

BONUS:

**Die 11-Schritte-
Checkliste**

... für strategisch aufgebaute
Werbeanzeigen.

Ein Blick hinter die Kulissen enthüllt:

SO SETZEN SIE DIE MARKETING-STRATEGIEN DER GROSSEN KONZERNE IN IHREM UNTERNEHMEN UM

Dieser Ratgeber zeigt Ihnen einen Einblick in das **Marktführer-Framework®** und wie auch Ihr Unternehmen von den Methoden profitieren kann, die wir für die erfolgreichsten Marken im DACH-Raum entwickelt haben.

Inhalte dieses Reports:

- ✓ **Strategischer Maßnahmenplan:** Konkrete Schritte, um Online-Marketing-Strategien umzusetzen und planbar qualifizierte Kundenanfragen zu gewinnen.
- ✓ **Zielgruppenansprache:** Erfahren Sie, wie Sie Ihre Botschaft überzeugend kommunizieren, um Interesse zu wecken.
- ✓ **Markenstärkung:** Lernen Sie, wie Sie Ihre Marke so positionieren, dass Sie als führender Anbieter in Ihrer Branche wahrgenommen werden.
- ✓ **Performance-Marketing:** Nutzen Sie gezielte Maßnahmen, um Ihre Marketingausgaben effizient zu gestalten und maximale Renditen zu erzielen.
- ✓ **Omnipräsenz:** Erfahren Sie, wie Sie Ihre Marktführerschaft sichern und Ihre Präsenz auf allen digitalen Kanälen dauerhaft ausbauen.

W&S Epic.

Inhaltsverzeichnis

Persönliches Vorwort Seite 03

Das kann sich der Mittelstand nicht mehr leisten Seite 04

Das Marktführer-Framework® Seite 05 - 06

Phase 1: Kontaktaufnahme Seite 07 - 09

Phase 2: Anfragen generieren Seite 10 - 12

Phase 3: Sichtbarkeit erhöhen Seite 13 - 14

Phase 4: Markenbekanntheit aufbauen Seite 15 - 16

Phase 5: Omnipräsenz aufbauen Seite 17 - 18

Zusammenfassung Seite 19

Kundenstimmen Seite 20

Über uns Seite 21 - 22

Schlusswort Seite 23

Persönliches Vorwort

Fällt es Ihnen auch auf? Die großen Konzerne scheinen immer einen Schritt voraus zu sein. Ihre Marketingkampagnen laufen wie gut geölte Maschinen, bringen Milliarden ein und setzen Maßstäbe in ihrer Branche.

Es wirkt fast schon mysteriös, wie sie ständig neue Umsatzrekorde brechen, während der Mittelstand teilweise noch mit den Basics kämpft.

Wir sind W&S Epic – die Agentur, die genau solche Kampagnen für Marktführer entwickelt und umsetzt. Marken wie Rossmann Drogeriemärkte, Nolte Küchen, Netto Deutschland, Viessmann und viele weitere vertrauen auf unsere Expertise.

In diesem Report geben wir Ihnen einen exklusiven Einblick hinter die Kulissen unserer Strategien. Wir zeigen Ihnen, wie auch Ihr Unternehmen von den Methoden profitieren kann, die wir für die erfolgreichsten Unternehmen im DACH-Raum entwickelt haben.

Denn Fakt ist: Viele mittelständische Unternehmen kämpfen mit folgenden Herausforderungen:

- **Mangelnde Online-Sichtbarkeit**
- **Unzureichende Kundenanfragen**
- **Verstreute und unstrukturierte Marketingmaßnahmen**
- **Hoher Zeit- und Ressourcenaufwand für Geschäftsführer**
- **Keine klaren Ergebnisse aus bisherigen Marketingkampagnen**

Als Agentur in der 3. Generation kennen wir die Methoden der Marktführer. Denn wir sind die Marketingagen-

tur hinter einigen der erfolgreichsten Marken im DACH-Raum.

Unsere Mission: Dem Mittelstand genau das bieten, was er verdient – ein Online-Marketing, das so hart arbeitet wie er selbst.

Wir sprechen Ihre Sprache und zeigen Ihnen, dass effektives Marketing kein Hexenwerk ist, sondern eine Reihe gut durchdachter Schritte, die zu echten, messbaren Erfolgen führen.

Viel Erfolg beim Lesen und Umsetzen!



Autor: Maximilian Winkler

Inhabender Geschäftsführer | W&S Epic GmbH

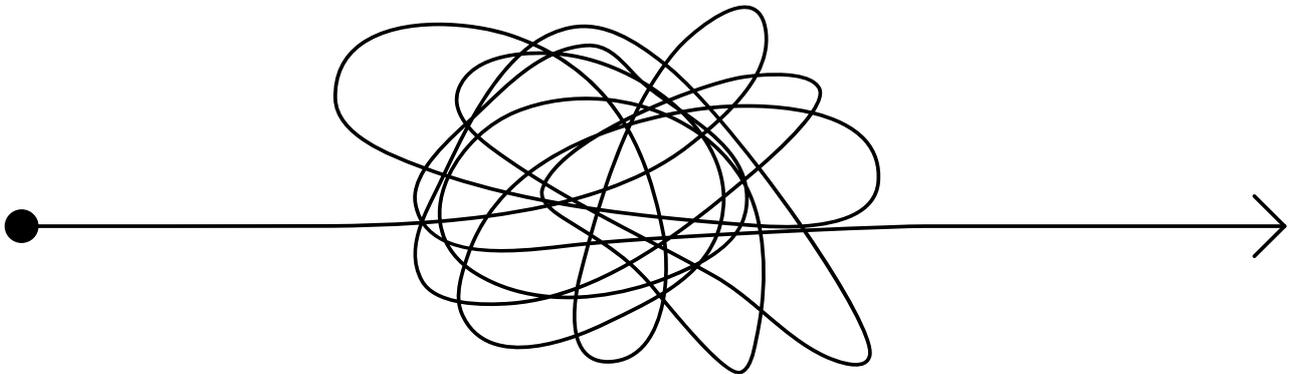
- ▶ Seit über **10 Jahren** als strategischer Berater für Konzerne und den Mittelstand aktiv
- ▶ Bereits **2000+ Projekte** erfolgreich abgeschlossen
- ▶ Bekannt aus Süddeutsche Zeitung, Hamburger Abendblatt oder UnternehmerJournal

Dieser Report ist eine Pflichtlektüre für alle Mittelständler, die ...

- ▶ ihre Marktposition stärken und langfristig ausbauen möchten
- ▶ qualifizierte Kundenanfragen steigern und/oder passgenaue Bewerbungen erhalten wollen
- ▶ ihre Marketingstrategien optimieren und messbare Ergebnisse erzielen möchten
- ▶ sich von der Konkurrenz abheben und als führender Anbieter wahrgenommen werden wollen

Der Mittelstand kann sich nicht mehr leisten, Kunden nur zufällig zu gewinnen.

Wie Geschäftsführer aktuell vor dem größten Wandel der Zeit stehen und dabei proaktiv auf Irrwege geleitet werden.



Die Wirtschaftskrise hat den deutschen Mittelstand längst erreicht: Allgemein steigende Preise und höhere Leitzinsen schwächen die Kaufkraft der Verbraucher und bringen die Bauprojekte zum Stillstand. Energiekosten belasten die Betriebsausgaben erheblich.

9 von 10 Geschäftsführern begehen gerade jetzt einen Denkfehler. Aus Angst vor zusätzlichen Ausgaben kürzen sie ihr Werbebudget. Doch gerade, wenn sich andere Marktteilnehmer auch zurückhalten, bietet sich die perfekte Chance, in Marketing zu investieren.

