

2024

MEHR & BESSERE KUNDENANFRAGEN ALS FINANZDIENSTLEISTER

BONUS:

Das effektivste Marketinginstrument
2024 - und wie Sie es anwenden.

ZEUS
CONSULTING

DIE AKTUELLE LAGE

“Marketing bringt nicht die erhofften Ergebnisse.”

Viele Finanzdienstleister gehen fälschlicherweise davon aus, dass sie tief in die Welt des Online-Marketings, bezahlter Werbeanzeigen und komplexer Funnels eintauchen müssen, um stabile Umsätze von **20.000 bis 30.000 Euro monatlich** pro Kampagne zu erzielen. Der Glaube, dass nur die neuesten Marketing-Trends oder fortschrittliche Techniken den gewünschten Erfolg bringen, führt oft dazu, dass sie unüberlegt jeden Tipp von Kollegen, YouTube-Videos oder selbsternannten „Marketing-Experten“ ausprobieren.

Trotz all dieser Bemühungen bleibt der Erfolg jedoch häufig aus und die erwarteten Ergebnisse bleiben fern.

Die Realität ist ernüchternd: Viele Finanzdienstleister haben bereits erhebliche Summen in ihre Marketingmaßnahmen investiert – sei es in bezahlte Werbeanzeigen, die nicht die erhoffte Resonanz erzeugten, oder in teure Agenturen und Berater, die ihre neuesten Strategien implementieren sollten.

Dennoch scheitern viele Kampagnen und liefern **nicht den gewünschten Return on Investment.**

Warum? Der Kern des Problems liegt oft in einem grundlegenden Missverständnis: Ohne ein tiefes Verständnis der eigenen Zielgruppe und eine klare Positionierung ist effektives Online-Marketing kaum möglich. Besonders im Jahr 2024, wo der Wettbewerb intensiver und die Erwartungen der Zielgruppen immer höher werden, ist es entscheidend, die richtigen Strategien zu verfolgen und die typischen Fehler zu vermeiden.

In diesem Report stellen wir Ihnen die fünf häufigsten Fehler vor, die Finanzdienstleister in ihren Social-Media-Werbekampagnen machen – und **wie Sie diese Fallstricke erfolgreich umgehen können.**

Unser Ziel ist es, Ihnen zu zeigen, wie Sie Ihre Marketingstrategie optimieren können, um endlich die Ergebnisse zu erzielen, die Sie auch anstreben. Durch gezielte Maßnahmen und eine fundierte Ausrichtung können Sie nicht nur Ihre Reichweite, sondern auch die Effektivität Ihrer Kampagnen deutlich steigern.



ÜBER UNS

Zeus Consulting ist eine spezialisierte Full-Service-Marketingagentur für Finanzdienstleister.

Unser Ziel ist es, maßgeschneiderte Marketingstrategien zu entwickeln, die auf die individuellen Bedürfnisse unserer Kunden zugeschnitten sind. Mit unserer Branchenexpertise und datenbasierten Ansätzen sorgen wir dafür, dass jede Kampagne effektiv und nachhaltig erfolgreich ist.

Mit fundiertem Fachwissen über die Besonderheiten und Risiken sowohl organischer als auch anorganischer Marketingstrategien bieten wir unseren Kunden eine erstklassige Beratung. Unser engagiertes Team entwickelt maßgeschneiderte Marketingstrategien, die unseren Kunden dabei helfen, effektiv und nachhaltig neue Kunden zu erreichen und zu binden.

ZIELGRUPPE DES REPORTS

Dieser Report richtet sich **speziell** an kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) sowie Einzelunternehmer aus der Finanzbranche und zeigt Ihnen, wie Sie Social Media gezielt einsetzen können, um Ihre idealen Wunschkunden zu gewinnen. Dabei gehen wir auf bewährte Strategien ein, mit denen Sie Ihre Reichweite steigern, Ihre Markenbekanntheit erhöhen und das Vertrauen potenzieller Kunden aufbauen können. Sie erhalten praxisnahe Tipps, die Ihnen helfen, teure Fehler zu vermeiden und Ihr Werbebudget effizient zu nutzen. Darüber hinaus erfahren Sie, wie Sie nachhaltiges Wachstum erzielen können, ohne dabei unnötig hohe Investitionen zu tätigen – und stattdessen gezielt Ihre Umsätze steigern.



