

1) DAS PRODUKT

Viele Menschen machen sich mit einem Online-Shop oder im Großhandel selbständig, (was generell richtig ist!) und erhoffen sich, dass der Prozess mehr oder weniger von alleine in die Gänge kommt, wenn Sie bekannte und „gängige“ Waren anbieten.

Sie wundern sich, wenn sie nachher nichts absetzen. Wie so oft gilt auch in dieser Branche „alles oder nichts“ bezüglich des Absatzes. Entweder, wir verdienen extrem viel, oder wir verkaufen so gut wie nichts, beziehungsweise nur ab und zu.

Viele vergessen, dass sie unabdinglich einen Wettbewerbsvorteil in mehreren Hinsichten benötigen, um viel abzusetzen.

Doch was genau ist damit gemeint?

Nun, bevor wir Produkte in unser Sortiment aufnehmen und anschließend anbieten, sollten wir uns unsere Wettbewerber natürlich genau ansehen.

Bieten sie kostenfreie Lieferungen an? Bieten sie eine extra Garantie an? Haben sie einen Telefonsupport? Geben sie ggf. kostenfreie Geschenke/Proben zu jeder Bestellung? Wie lange ist die Lieferzeit? Ist die Webseite ansprechend? Können wir preislich unterbieten und sind dabei immer noch rentabel? Hat die Konkurrenz mehrere Mitarbeiter, oder wird das Ganze wohlmöglich alleine gestemmt? Wie ist das Ranking und Marketing unserer Wettbewerber in dieser Branche? Ist unser Wettbewerber jemand mit einem hohem „Trust-Potential“? Ein großer Fisch?

Wenn uns unsere Konkurrenten in vielen Punkten überlegen sind, sollten wir uns fragen, ob wir wirklich das richtige Produkt haben. Viele Produkte sind bereits „ausgelutscht“, oder wir können die Wettbewerber nicht wirklich verdrängen und sollten uns vielleicht zweimal überlegen, ob wir diese Kraft und den langen Weg aufopfern, gegen die Wettbewerber anzukämpfen, die ihre Fußstapfen regelrecht eingestampft haben. Das bedeutet nicht, dass wir das Business komplett sein lassen:

Es ist aber oft schwer, gegen die Preise anderer anzukommen, wenn das Produkt bereits häufig angeboten wird, und wir kein Alleinstellungsmerkmal (USP) aufweisen können, mit dem wir uns erheblich abheben. Denn genau hier liegt der Haken:

Warum sollten Leute in **Massen** bei uns kaufen, wenn wir genau dasselbe wie große „Vertrauensfische“ ohne großartige Vorzüge anbieten?

Wir suchen uns also einen Anbieter mit einem **USP-Produkt** (z.B. günstiger, innovativer, besser) um auf dem Markt „konkurrenzlos“ zu wirken.

2) DER FOKUS

Oft kann es wirklich nur ein Warengut sein, mit dem wir schnell zum Reichtum gelangen. Wir brauchen schon lange keinen riesigen Online-Shop mehr, in dem wir hunderte Waren anbieten. Lieber sind wir in einem Bereich, einer kleinen Nische super gestellt, erreichen viele Kunden und gelangen so zum Erfolg.

Nehmen wir an, wir haben uns auf eine Produktgruppe oder ein Produkt spezialisiert, haben einen deutlichen USP und heben uns von der Konkurrenz so ab, dass viele der Interessenten den Kauf bei uns tätigen, weil der Mehrwert nicht zu übersehen ist, und wir auch direkt anzutreffen sind. Wir werden für dieses Produkt ggf. „einigermaßen“ bekannt, bzw. erreichen wir durch unser Marketing und unsere Kampagnen hohe Conversionrates, da unser Produkt beispielsweise innovativ und neu ist. Dann ist es mit wenig Werbekosten und Aufwand möglich, das richtige Produkt beispielsweise täglich fünfzig mal abzusetzen. Bei einem Produkt mit 30€ Marge (Für den Anfang sehr realistisch) wären das täglich 1500€ - und das wäre nur der Anfang!

Jetzt wird vielleicht auch deutlich, warum zu Punkt 1 ein wohlmögliches Markenprodukt, welches wir anbieten, das in hundert verschiedenen Shops, wohlmöglich auch im stationären Handel angeboten wird kein Erfolg garantiert: Bewerben wir es, hat der Kunde die etlichen Werbeanzeigen von der Konkurrenz vielleicht schon satt, er verbindet negative Gedanken mit dem Produkt, hat es bereits erworben, oder unser Marketingbudget läuft ins leere, weil er stattdessen vergleicht und das selbe Produkt woanders kauft. Viel hat also nur der Markeninhaber davon, der kostenloses Marketing erhält. Unsere Werbeanzeigen sind also nicht sehr effektiv, auch wenn wir die beste Kampagne schalten!

Zudem: Margen bei Markenprodukten (wenn es nicht unsere sind) sind meist sehr gering.

Was lernen wir daraus?

Denke groß, aber denke auch klein: Anfängerfehler Nummer eins ist es, „Mainstream“ zu sein und zu versuchen, an die große Masse zu gelangen.

Später, wenn unser Geschäft gut läuft, können wir Stück für Stück erweitern, oder einfach nur das Werbebudget erweitern.

Gefolgt von beidem ist mehr Umsatz!

3) DEIN FUNNEL

Es ist wichtig, dass wir unsere Produkte richtig absetzen.

Was ist damit gemeint?

Je nachdem, welches Produkt wir anbieten, müssen wir den richtigen Absatzweg finden und auch das richtige Marketinginstrument.

- Wo hält sich unsere Zielgruppe auf?
- Welches Alter hat unsere Zielgruppe?
- Ist unsere Zielgruppe international oder möchten wir nur in Deutschland bzw. im deutschsprachigen Raum absetzen? (Anpassung einiger Kriterien)
- Gibt es weitere relevante Segmentierungen?
- Welche Ausgaben können wir uns bei entgegengesetzter Einnahme leisten, sodass wir ein dauerhaft günstiges und passendes Marketinginstrument finden?

Ich hoffe, ich konnte einige Gedankengänge anregen und freue mich, dass du dich für das Ganze Thema interessierst.

Ich im Gegenzug bin sehr daran interessiert, dir auf deinem Wege erfolgreich zu helfen. Natürlich, weil auch ich daran ein bisschen Geld verdiene, das möchte ich als Unternehmer nicht leugnen, aber auch, weil ich der Meinung bin, dass wir mehr erfolgreiche Unternehmer benötigen.

Falls du also, und dabei ist es egal, ob du schon selbständig bist, oder erst neu anfängst, lernen möchtest, wie du innovative und preisgünstige Waren aus China importierst, was genau du beim Import beachten musst, wie du innovative Lieferanten finden und fehlerfrei importieren kannst, um wirklich einen großen Schritt nach vorne zu machen, kann ich dir den limitierten China-Import Kurs wärmstens empfehlen. Anbei sei gesagt, dass dieser Kurs wirklich sehr günstig im Vergleich zu anderen ist. Dort spreche ich persönlich in einem Videokurs, in welchem alles effizient zusammengefasst wurde.

Diesen findest du hier: www.china-import-kurs.de