Weniger Konkurrenz bedeutet: günstigere Werbekosten und eine einmalige Möglichkeit, sich als führender Anbieter in seiner Branche zu positionieren.

Gleichzeitig erleben wir aber einen rasanten Anstieg an Marketingagenturen, die Ihnen in diesen

turbulenten Zeiten das Blaue vom Himmel versprechen – einen Strom an „kaufbereiten Anfragen“.

Doch was nützt Ihnen eine Masse an Anfragen, wenn die Qualität nicht stimmt? Wenn die generierten Kontakte nicht wirklich zu Ihnen passen und nicht die Kunden liefern, die Sie tatsächlich haben wollen?

Minderwertige Anfragen sind wie Sand im Getriebe. Sie bremsen Ihren gesamten Marketing- und Verkaufsprozess aus.

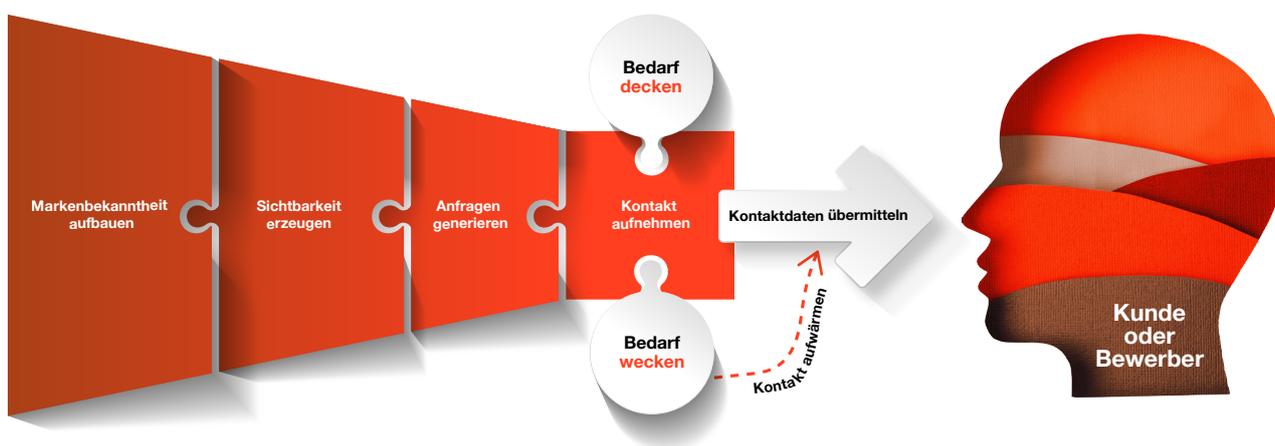
Das Ergebnis? Frustration.

Und der Eindruck, dass „Marketing in Ihrer Branche einfach nicht greift.“

Das Marktführer-Framework®

So führen Sie die Marketing-Strategien führender Konzerne in Ihrem Unternehmen ein

MARKTFÜHRER FRAMEWORK®



Basierend auf den Erfahrungen aus über 2000+ Projekten und mehr als 20 Jahren im Online-Marketing haben wir eine systematische Arbeitsweise entwickelt, die speziell auf die Bedürfnisse mittelständischer Unternehmen zugeschnitten ist.

Mit unserem **Marktführer-Framework®** bieten wir eine klare Roadmap, die Ihnen in nur 5 Phasen zeigt, welche Schritte Sie unternehmen müssen, um Ihr Marketing endlich so auszurichten, dass es messbare Ergebnisse für Ihr Unternehmen bringt.

Denn einfach nur ein wenig sichtbar zu werden, reicht heutzutage nicht mehr aus. Es kommt darauf an, FÜR WEN: Wir werfen einen Röntgenblick auf Ihr Unternehmen und analysieren, wie wir mehr von den Kunden gewinnen, die FÜR SIE

am ertragreichsten sind – der Grundbaustein dafür, nicht mehr B- oder C-Kunden annehmen zu müssen, die Ihre Dienstleistungserbringung verkomplizieren.

Hinweis: Alle Strategien in diesem Report gelten sowohl für die Gewinnung von Neukunden als auch für die Rekrutierung neuer Mitarbeiter. Wenn der Fokus auf Neukundengewinnung liegt, sind diese Ansätze ebenso effektiv wie für die Gewinnung qualifizierter Mitarbeiter. Unser Marktführer-Framework ist das Ergebnis jahrelanger Erfahrung und mehr als 2.000+ erfolgreicher Projekte. Es ist speziell darauf ausgelegt, mittelständische Unternehmen aus der Masse herauszuheben und sie an die Spitze ihrer Branche zu führen.

Diese Ergebnisse sind dabei in der Praxis realistisch:

Ø 20–30

Kundenanfragen pro Monat

Gewinnen Sie planbar Neukunden, indem wir für Sie ein System aufbauen, bei dem Sie X € in digitale Werbung investieren und profitabel Y € in Form von Umsatz wieder zurückerhalten.

21 Tage

bis zu ersten Neukundenanfragen

Verkürzen Sie durch „systematisiertes Aufwärmen“ Ihre Sales Zyklen und erhalten Sie bereits ca. 3 Wochen nach Kampagnenstart die ersten qualifizierten Anfragen.

Ø 10–20

qualifizierte Bewerbungen pro Monat und Stelle

Werden Sie als Arbeitgeber regional omnipräsent und erhalten Sie einen stetigen Zustrom an Bewerbungen für jede Ihrer unbesetzten Stellen.

7 – 10 Tage

bis zu ersten Bewerbungen

Erhalten Sie Zugriff auf einen Pool an Bewerbern, die fachlich und menschlich zu Ihrem Unternehmen passen und sich stark mit Ihrer Vision identifizieren.



Zukunftsfähig als Mittelständler:

Die Schritt-für-Schritt-Anleitung zu erfolgreichem Online-Marketing

So unterschiedlich die Herausforderungen unserer Kunden auch sind, sie haben alle eines gemeinsam: Sie wollen zu den Besten Ihrer Branche gehören und ein Marketing haben, das maßgeblich zu diesem Erfolg beiträgt.

Entdecken Sie jetzt die Geheimnisse hinter Marktführerschaft – in nur 5 Phasen.

PHASE 1: KONTAKTAUFNAHME

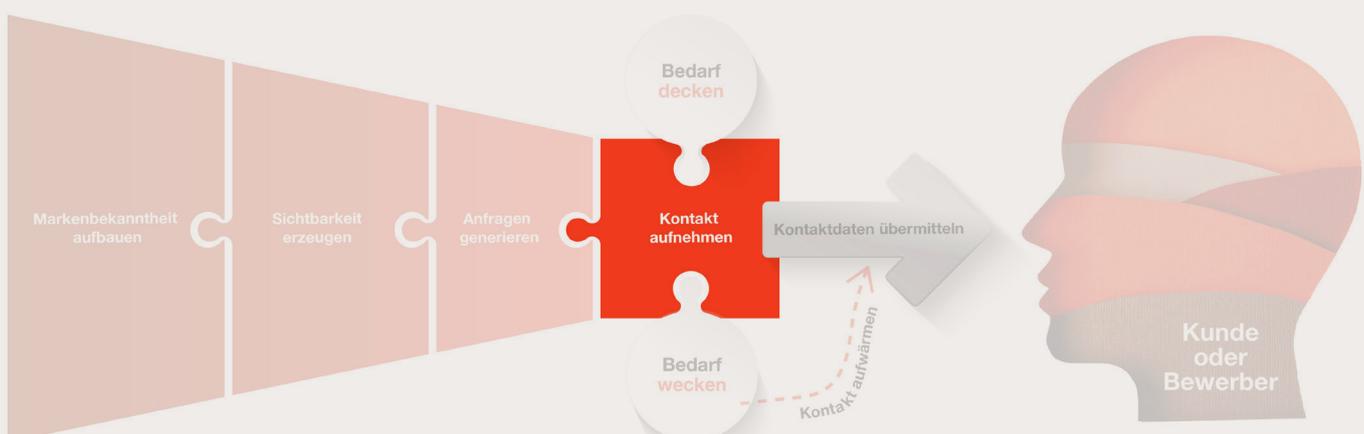
Wie Sie ein solides Fundament für die Gewinnung qualifizierter Kunden und Mitarbeiter schaffen