Alle Finanzdienstleister

DIE 5 GRÖSSTEN FEHLER BEI WERBEKAMPAGNEN - UND WIE SIE DIESE VERMEIDEN

FEHLER 1:

VERNACHLÄSSIGUNG EINER HYPER-SPEZIFISCHEN ZIELGRUPPENDEFINITION

In der heutigen Zeit, in der der Wettbewerb intensiver wird und die Erwartungen der Zielgruppen stetig steigen, reicht es nicht mehr aus, lediglich breite Zielgruppen zu definieren. Viele Finanzdienstleister begehen den Fehler, ihre Social-Media-Kampagnen zu starten, ohne ein tiefes Verständnis für die spezifischen Bedürfnisse, Sorgen und finanziellen Ziele ihrer potenziellen Kunden zu entwickeln. Diese oberflächliche Herangehensweise führt zu erheblichen Streuverlusten und einer deutlich geringeren Conversion Rate, da die Kampagnen die individuellen Anliegen der Zielgruppen nicht präzise ansprechen.

LÖSUNG:

Nutzen Sie KI-Tools und genaue Datenanalysen, um Ihre Zielgruppen präzise zu definieren. So können Sie personalisierte Botschaften entwickeln, die genau auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden im Bereich Vermögensaufbau, Altersvorsorge oder Risikomanagement eingehen.

FEHLER 2:

FEHLENDE KLARE POSITIONIERUNG UND DIFFERENZIERUNG IM MARKT

Im Jahr 2024 sieht sich die Finanzdienstleistungsbranche einem intensiveren Wettbewerb ausgesetzt als je zuvor. Viele Anbieter greifen auf altbewährte, aber mittlerweile überholte Strategien zurück, insbesondere im Bereich Social Media. Anstatt sich klar von der Konkurrenz abzuheben und innovative Ansätze zu verfolgen, setzen sie auf Standardbotschaften, die kaum noch Resonanz finden. Das Ergebnis sind austauschbare Inhalte, die in der Flut von Informationen schlichtweg untergehen und das gewünschte Publikum nicht mehr erreichen. Dieser Mangel an Differenzierung schwächt die Position vieler Anbieter auf einem zunehmend gesättigten Markt.

LÖSUNG:

Betonen Sie Ihre Einzigartigkeit mit einer starken Marke, die durch Expertise und innovative Lösungen überzeugt. Ihre Social-Media-Anzeigen sollten gezielt Ihre Kompetenz und Lösungen hervorheben, um Vertrauen aufzubauen und Kunden zu gewinnen.

 Bereit, Ihr Marketing auf die nächste Stufe zu heben?
 Vereinbaren Sie noch heute eine kostenfreie Erstberatung und lassen Sie uns gemeinsam Ihren Expertenstatus etablieren und den Erfolg Ihrer Marke im Social-Media maximieren.

FEHLER 3:

IGNORIEREN DER RICHTIGEN PLATTFORM-STRATEGIE

Es ist entscheidend, die richtigen Plattformen für Ihre Zielgruppe sorgfältig auszuwählen. Viele Finanzdienstleister investieren in Social-Media-Kanäle, die ihre Zielgruppe nur teilweise erreichen, oder verteilen ihr Budget zu breit. Dies führt häufig zu geringer Reichweite und ineffizienten Werbeausgaben, die den Erfolg der Marketingstrategie beeinträchtigen können. Eine gezielte Auswahl der Plattformen und ein fokussierter Einsatz des Budgets sind daher unerlässlich, um die gewünschten Ergebnisse zu erzielen und Ihre Marketingmaßnahmen effektiv zu gestalten.

LÖSUNG:

Nutzen Sie Daten, um die bevorzugten Plattformen Ihrer Zielgruppe zu finden. Zum Beispiel eignet sich LinkedIn für B2B, TikTok und Instagram für jüngere Finanzinteressierte. Eine gezielte Strategie maximiert Reichweite und Zielgruppentreffer.

