertungen von Kampagnen und Newsletterabonnenten



<https://mailchimp.com/de/>



TEIL 2

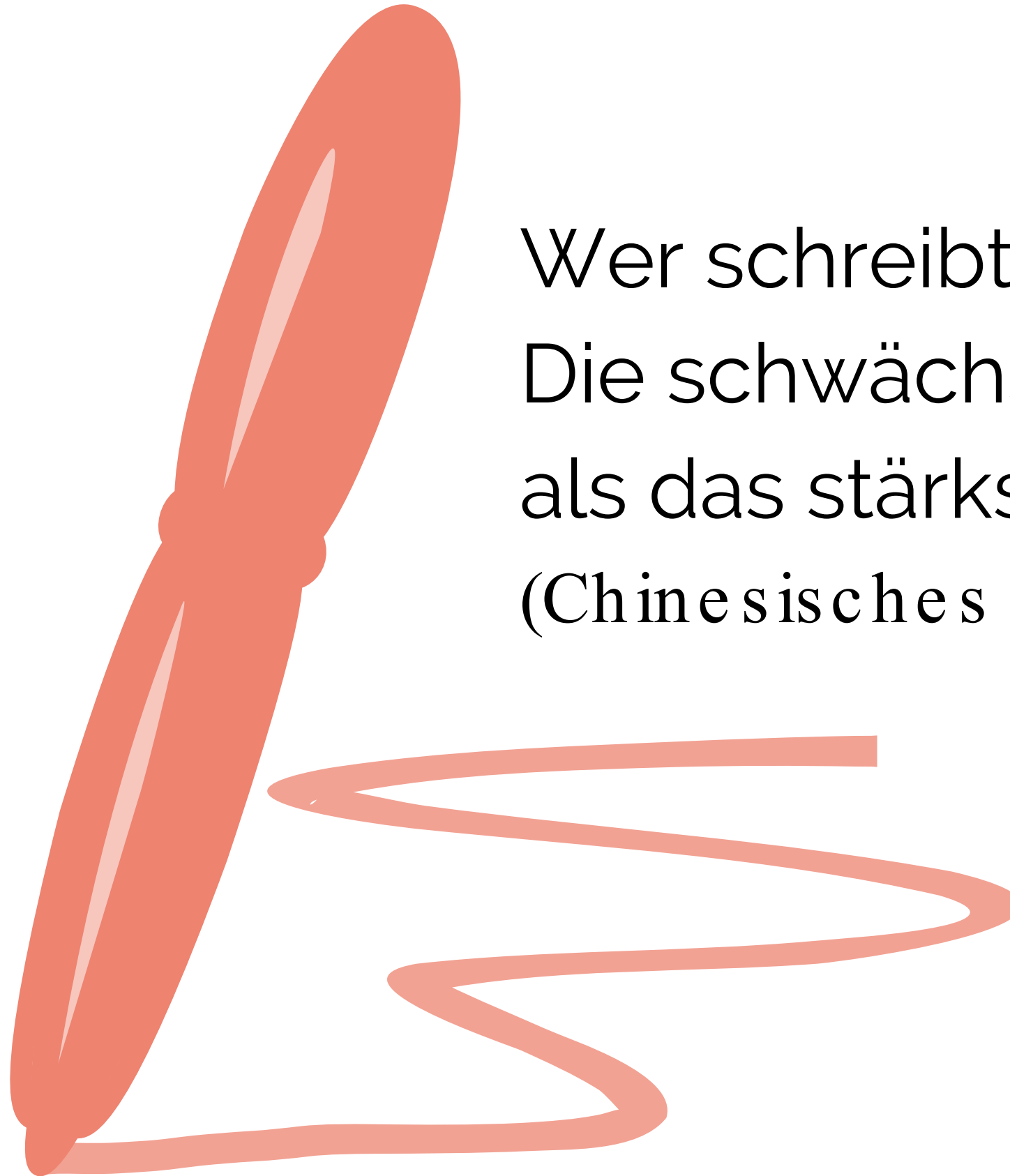
ABLAUF

- Selbstanalyse zum Erfolg
- Verkaufstricks
- Verkaufsprozesse
- Kundenbindung





Wer schreibt der bleibt!
Die schwächste Tinte ist stärker
als das stärkste Gehirn.
(Chinesisches Sprichwort)





Ideen/Ziele müssen innerhalb von 72
Stunden umgesetzt werden.



TO DO LISTE



Was kann ich tun: Start: Projekt Ende: Fertig:





Bei Widerstand – einfach weiter machen
– ist wahrscheinlich die Lösung!





Nicht die Großen werden die Kleinen fressen,
sondern die Schnellen die Langsamen.



SAMSUNG



Das Geheimnis des Erfolgs lautet:
LERNEN & TUN





Eine US-Studie hat gezeigt!

