

Wer bin ich?

Ich bin Cindy Maaser – deine Marketingkomplizin und Expertin für Positionierung. Ich habe Marketing gelernt, studiert und über 11 Jahre praktisch gemacht. Seit 2021 helfe ich Gründer:innen, Start-ups und KMUs dabei, ihr Marketingbudget zielgerichtet in die effektivsten Marketingaktivitäten zu investieren. Mein Thema für die Sprechstunde: **„Marketing-Bingo: So vermeidest du es, Zeit und Budget mit falschen Maßnahmen zu verbrennen.“**

Wobei kann ich helfen?

Drei wichtige Fragen, die dabei helfen können, Marketing von Anfang an strategisch zu gestalten:

„Wer sind deine 20 % Kunden, die 80 % deines Umsatzes machen?“ – Wir identifizieren deine Profit-Zielgruppe und eliminieren Streuverluste.

„Wie baust du deinen Marketing-Fahrplan sauber auf – ohne Budget zu verbrennen?“ – Wir klären, was der Reihe nach dran ist, was schon fertig ist und was als nächstes ansteht.

„Was macht dich für Kund:innen besonders attraktiv?“ – 7 Wege, dich von anderen zu unterscheiden – wir finden/verfeinern deinen USP.

Zielgruppe

Start-ups und Gründer:innen, die sich im Marketing **verzetteln** und unklar sind, was wirklich funktioniert.

Solo-Selbstständige und kleine Teams, die **keine klare Zielgruppe** haben und daher mit generischen Botschaften untergehen.

KMUs mit begrenztem Budget, die **keine Lust auf Trial & Error** haben.

Fehler

3 klassische Fehler, die viele im Marketing machen und die sich leicht vermeiden lassen.

Alle ansprechen wollen – und niemanden erreichen. - Beispiel: Ein Start-up für nachhaltige Büroartikel wollte „alle umweltbewussten Menschen“ ansprechen und erreichte **niemanden**. Erst nach Fokussierung auf „Büroausstatter für Co-Working-Spaces“ stiegen die Anfragen.

Austauschbarkeit: „Warum sollten Kund:innen bei dir kaufen?“ - Wenn die Antwort „Weil wir die besten/günstigsten/innovativsten sind“ lautet, ist das **kein Grund, warum Kund:innen kaufen**.

Zu schnell zu viel wollen: Logo, Website, Social Media, Anzeigen sind wichtig aber erst Schritt 2 und 10. Wer Schritt 1 und 3 überspringt, verbrennt vermutlich unnötig Geld und lässt Umsatz einfach liegen.