FEHLER 4:

UNZUREICHENDE ANPASSUNG DER INHALTE AN PLATTFORMDYNAMIKEN

Viele Finanzdienstleister machen den Fehler, die Bedeutung einer gezielten Anpassung ihrer Werbebotschaften an die spezifischen Dynamiken jeder einzelnen Social-Media-Plattform zu unterschätzen. Oftmals wird eine universelle Botschaft einfach über alle Plattformen hinweg ausgespielt, ohne dabei die unterschiedlichen Nutzergewohnheiten, Vorlieben und Algorithmen zu berücksichtigen, die jede Plattform einzigartig machen. Diese Vernachlässigung führt dazu, dass die Botschaften nicht die gewünschte Wirkung entfalten und die potenziellen Kunden nicht effektiv erreicht werden. Um wirklich erfolgreich zu sein, ist es unerlässlich, die Besonderheiten jeder Plattform zu verstehen und die Inhalte entsprechend zu optimieren.

LÖSUNG:

Optimieren Sie Ihre Inhalte: Setzen Sie auf kurze Videos für Meta und TikTok, tiefgehende Inhalte für LinkedIn. So maximieren Sie das Engagement und stärken Ihre Kundenbeziehungen.

FEHLER 5:

BLINDES VORGEHEN OHNE ERFOLGSKONTROLLE

Überwachen Sie den Erfolg Ihrer Social Media Marketing-Aktivitäten. Die Messung und Analyse von Kennzahlen ermöglichen Optimierungen und Anpassungen, um bessere Ergebnisse zu erzielen. Vernachlässigen Sie nicht das Monitoring, da es die Grundlage für datenbasierte Entscheidungen bildet.

LÖSUNG:

Überwachen Sie Kennzahlen wie Reichweite, Engagement und Conversion-Rate. Analysieren Sie die Daten, um effektive Maßnahmen zu identifizieren. Optimieren Sie Ihre Strategie basierend auf diesen Erkenntnissen, um in einem immer kompetitiveren Umfeld profitabel zu bleiben.

BONUS: DAS EFFEKTIVSTE MARKETINGINSTRUMENT 2024

Die Reportstrategie - mehr als ein Fachmagazin

Warum sollten Sie weiterhin ihre Zielgruppe mit ausgelutschten kostenfreien Erstberatungen anwerben, wenn Sie stattdessen ihre spezifischen Herausforderungen angehen und Lösungen kostenlos zur Verfügung stellen können?

Jede Zielgruppe hat ihre eigenen individuellen Probleme, und sie ist immer auf der Suche nach Lösungen. Anstatt nur oberflächliche Informationen anzubieten, liefert der Report tiefgreifende Einblicke in konkrete Situationen und zeigt, wie Sie spezifische Probleme erfolgreich gelöst haben.

Dies schafft einen Mehrwert und macht es für potenzielle Kunden einfach, von ihrem Wissen zu profitieren. Indem Sie einen greifbaren Nutzen bieten, steigern Sie die Attraktivität ihres Angebots und ziehen gezielt diejenigen an, die wirklich an einer Lösung interessiert sind.

Der Fallstudienreport dient somit als leistungsstarkes Instrument, um deine Marketingstrategie zu optimieren. Er ermöglicht es ihnen, gezielt auf die Bedürfnisse ihrer Zielgruppe einzugehen, den Traffic auf ihrer Website zu steigern und qualifizierte Leads zu generieren. Anstatt Zeit und Ressourcen in ausgelutschte kostenfreie Erstberatungen zu investieren, nutzen Sie den Report, um ihre Zielgruppe gezielt abzuholen und ihre Probleme effektiv zu lösen.

WARUM UNBEDINGT FALLSTUDIEN?



GLAUBWÜRDIGKEIT:

Fallstudien bieten einen starken Beweis für Ihre Fähigkeiten und Ihr Fachwissen.



KUNDENNUTZEN:

Fallstudien zeigen, wie Sie den spezifischen Anforderungen und Herausforderungen Ihrer Kunden begegnet sind und welchen Nutzen Ihre Lösungen gebracht haben.



DIFFERENTIATION:

Mit maßgeschneiderten Reports heben Sie sich von der Konkurrenz ab und positionieren sich als einzigartiger Anbieter, der überzeugende Ergebnisse erzielt.