Der entscheidende Faktor im Marketing: die Kontaktaufnahme. Sie ist die Grundlage, auf der Ihr gesamtes Marketing aufbaut und die Voraussetzung, um alle weiteren Phasen erfolgreich durchlaufen zu können. Denn schließlich zielt jede Marketingmaßnahme, die ein Unternehmen ergreift, IMMER darauf ab, entweder

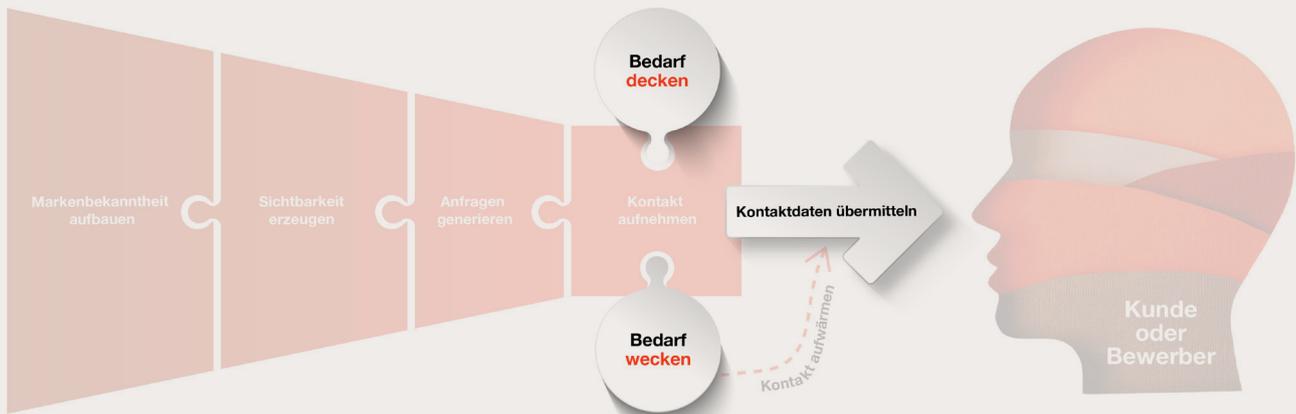
- **überhaupt qualifizierte Kontaktanfragen zu generieren oder**
- **mehr solcher Kontaktanfragen zu gewinnen**

Das wichtigste Ziel dabei: Potenziellen Kunden bzw. Fachkräften den Kontakt zu Ihnen so einfach wie möglich zu machen und sie davon zu überzeugen, dass Ihr Unternehmen die beste Wahl ist. Deshalb liegt der Fokus in Phase 1 unseres Marktführer-Frameworks® darauf,

1. präzise zu bestimmen, welche Methode der Lead-Generierung am effektivsten ist (siehe nächster Punkt).
2. erste, einfache Werbekampagnen zu erstellen, die bereits initial qualifizierte Kunden- oder Bewerberanfragen generieren.



Die 2 bewährten Methoden für effektive Lead-Generierung:



AKTIVE AUFMERKSAMKEIT

Bedarf decken

Potenzielle Kunden sind bereits auf der Suche nach einer Lösung für ein spezifisches Problem. Sie nutzen gezielt Suchmaschinen wie Google, um Antworten zu finden und verschiedene Angebote miteinander zu vergleichen. Mit gezielten Maßnahmen, wie Google Search Ads, sind Sie genau dann präsent, wenn Kunden nach Begriffen suchen, die mit Ihrem Produkt / Ihrer Dienstleistung in Verbindung stehen. dass Ihre Website genau dann auftaucht, wenn diese Kunden ihre Suche starten. So wird Ihr Unternehmen im entscheidenden Moment präsentiert und Ihre Lösungen als erste Wahl in Betracht gezogen.

PASSIVE AUFMERKSAMKEIT

Bedarf wecken

Potenzielle Kunden sind bereits auf der Suche nach einer Lösung für ein spezifisches Problem. Sie nutzen gezielt Suchmaschinen wie Google, um Antworten zu finden und verschiedene Angebote miteinander zu vergleichen. Mit gezielten Maßnahmen, wie Google Search Ads, sind Sie genau dann präsent, wenn Kunden nach Begriffen suchen, die mit Ihrem Produkt / Ihrer Dienstleistung in Verbindung stehen. dass Ihre Website genau dann auftaucht, wenn diese Kunden ihre Suche starten. So wird Ihr Unternehmen im entscheidenden Moment präsentiert und Ihre Lösungen als erste Wahl in Betracht gezogen.

3 fundamentale Bausteine, um qualifizierte Anfragen zu erhalten

BAUSTEIN 1

Bedarf decken

Ohne Fundament bricht alles zusammen. Deshalb ist es entscheidend, zunächst den Fokus auf den Kern des Marketings zu richten: Ihre digitale Präsenz. Hier gilt es, modernste Verkaufspsychologie mit einem durchdachten Konzept zu kombinieren, um potenzielle Kunden und Bewerber gezielt entlang eines klaren roten Fadens zur Anfrage zu führen. Jede Interaktion auf der Webseite sollte darauf abzielen, die richtigen Menschen zu erreichen und sie Schritt für Schritt zu einer konkreten Handlung zu motivieren.

- ✓ Optimierte Seitenstruktur sorgt dafür, dass Besucher schnell die wichtigsten Informationen finden und zum Handeln animiert werden.
- ✓ Klare Formulare und Terminbuchungen veranlassen Besucher, ihre Kontaktdaten einzugeben und den ersten Schritt zu einem persönlichen Gespräch zu machen.
- ✓ Hochwertige Inhalte und verkaufpsychologische Werbetexte lenken den Nutzer intuitiv durch den Verkaufsprozess und erhöhen die Wahrscheinlichkeit einer Handlung.

BAUSTEIN 2

Strategisch aufgebaute Qualifizierungs-Funnels

Studien zeigen, dass etwa 58,9 % aller Onlinebuchungen über das Smartphone oder Tablet abgewickelt werden. Ein Qualifizierungs-Funnel ist dabei ein sequenzieller, mehrstufiger Prozess, der speziell für die Nutzung auf mobilen Geräten optimiert ist. Er führt den Benutzer schrittweise durch verschiedene Etappen, um ihn zu einer gewünschten Handlung zu bewegen. Dabei wird besonders auf die Benutzererfahrung auf den kleineren Hochkant-Displays geachtet.

- ✓ Ein klarer, mehrstufiger Aufbau und eine einfache Navigation stellen sicher, dass Nutzer auf mobilen Geräten schnell zum nächsten Schritt geführt werden.
- ✓ Kurz und prägnant gestaltete Inhalte sorgen dafür, dass Nutzer nicht überfordert werden und durch den Funnel bis zum Ende geleitet werden.
- ✓ Durch die mobile Optimierung wird sichergestellt, dass Nutzererlebnisse reibungslos verlaufen, was die Absprungrate minimiert.