Jeder Mensch hat in seinem Leben 20 richtige gute Chancen

Der erfolgreiche Mensch nutzt 10

Der erfolglose Mensch dagegen nur 1



ERFOLGSLEITFADEN



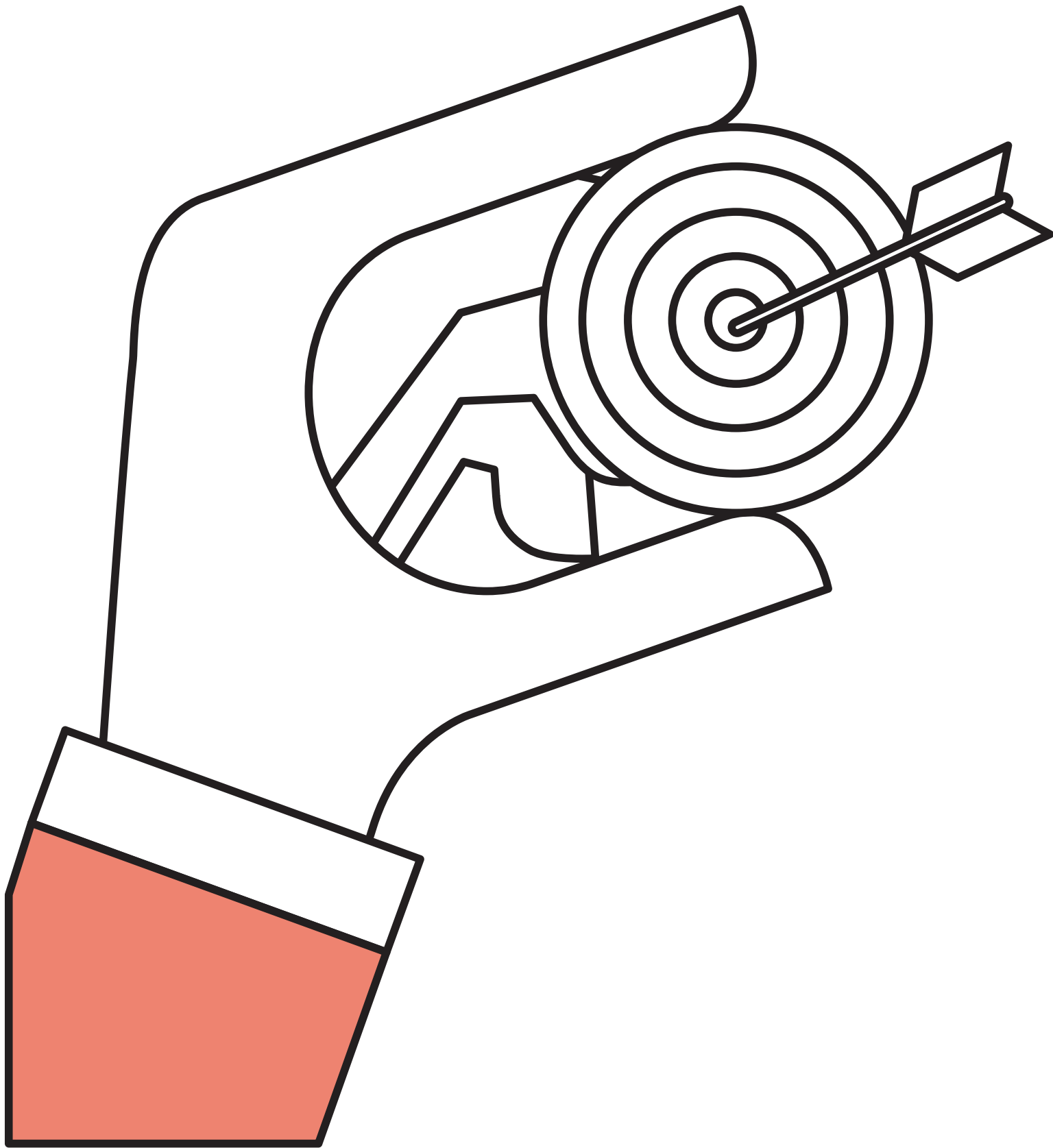
Investiere 3 – 10 %
deines Einkommens in
Deine persönliche
Weiterbildung.
Alles über das Geschäft
lernen was es gibt.

ERFOLG BEDEUTET:

- ...ein kleines bisschen besser sein als
- Anders sein...oder sterben



URSACHEN WARUM ERFOLG AUSBLEIBT



- Fehlgehende Kontinuität
- Ziele werden nicht umgesetzt
- Zu wenig Nachbearbeitung

SCHRITTE ZUM ERFOLG

Diese Punkte können dein Leben verändern

Nimm Dir täglich 1 Stunden Zeit für Dein Ziel?