BAUSTEIN 3

Schnelle Lead-Funnels für passive Interessenten

Viele potenzielle Kunden sind nicht aktiv auf der Suche nach Ihrem Angebot, aber das bedeutet nicht, dass sie kein Interesse haben. Genau hier kommen Lead-Funnels ins Spiel: eine effektive Methode, um die Aufmerksamkeit von Menschen zu gewinnen, die gerade auf Plattformen wie Meta (z. B. Facebook, Instagram) ihre Zeit verbringen. Da diese Nutzer nicht bewusst nach einer Lösung suchen, sondern eher beiläufig durch ihren Feed wischen, ist es entscheidend, ihnen eine einfache Möglichkeit zu bieten, mit Ihnen zu interagieren.

Bedeutet konkret: das Eintragen einer E-Mail-Adresse oder einer Mobilnummer, um dem Interessenten beispielsweise mehrere aufeinanderfolgende E-Mails zu senden.

- ✓ Schnelle Formulare direkt in Meta sorgen dafür, dass Interessenten ohne Umwege ihre Kontaktdaten eingeben und sofort mit Ihnen in Verbindung treten können.
- ✓ Durch gezielte Ansprache auf Social Media werden Nutzer erreicht, die zwar nicht aktiv suchen, aber potenziell an Ihrem Angebot interessiert sind.
- ✓ Minimale Ablenkungen und klarer Fokus im Funnel leiten den Nutzer zielgerichtet zur Anfrage, ohne ihn auf externe Seiten zu schicken.

PHASE 2: KONTAKTAUFNAHME

Wie Sie ab jetzt einen konstanten Strom an qualifizierten Kontaktanfragen erzeugen

Nachdem in Phase 1 ein solides Fundament für Kontaktanfragen gelegt wurde, ist es an der Zeit, gezielte Marketingmaßnahmen einzusetzen, um noch mehr "Wunsch-Kontakte" zu gewinnen und sie zu einem der 3 strategischen Bausteine (aus Phase 1) zu führen.

Wir nutzen kurze Videos, Bilder und Textanzeigen über Google Search Ads, um potenzielle Kunden und Bewerber effektiv anzusprechen und zur Interaktion zu motivieren. Über diese 3 Medien lassen sich gezielt Emotionen wecken, sodass sich Ihre Botschaft und Ihr Angebot nachhaltig in den Köpfen Ihrer Zielgruppe verankern.

Außerdem werden in dieser Phase verschiedene Strategien und Tools kombiniert, um sowohl "harte" Handlungen, wie die Buchung eines Beratungstermins, als auch "weiche" Ziele, wie das Sammeln von Kontaktdaten, erfolgreich zu erreichen.

DIE WICHTIGSTEN MASSNAHMEN, DIE IN PHASE 2 IMPLEMENTIERT WERDEN

Reichweite durch Social Media und Anzeigen zur Interessengewinnung maximieren

Erreichen Sie Ihre Zielgruppe genau dort, wo sie täglich aktiv ist – in den sozialen Medien. Werden Sie dabei als „der eine Anbieter unter 1000“ wahrgenommen, z. B. Mit aufmerksamkeitsstarken Video-Anzeigen, die bereits in den ersten Sekunden fesseln, maximieren Sie Ihre Reichweite und schaffen direkte Verbindungen zu potenziellen Kunden.

Google Suchanzeigen richtig nutzen und Interessenten erreichen, wenn die Kaufbereitschaft am größten ist

Nutzen Sie den Moment, wenn potenzielle Kunden aktiv nach Lösungen suchen und bereit sind zu kaufen ("low hanging fruits"). Die Interessenten brauchen meist nur einen finalen Anstoß auf Ihrer Webseite, um sich für Ihr Angebot zu entscheiden.

Interesse wecken und in qualifizierte Kontakte verwandeln mit Informationsangeboten

Machen Sie aus passiven Interessenten qualifizierte Leads, indem Sie kostenlos Informationen zur Verfügung stellen. Diese sogenannten Anfragenmagnete sammeln wertvolle Kontaktdaten, die Sie durch automatisierte E-Mail-Kampagnen weiter qualifizieren.

Anfragenmagnet zur schnellen Erfassung von Kontaktdaten nutzen

Erfassen Sie wichtige Kontaktdaten wie Telefonnummern und ermöglichen Sie es Ihrem Vertriebsteam, sofort nachzufassen. So verschwenden Sie keine Zeit und sprechen mit potenziellen Kunden, bevor sie sich "nach anderen Anbietern" umsehen.

DER UNTERSCHÄTZTE FAKTOR:

Wie Sie geschickt genau DIE Interessenten erreichen, die auch wirklich passen

Über die "üblichen" Kampagnen hinaus nutzen wir vor allem 2 spezielle Kampagnentypen, die sich als äußerst wirkungsvoll bei der Gewinnung hochwertiger Kontakte erweisen und von vielen Unternehmen und Agenturen unterschätzt werden.

RETARGETING-KAMPAGNEN

BLEIBEN SIE IM GEDÄCHTNIS UND ERREICHEN SIE VERGANGENE WEBSITE-BESUCHER

Wenn eine Person Ihre Seite besucht, zeigt das ernsthaftes Interesse. Doch genau hier verschwinden mehr als 97 % aller Unternehmen ein enormes Potenzial: Sie lassen diese Interessenten einfach wieder gehen, ohne sich die Möglichkeit einzuräumen, genau diese Besucher mit weiteren Marketingmaßnahmen zu erreichen.

Dabei kann die Installation eines einfachen Pixels auf Ihrer Webseite dafür sorgen, dass Besucher weiterhin mit Ihrem Unternehmen in Kontakt bleiben, indem Sie weitere Marketingmaßnahmen gezielt an diese Menschen ausspielen.

✓ Wiederholte Sichtbarkeit: erinnert Interessenten an Ihr Angebot und erhöht die Wahrscheinlichkeit einer späteren Konversion.

✓ Personalisierte Ansprache: Sprechen Sie gezielt die Bedenken und Interessen der Nutzer an, die sie beim ersten Besuch zurückgehalten haben.

✓ Markenstärkung: Kontinuierliche Präsenz stärkt das Vertrauen in Ihre Marke und erleichtert die Kaufentscheidung.



ERREICHEN SIE NEUE, POTENZIELLE KUNDEN, DIE IHREN BESTEN KUNDEN ÄHNELN

Stellen Sie sich vor, es gäbe einen Weg, Ihre besten Kunden einfach zu vervielfachen – genau das ermöglichen Lookalike-Kampagnen. Anstatt sich nur auf bestehende Kunden zu konzentrieren, nutzen diese Kampagnen intelligente Algorithmen, um neue, potenzielle Kunden zu finden, die Ihren besten Kunden ähneln.

Durch die Analyse von Daten Ihrer bestehenden Kunden identifiziert der Algorithmus weitere Menschen mit ähnlichen Interessen und Verhaltensmustern.

- ✓ Durch das Ansprechen von Lookalikes wird Ihre Werbebotschaft direkt an Menschen gesendet, die aufgrund ihrer Ähnlichkeit zu bestehenden Kunden eine höhere Kaufbereitschaft haben.
- ✓ Erhöhte Effizienz Ihrer Marketingausgaben, da Sie gezielt neue potenzielle Kunden ansprechen, die den höchsten ROI versprechen und die Streuverluste minimieren.
- ✓ Durch die gezielte Nutzung von Lookalike-Kampagnen erhöhen Sie nicht nur die Reichweite, sondern verbessern auch die Qualität Ihrer Leads, was langfristig zu einer stärkeren Kundenbindung und höheren Umsätzen führt.



PHASE 3: SICHTBARKEIT ERHÖHEN

Wie mehr Sichtbarkeit dafür sorgt, bessere Kunden und Mitarbeiter zu gewinnen

Menschen wählen nicht unbedingt die beste Dienstleistung – sie entscheiden sich für das Angebot, das sie am meisten im Gedächtnis haben. Und das ist zwangsläufig das mit dem besten Marketing.

Je mehr "mentalen Raum" Ihr Angebot hat, desto wahrscheinlicher ist es, dass Sie Vertrauen aufbauen und die Interessenten sich für Ihre Dienstleistung entscheiden. Nur so bleiben Sie im Bewusstsein Ihrer Zielgruppe und sorgen für einen konstanten Strom an Neukunden.

Um dieses Ziel zu erreichen, setzen wir deshalb in dieser Phase gezielt auf hochwertige Werbevideos, die auf den wichtigsten Social-Media-Plattformen eingesetzt werden. Diese Videos sind darauf ausgelegt, die Aufmerksamkeit Ihrer Zielgruppe schnell zu gewinnen und die Reichweite Ihrer Online-Marketing-Aktivitäten maßgeblich zu erhöhen.

Gewinnen Sie systematisch das Vertrauen Ihrer Zielgruppe und überzeugen Sie mit Authentizität

Hochwertige Werbevideos verfolgen mehrere wichtige Ziele, die für den langfristigen Erfolg Ihrer Marke entscheidend sind:

01 Höheres Interessen-Engagement

Visuelle Inhalte wie Videos sind besonders ansprechend und fördern die Interaktion mit der Zielgruppe stärker als andere Medien. Sie erzeugen eine emotionale Bindung, die dazu führt, dass die Zuschauer eher dazu bereit sind, Inhalte zu teilen, zu kommentieren oder auf sie zu reagieren (was wiederum mehr Reichweite für Sie bedeutet). Videos, die intelligent aufgesetzt sind und wertvolle Informationen bieten, regen Zuschauer an, sich stärker mit Ihrem Unternehmen zu beschäftigen.

02 Aufbau von Vertrauen

Ein Video sagt mehr als tausend geschriebene Wörter. Wenn potenzielle Kunden die Gesichter hinter einer Marke sehen, die Stimme des Geschäftsführers hören oder einen Blick hinter die Kulissen werfen können, fühlen sie sich sofort verbunden. Denn Menschen vertrauen eher dem, was sie sehen und hören – statt dem, was sie lesen. Videos vermitteln deshalb nicht nur Informationen, sondern auch Emotionen und Authentizität.

03 Einfache Verkaufsgespräche

Sie wissen bereits, dass Werbevideos Ihnen einen Vertrauensvorsprung verschaffen, noch bevor der Interessent überhaupt Kontakt mit Ihnen aufnimmt. Doch strategisch gestaltete Werbevideos können noch mehr: Sie räumen potenzielle Einwände aus dem Weg und beantworten häufige Fragen, noch bevor das Verkaufsgespräch stattgefunden hat. So erhöhen Sie nicht nur Ihre Abschlussrate, sondern sparen auch wertvolle Zeit, weil weniger Überzeugungsarbeit im Vertrieb nötig ist.

Die Checkliste für strategisch aufgebaute Werbevideos

Um maximale Wirkung zu erzeugen und die gewünschten Marketingziele zu erreichen, sollten Ihre Werbevideos folgende **11 Kriterien** erfüllen:

- Entwickeln Sie Videos mit einer Länge von **1 bis 3 Minuten**. Längere Videos sorgen nur dafür, dass Interessenten schnell gelangweilt sind und frühzeitig auf "Stopp" klicken.
- Identifizieren Sie ein spezifisches Problem, verschärfen Sie es (Agitation), und bieten Sie dann eine **Lösung** an.
- Starten Sie mit einem einprägsamen Einstieg (Hook), der die Aufmerksamkeit der Zuschauer **innerhalb der ersten 5 Sekunden** weckt.
- Setzen Sie gezielt auf Emotionen wie Freude, Überraschung oder Dringlichkeit, um eine **tiefer Verbindung** mit Ihrem Publikum herzustellen. Emotionale Videos bleiben länger im Gedächtnis und führen zu höherem Engagement.
- Vermeiden Sie Fachjargon und lange Sätze. Die Botschaft sollte **einfach und verständlich** sein, sodass sie sofort von der Zielgruppe aufgenommen werden kann.
- Integrieren Sie eine **klare Handlungsaufforderung**, die den nächsten Schritt aufzeigt, wie z. B. „Jetzt Beratungstermin buchen!“.
- Nutzen Sie B-Roll-Material (zusätzliche, unterstützende Szenen, die zwischen-durch eingeblendet werden), um die **Hauptbotschaft zu verstärken** und das Video professioneller wirken zu lassen.
- Stellen Sie sicher, dass Ihr Video auch auf kleineren Bildschirmen (Smartphone oder Tablet) gut aussieht und funktioniert. Verwenden Sie **große, leicht lesbare Schriftarten** und denken Sie an Untertitel für Zuschauer, die das Video ohne Ton ansehen.
- Schlechte Tonqualität kann Zuschauer schnell abschrecken. Achten Sie darauf, dass die **Hintergrundmusik stimmig** ist und der Sprecher klar und deutlich zu hören ist.
- Verschiedene Plattformen **haben unterschiedliche Anforderungen**. Während Instagram und TikTok kurze, schnelle Videos bevorzugen, können YouTube und LinkedIn auch längere Formate vertragen.
- Führen Sie **A/B-Tests** mit unterschiedlichen Hooks und CTAs (Handlungsaufforderungen) durch, um herauszufinden, **was am besten funktioniert**. Analysieren Sie die Ergebnisse und optimieren Sie Ihre Videos entsprechend.

PHASE 4: MARKENBEKANNTHEIT AUFBAUEN

Wie Ihnen Online-Marketing dabei hilft, geschickt als Anbieter #1 in Ihrer Branche wahrgenommen zu werden

Stellen Sie sich vor, Ihr Unternehmen ist nicht einfach nur eine Option unter vielen – sondern die erste Wahl Ihrer Kunden.

**Die Marke, die im Kopf bleibt.
Die Marke, der man vertraut.**

Kunden entscheiden sich nicht nur aufgrund des Preises für ein Produkt oder eine Dienstleistung. Oft ist es das Gefühl der Sicherheit und des Vertrauens, das eine starke Marke vermittelt. Und

das ist kein Zufall.

Studien haben ergeben, dass Menschen dazu neigen, Dinge zu mögen, denen sie häufiger ausgesetzt sind (Mere-Exposure-Effekt).

Das bedeutet: Je öfter jemand Ihre Marke wahrnimmt und positive Assoziationen damit verknüpft, desto größer wird das Vertrauen. Und genau das ist unser Ziel. Denn die Folgen daraus sind:

01

Sich intelligent von der Konkurrenz abheben

Der Markt ist überflutet mit Angeboten. Wie schaffen Sie es, trotzdem herauszustechen? Die Antwort: Mit einer starken Marke, die sich geschickt in das (Unter-)Bewusstsein Ihrer Zielgruppe einprägt.

02

Emotionale Bindung und Glaubwürdigkeit schaffen

Kunden kaufen von Marken, die sie kennen und denen sie vertrauen. Ein starkes Image vermittelt genau dieses Vertrauen: Sie steht für Qualität, Zuverlässigkeit und Beständigkeit. Je häufiger Ihre Marke in einem positiven Kontext auftaucht, desto stärker wird dieses Vertrauen.