Lasse alle Ablenkungen (auch privat) weg!

Wie kannst Du Dich belohnen?

Wie bestrafst Du Dich?



SCHRITTE ZUM ERFOLG

Diese Punkte können dein Leben verändern

Was ist dein Ziel in den nächsten 365 Tagen?

Was ist dein Ziel in den nächsten 30 Tagen?

Welche Aktionen/Handlungen bringen
Dich deinem Ziel näher?

Analysiere Deine Tätigkeiten! Was
erhöht Dein Einkommen am stärksten?



SELBSTANALYSE

1. Frage: Was für Ängste hast Du, wenn Du an großen Erfolg denkst?
2. Frage: Was könnte auf dem Weg zu großem Erfolg schief laufen?
3. Frage: Welchen Preis könnte es bedeuten um großen Erfolg zu behalten?
4. Frage: Wie würdest Du dich fühlen, wenn Du die Ängste überwindest?





Wenn Deine Zukunft besser werden soll, musst Du zuerst besser werden!

(Zitat Jürgen Höller)

Wer aufhört besser zu werden, hat aufgehört, gut zu sein!

(Zitat Oliver Cromwell)

Wissen ist unser größter Reichtum!

VERKAUFSTRICKS

- Das ganze Leben ist Verkauf!
- Immer Frage beantworten mit einer Gegenfrage
- Der Preis ist wichtig, darf ich Ihnen einen Vorschlag machen (Kopf nicken).
- Wer nichts weiß, macht es über den Preis
- Versprich nur das, was Du halten kannst! Wenn möglich Ziel übertreffen!
- Man bedenke, je größer das Versprechen, desto größer die Erwartung!





VERKNAPPUNGSPRINZIP

anbieten bei Terminen/Produkten. Auf Zeit (nur bis nächste Woche)/Menge (z.B. nur 5 Stück) spielen.

VERKAUFSTRICKS



KOOPERATIONEN

z.B. Piercen/Tattoo – Wimpern/Kosmetik (Nagelstudio) –
Scalppigmentierung/Friseur/Dermatologen –
PMU/Kosmetik

VERKAUFSTRICKS

Welche Abo's gibt es schon?

Fleisch Abo

Bier Abo

Blumen Abo

Marmelade Abo

Rasierklingen Abo

Haarschneide Abo

Sorglospaket von Gaube Kosmetik®...uvm.

PLATIN

LA BELLE 7000PRO

starker Antrieb
geräusch und vibrationsarmes Pigmentieren



Im Wert von **567€ monatlich**



Produkte



Ausbildungen

VERKAUFSTRICKS



Ein teures Modell einführen (muss nicht verkauft werden)

Vorteile: das günstigere Produkt verkauft sich leichter – wenn man teureres Produkt verkauft – höhere Marge

!!!Hinweis im Verkauf!!! Immer teureres Produkt zuerst anbieten.



VERKAUFSTRICKS



Verkaufen ist mit Pornographie gleich zu setzen

=

Leute heiß machen auf künftige

KUNDENFRAGEN



Jeder Kunde stellt sich folgende Fragen:

- Warum soll ich dieses Produkt/Dienstleistung kaufen?
- Was ist das Besondere?

KUNDENFRAGEN

Jeder Kunde stellt sich folgende Fragen:

- Was kann ich damit anfangen?
- Warum soll ich das jetzt kaufen?
- Wo bekomme ich das Beste?



VERKAUFSPROZESS

- Beim Verkaufsgespräch immer in die Augen schauen
- Kunden ausreden lassen
- Zuhören
- Über die Wirkung/ Effekt/ Erfolg des Produkts zu sprechen
- Mit höherem Preis anfangen
- Buchung/Termin/Kaufabschluss heute machen



VERKAUFSPROZESS



KUNDIN/KUNDE KAUFT ALLE 3 MONATE IHRE/SEINE LIEBLINGSPRODUKTE IM STUDIO:

1 Hairplus:	39,50	89,50
1 Shampoo:	14,10	24,95
1 Augenpflege:	13,50	23,80
1 Fixinggel:	6,90	14,30
1 HYA Caps	21,90	39,90
<u>1 Finalizer:</u>	<u>8,70</u>	<u>16,90</u>
	91,50	209,35 brutto = 174,46 netto

82,96 bleibt pro Kundin/Kunde im Quartal

Bei 80 Kundinnen/Kunden im Monat = ein Deckungsbeitrag von 6636,-
Kundin/Kunde kommt 3 Monate aus! = Deckungsbeitrag jährlich 26.547,- netto



VERKAUFSPROZESS INTERN

- Wer ist Dein Kunde?
- Wer ist der Kunde/Freund deines Kunden?
- Welche Sorgen hat Dein Kunde?