03

Höhere Preise durchsetzen

Kunden sind bereit, mehr für ein Unternehmen zu bezahlen, dem sie vertrauen. Ein professionelles Image bedeutet, dass Sie sich nicht im ständigen Preiskampf des Wettbewerbs behaupten müssen. Denn Sie bieten nicht nur ein Produkt oder eine Dienstleistung an, sondern ein Versprechen – und genau dieses Versprechen rechtfertigt den höheren Preis.

04

Authentizität und Nähe vermitteln

Eine emotionale Bindung entsteht, wenn eine Marke als authentisch und nahbar wahrgenommen wird. Dies gelingt durch persönliche Geschichten, authentische Kundenstimmen oder "Behind-the-Scenes"-Einblicke Ihres Unternehmens. Image- und Recruitingfilme sind dabei besonders effektiv, um diese Nähe und Glaubwürdigkeit zu schaffen, da sie die Menschen und ihre Geschichten in den Mittelpunkt rücken.

6 Gründe, warum Marketingfilme essenziell für den Aufbau eines starken Images sind

Markenfilme schaffen eine emotionale Verbindung, die Ihre Zielgruppe fesselt und Ihre Markenwerte lebendig macht. Gerade in der schnelllebigen Welt von Social Media sorgen sie dafür, dass Ihre Botschaft aus der Masse hervorsticht und nachhaltig im Gedächtnis bleibt.

Sie sind eine kraftvolle Methode, um die Identität und Werte Ihrer Marke authentisch zu kommunizieren, insbesondere in Social-Media-Marketing Ads. Hier einige wesentliche Vorteile von Markenfilmen:

01

Markenidentität und Image stärken

Markenfilme stellen die Persönlichkeit, Vision und Mission einer Marke klar dar und schaffen ein einheitliches, einprägsames Bild. In den sozialen Medien helfen sie, sich in einem überfüllten Marktumfeld abzuheben und die Zielgruppe anzusprechen.

02

Emotionaler Bezug und Markenloyalität aufbauen

Filme wecken Emotionen und erzählen Geschichten, die berühren und unterhalten. Dies schafft eine starke emotionale Bindung, die die Markenloyalität fördert, besonders in sozialen Medien, wo authentische und emotionale Inhalte viral gehen können.

03

Vertrauen und Glaubwürdigkeit schaffen

Ein gut gemachter Markenfilm zeigt die Werte und das Engagement der Marke, was Vertrauen und Glaubwürdigkeit stärkt. In Social Media Ads kann dies durch echte Geschichten und Kundenfeedback verstärkt werden, um die Authentizität zu erhöhen.

04

Komplexe Botschaften einfach vermitteln

Durch Markenfilme werden komplexe Themen verständlich und attraktiv gemacht. Auf Social-Media-Plattformen können sie als kurze, visuell ansprechende Videos eingesetzt werden, um die Aufmerksamkeit der Nutzer zu gewinnen und Botschaften effektiv zu vermitteln.

05

Reichweite und Online-Präsenz steigern

Markenfilme haben ein hohes Potenzial, in sozialen Netzwerken geteilt zu werden, was die organische Reichweite erhöht. Sie sind ideal für Social Media Ads, um Interaktionen zu fördern und die Markenpräsenz zu steigern.

06

Markenbekanntheit aktiv fördern

Ein Markenfilm bringt Ihre Marke einem größeren Publikum näher und zeigt klar, wofür sie steht. Besonders in der Awareness-Phase auf Social Media steigern Sie Ihre Sichtbarkeit und rücken als potenzielle Lösung für die Probleme Ihrer Zielgruppe stärker in den Fokus.

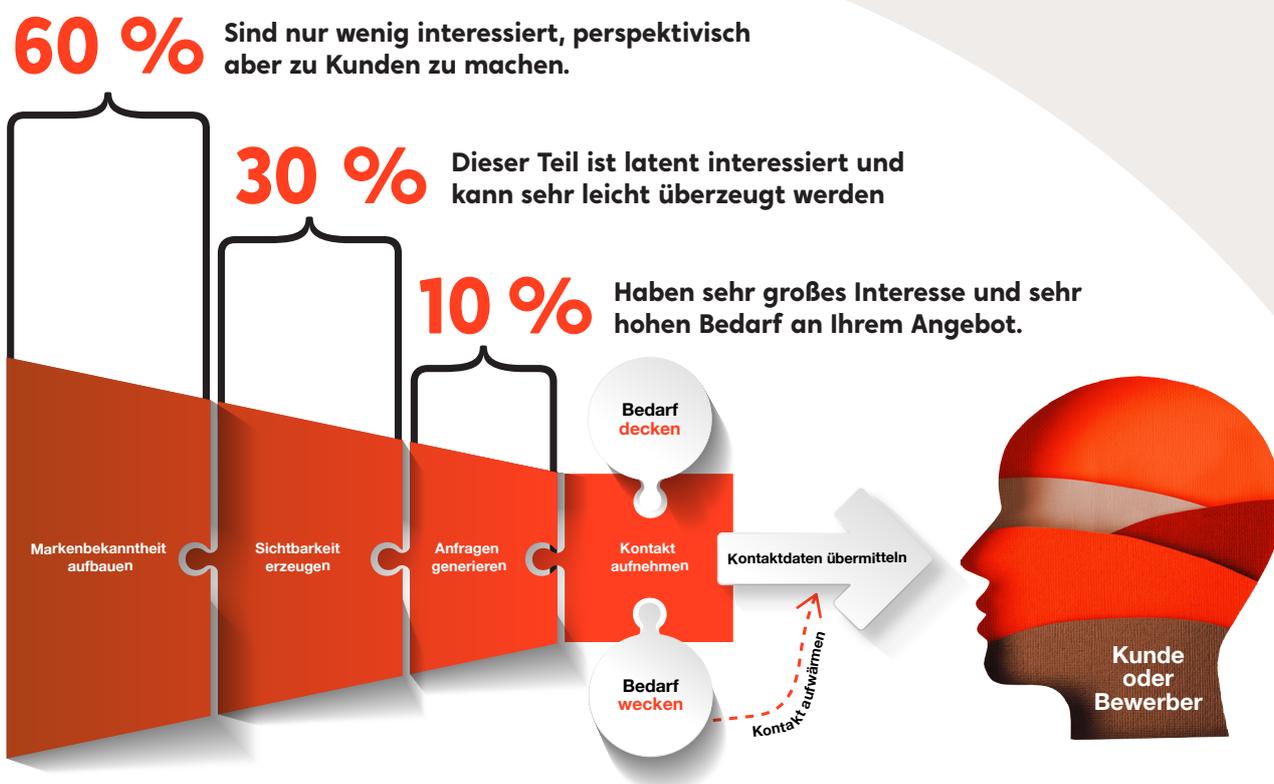
Ein starkes Markenimage entsteht also nicht zufällig – es ist das Ergebnis strategischer Planung und kreativer Umsetzung. Durch den gezielten Einsatz eines Markenfilms werden Sie unverwechselbar und können Sie sich in den Köpfen Ihrer Zielgruppe verankern.

PHASE 5: OMNIPRÄSENZ AUFBAUEN

Sichern Sie sich die Marktführerschaft in Ihrer Branche

Was macht die Top 1 % aus? Über 99 % der Unternehmen streiten sich mit dem restlichen Markt ausschließlich um die kleinste Kundenzielgruppe. Welche das sind? Die 2 % der Interessenten, die sich sowieso schon für Ihr Angebot interessieren.

Marktführer gehen anders vor: Sie züchten sich neue Zielgruppen heran, beeinflussen geschickt deren Bild auf dem Markt und fischen in einem konkurrenzlosen Teich.



Nur 1 % der Unternehmen verstehen, wie man alle 3 Gruppen erreicht und faktisch konkurrenzlos ist.

In dieser Phase steht deshalb im Mittelpunkt: Ihre Marke dauerhaft in den Köpfen Ihrer Zielgruppe zu verankern.

Das Marktführer-Framework® ist speziell darauf ausgerichtet, Unternehmen nachhaltig zur Nummer 1 in ihrer Branche und Region zu machen. Denn diese Phase verfolgt das Ziel, die Marktführerschaft nicht nur zu erreichen, sondern sie auch durch eine umfassende und kontinuierliche Online-Präsenz langfristig zu festigen und weiter auszubauen.

Der wichtigste Faktor, um sich dauerhaft als Marktführer in seiner Branche zu etablieren

... und zum Anbieter #1 für Ihre Zielgruppe zu werden

Marktführer entstehen nicht durch Zufall. Es erfordert gezielte Strategien und Maßnahmen, die über die üblichen Marketingstrategien hinausgehen. Wenn Ihr Unternehmen das Ziel hat, sich als unangefochtener Marktführer zu positionieren, müssen fundamental neue Ansätze ergriffen werden. Natürlich dürfen alle bisherigen Maßnahmen, die Sie zu diesem Punkt geführt haben, nicht einfach vernachlässigt werden. Ihre Grundlagen im Performance-Marketing müssen weiter bestehen bleiben – schließlich sind das die direkt umsatzbringenden Maßnahmen.

Doch jetzt ist der Zeitpunkt gekommen, diese Strategien nicht nur fortzuführen, sondern auch gezielt zu erweitern ...

Warum Branding-Kampagnen jetzt absolut unerlässlich sind

Branding-Kampagnen sind nicht nur „nice-to-have“ – sie sind unverzichtbar, wenn Sie den Markt dominieren wollen.

Denn sie schaffen eine emotionale Bindung zu Ihrer Zielgruppe, erhöhen die Wiedererkennung Ihrer Marke und positionieren Sie als erste Wahl in Ihrer Branche.

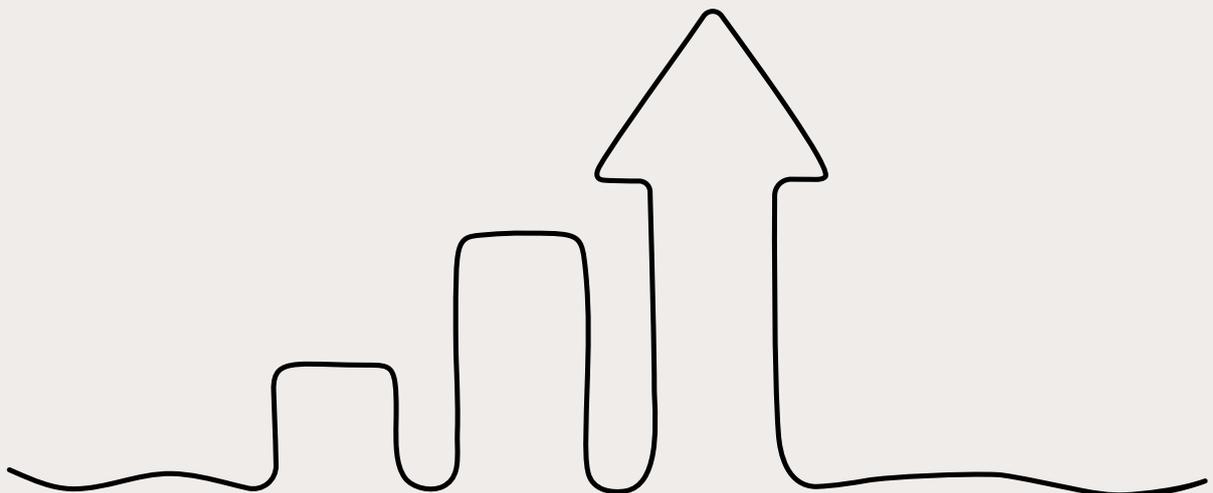
Wenn Ihre Zielgruppe immer wieder mit Ihrer Marke in Berührung kommt – sei es durch Social Media, Google Ads oder andere Kanäle – wird Ihre Konkurrenz nach und nach irrelevant.

Sie sind nicht mehr nur eine Option unter vielen, sondern die EINZIG richtige Wahl.

Werden Sie ÜBERALL präsent – auch offline

Um langfristig im Gedächtnis Ihrer Zielgruppe zu bleiben, müssen Sie an diesem Punkt mehr tun, als nur online sichtbar zu sein. Es geht darum, echte Verbindungen zu schaffen. Nutzen Sie jede Gelegenheit, um persönlich in Kontakt zu treten – ob auf Branchenevents, Messen oder lokalen Veranstaltungen. Hier können potenzielle Kunden und Partner Sie „live und in Farbe“ erleben und Ihre Expertise aus erster Hand kennenlernen.

Nichts schlägt den persönlichen Kontakt: ein echtes Gespräch, ein fester Händedruck, ein Lächeln. Diese Momente hinterlassen einen bleibenden Eindruck und bauen Vertrauen auf – eine Grundlage, die keine digitale Kampagne alleine bieten kann.



Zusammenfassung

PHASE 1

Kontaktaufnahme

Der erste Schritt zum Erfolg ist eine gezielte Kontaktaufnahme, um qualifizierte Kunden und Mitarbeiter zu gewinnen. Es geht darum, die effektivste Methode zur Lead-Generierung zu identifizieren und gezielte Kampagnen zu starten, die direkte Anfragen generieren und potenzielle Kunden oder Bewerber zur Konversion führen.

PHASE 2

Anfragen generieren

Nachdem ein solides Fundament für die Gewinnung von Kontaktanfragen geschaffen wurde, geht es nun darum, gezielte Marketingmaßnahmen einzusetzen, um einen stetigen Strom qualifizierter Leads zu erzeugen. Mit Video-Ads und einer Kombination aus verschiedenen Strategien werden sowohl direkte als auch indirekte Konversionen maximiert und die Qualität der Leads gesteigert.

PHASE 3

Sichtbarkeit erhöhen

Erhöhen Sie Ihre Markenpräsenz, um Vertrauen aufzubauen und Neukunden zu gewinnen. Mit gezielten Werbevideos auf Social Media schaffen Sie mentale Präsenz und steigern Ihre Reichweite. Nutzen Sie visuelle Inhalte, um emotionale Verbindungen zu schaffen, Vertrauen zu gewinnen und den Verkaufsprozess zu vereinfachen.