KUNDENBINDUNG

- Behandlungsgutschein, Empfehlungsgutschein
- Nachtelefonieren
- Jedes Geschenk immer mit einem Wert belegen
- NIE Gratis oder Kostenfreie Dienstleistung/Produkte anbieten
- GRATIS = WERT 0,0
- Stammkundenpass dient zur Kundenbindung



WEITEREMPFEHLEN

und sich und einer Neukundin oder einem Neukunden

-10% RABATT*

auf die nächste Bestellung sichern!

Einlösbar unter: <https://shop.gaube-kosmetik.com>

*Gilt nicht für e-Learning Ausbildungen, Sorglos Pakete, hairPLUS, Angelika Teichert, sowie Tattoo & Piercing Equipment. Nicht mit anderen Rabatten und Gutscheinen kombinierbar.

*Gilt nicht für e-Learning Ausbildungen, Sorglos Pakete, hairPLUS, Angelika Teichert, sowie Tattoo & Piercing Equipment. Nicht mit anderen Rabatten und Gutscheinen kombinierbar.

Piercing Equipment. Nicht mit anderen Rabatten und Gutscheinen kombinierbar.

Piercing Equipment. Nicht mit anderen Rabatten und Gutscheinen kombinierbar.

Piercing Equipment. Nicht mit anderen Rabatten und Gutscheinen kombinierbar.



KUNDENBINDUNG

- Kunden um Google Rezension bitten
- Kunden um netten Kommentar auf Insta/FB bitten
- Einem zufriedenen Kunden, glaubt der Käufer immer mehr als dem Verkäufer!
- Gästebuch auflegen – Rezensionen schreiben lassen – lesen lassen
- Gutscheinausgabe Gaube
- Das Motto: Wenn Sie zufrieden waren, sagen sie es der Welt, wenn Sie unzufrieden sind, lassen sie es uns wissen



KUNDENGESPRÄCH

- Bedürfnisse wecken (Storytelling) z. B. wie praktisch/wie schön/wie die Freundinnen reagieren/was der Partner sagt....
- Z. B. das könnten Sie sein!
Immer nächsten Schritt zeigen



KUNDENGESPRÄCH



Auf dem linken Bild siehst du Frank Bettger, den erfolgreichsten Verkäufer der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Auf dem rechten Bild Joe Girard, den erfolgreichsten Verkäufer der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts.

Girard hat sogar einen Guinness World Record für die meisten verkauften Autos innerhalb eines Jahres aufgestellt. Er gilt als bester Verkäufer aller Zeiten.

Beide vereinten dieselben Gewohnheiten. Durch sie wurden sie zu absoluten Top-Verkäufern.

Beide waren der Überzeugung, dass JEDER zu einem Top-Verkäufer werden kann.

"Verkäufer werden geschaffen, nicht geboren. Wenn ich es geschafft habe, kannst auch du es schaffen. Ich garantiere es." - Joe Girard



#1: Verhalte dich immer ehrlich und aufrichtig.

Ein Top-Verkäufer muss seine Integrität bewahren.

Auch Girard betont das: Wenn ein Verkäufer verkauft, gibt es keinen Verlierer. Sowohl der Kunde als auch der Verkäufer gewinnt.

#2: Verkaufe mit Begeisterung und Hingabe.

Du kannst kein Vertrauen und keine Sympathie aufbauen, wenn du nicht zu 100% von deiner Tätigkeit und deinem Produkt begeistert bist.

Denk an das, was dich am Produkt begeistert - oder dich bei deiner ersten Erfahrung mit dem Produkt begeistert hat.

Nutze diese Erfahrung, um die Begeisterung zu verkaufen. Den Nervenkitzel, das neue Produkt zu besitzen oder zu nutzen.

Frank Bettger war sogar der Meinung, dass Begeisterungsfähigkeit die bestbezahlteste Fähigkeit der Welt ist.

#3: Schweig und höre zu.

Ein Top-Verkäufer ist ein Meister der Kommunikation. Das zeigt sich vor allem darin, dass er besser zuhört als alle anderen. Nur so kannst du deine Gesprächspartner wirklich verstehen. Und nur wer sich verstanden fühlt, wird zu einem zahlenden Kunden.

Mit Zuhören meine ich nicht: *Warten, bis dein Gegenüber fertig ist mit Reden, damit du gegenargumentieren kannst.*

Ich spreche von aktivem Zuhören. Nur dann wirst du die tatsächlichen Bedürfnisse und das wahre Kaufmotiv deiner Kunden auch raushören.



Wenn Du aufgeben willst,
blicke auf Deinen Anfang

HAUSÜBUNG – ZUM NACHDENKEN



- Nenne 10 Gründe warum Du Deine Arbeit liebst.



VIELEN DANK



Über positives Feedback
würde ich mich sehr
freuen 😊