PHASE 4

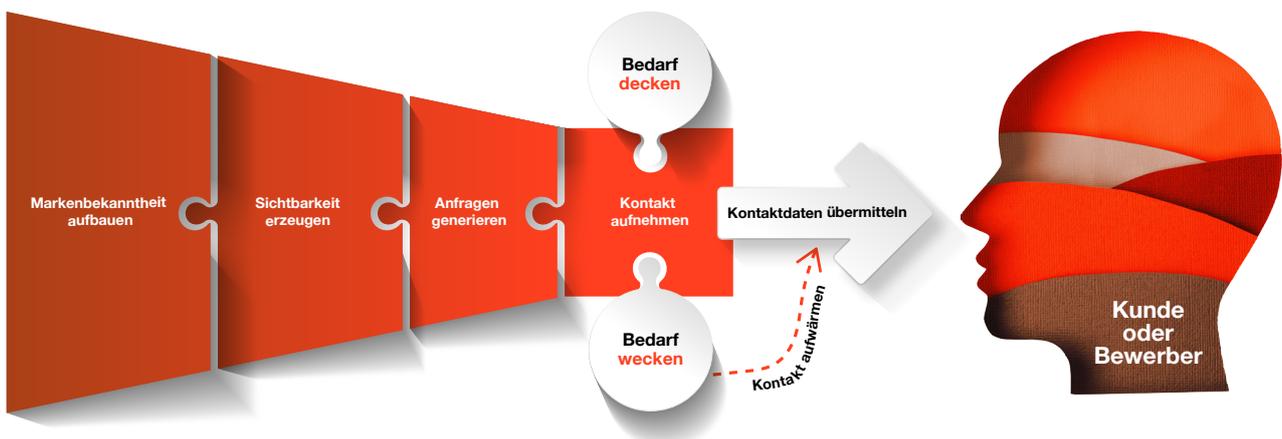
Markenbekanntheit aufbauen

Eine starke Marke macht Ihr Unternehmen zur ersten Wahl in Ihrer Branche. Durch gezielte Online-Marketing-Maßnahmen, emotionale Bindung und konsistentes Branding schaffen Sie Vertrauen und heben sich von der Konkurrenz ab. Diese Strategien ermöglichen es Ihnen, höhere Preise durchzusetzen und langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen.

PHASE 3

Omnipräsenz aufbauen

In dieser Phase geht es darum, die Marktführerschaft durch kontinuierliche Präsenz (online und offline) zu sichern. Erfolgreiche Unternehmen beeinflussen den Markt, erschließen neue Zielgruppen und dominieren durch gezielte Branding-Kampagnen, die ihre Marke fest in den Köpfen der Zielgruppe verankern.



Das sagen unsere Kunden



Björn Pippig

Marketingleitung von Möbel Hesse

„W&S Epic hat eine große Expertise im Handel und vor allem im Möbelmarkt. Sie denken innovativ, sind kreativ und behalten auch die Wirtschaftlichkeit des Marketings im Blick. Besonders hervorzuheben ist das breite Wissen von analogen bis digitalen Medien, sodass sie immer ein Top-Berater für nahezu alle Fragen im Marketing sind. Sie haben uns dabei geholfen, einer der Marktführer in der Möbelbranche zu werden!“



Freddy Ahlers

Geschäftsführender Gesellschafter von MTS Bodenmarkierung

„Kompetent und kundenorientiert. Wir sind super zufrieden und die erzielten Ergebnisse sprechen für sich. Vielen Dank und weiterhin auf eine gute Zusammenarbeit.“



Simon Hoecker

Marketingleitung von Nolte Küchen

„Authentisch, professionell und digital-driven. Analytisch stark und zeigt neue Gedanken und Wege auf. Erstklassiges Netzwerk und somit immer eine kompetente Antwort parat. Die Geschäftsführung ist jung und dynamisch und passt exzellent zusammen. Großes Dankeschön für die letzten Jahre! Wir freuen uns auf die nächsten.“



Philip Rechter

Rechter Garten- und Landschaftsbau GmbH

„Fast ein Jahr habe ich selbst über Social Media Beiträge versucht, Mitarbeiter zu finden – ohne Erfolg. Mit W&S Epic habe ich quasi ab dem 1. Tag der Kampagne Bewerbungen bekommen. Ich bin komplett erstaunt, wie schnell das ging und muss jetzt eher schauen, dass ich überhaupt Zeit für die ganzen Bewerbungsgespräche finde!“



ÜBER W&S Epic.

Ihr Partner fürs Wachstum

Wir sind die Marketing-Agentur hinter den erfolgreichsten Marken im DACH-Raum und ermöglichen mittelständischen Unternehmen den Zugang zu den Marketing-Strategien der führenden Konzerne.

Mit über 55+ Jahren Erfahrung, einem Team von 78 Experten und mehr als 2.000+ abgeschlossenen Projekten, haben wir die Kunst des Online Marketings perfektioniert. Diese Geheimnisse der Marktführer bringen wir zum deutschen Mittelstand – weil Spitzenleistung kein Privileg der Großkonzerne sein sollte.

Als Ihr strategischer Partner und externe Marketing-Stabsstelle definieren wir gemeinsam mit Ihnen Märkte neu und entwickeln Ihre Marke von Grund auf. Wir agieren als Beschleuniger für Ihren Erfolg, indem wir Marketingstrategien umsetzen, die kreativ, individuell, einzigartig und innovativ sind. Jede Strategie wird dabei speziell auf Ihr Unternehmen und Ihre Zielgruppe zugeschnitten, um maximale Relevanz und Wirkung zu erzielen.

Große Konzerne und namhafte Mittelständler vertrauen W&S Epic

ROSSMANN **nolte** **EA SPORTS** **EDEKA** **Levi's** **MTS** **Netto**



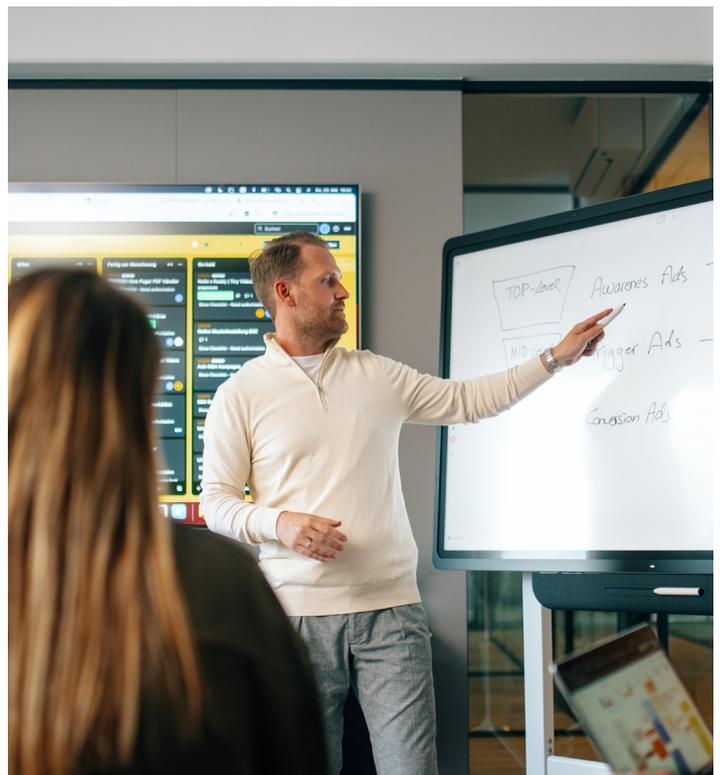
ÜBER DEN HERAUSGEBER

Maximilian Winkler

Maximilian Winkler kennt das Marketing der Großkonzerne aus erster Hand. Doch er sah auch das enorme Potenzial mittelständischer Unternehmen, das oft im Schatten der Großen ungenutzt blieb.

Deshalb hat er es sich zur Aufgabe gemacht, genau das zu ändern. Mit einem klaren Plan entwickelt Maximilian maßgeschneiderte Strategien, die mittelständischen Firmen helfen, im Online-Dschungel nicht nur zu überleben, sondern zu dominieren.

Kein unnötiges Fachchinesisch, keine verschwendeten Ressourcen – nur zielgerichtete Maßnahmen, die wirklich etwas bewegen.



Die Marketing-Strategien der führenden Konzerne. In Ihrem Unternehmen implementiert.

Erhalten Sie planbar mehr Neukunden und
Mitarbeiter durch unser Marktführer-Framework®

Sichern Sie sich jetzt Ihr kostenloses und un-
verbindliches Strategiegelgespräch unter:
<https://www.ws-epic.de/kontakt>