VERTRAUENSBILDUNG:

Sie können Ihre Erfolge präsentieren und Ihre Herangehensweise demonstrieren. Dies schafft Vertrauen bei potenziellen Kunden.



STORYTELLING:

Mit einem gut strukturierten Fallstudienreport können Sie Ihre Erfolgsgeschichte erzählen und potenzielle Kunden emotional ansprechen.



MULTIPLER EINSATZ:

Reports sind äußerst vielseitig einsetzbar. Sie können Sie auf Ihrer Website veröffentlichen, in Broschüren und Präsentationen verwenden, in Social-Media-Kampagnen integrieren und potenziellen Kunden bei Bedarf zusenden.

DIE ERSTELLUNG EINES REPORTS

Ein Fallstudienreport ist eine umfassende Dokumentation Ihrer Arbeit und sollte Ihre Zielgruppe gezielt ansprechen und emotional abholen. Gleichzeitig ist es wichtig, dass er eine hochwertige grafische Gestaltung aufweist und in einen Verkaufstrichter eingebettet werden kann. Aus diesem Grund gliedert sich die Erstellung des Reports in **drei Bereiche**: Inhaltliche Leistung, grafische Leistung und mögliche technische Integration.

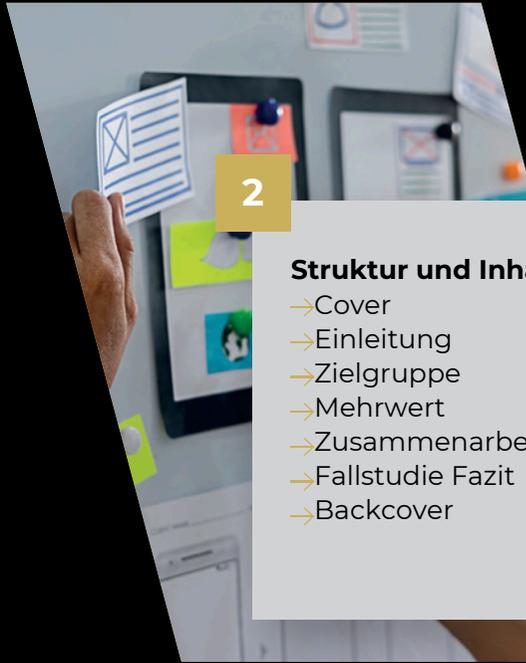
ABLAUF REPORTERSTELLUNG



1

Analyse der Zielgruppe und des Zwecks des Reports:

Bestimmung der notwendigen Kunden für die Fallstudien, Daten, Informationen und Quellen für den Report.



2

Struktur und Inhalt:

- Cover
- Einleitung
- Zielgruppe
- Mehrwert
- Zusammenarbeit
- Fallstudie Fazit
- Backcover



3

Grafische Leistungen:

- Designkonzept
 - ↳ Erstellung der grafischen Elemente
 - ↳ Umsetzung des Designkonzepts
- Verbreitung und Promotion
- Tracking

STRUKTUR UND INHALT:

COVER:

Verwenden Sie einen aussagekräftigen Titel, der Neugier weckt und Aufmerksamkeit der Leserinnen und Leser auf sich zieht. Der Slogan sollte kurz und prägnant sein, um das Hauptthema oder den Nutzen des Reports zu verdeutlichen. Stelle das Problem oder die Herausforderung in einer Weise dar, die eine emotionale Verbindung herstellt und das Interesse weckt.

EINLEITUNG:

Beschreiben Sie die aktuelle Lage und verdeutlichen Sie, warum es wichtig ist, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen. Führen Sie die Leserinnen und Leser behutsam in das Thema ein und wecke ihre Neugier. Vermitteln Sie, dass Sie ihre Bedürfnisse und Probleme verstehen und dass Sie eine Lösung präsentieren wirst.

ZIELGRUPPE:

Betonen Sie den Mehrwert des Reports für die Zielgruppe warum er ihnen helfen kann, ihre Probleme zu lösen oder ihre Ziele zu erreichen.

MEHRWERT:

Nutzen Sie klare und überzeugende Probleme ihrer Zielgruppe und präsentieren passende Lösungsansätze. Verwenden Sie Beispiele, um den Nutzen greifbar zu machen und emotionale Reaktionen hervorzurufen.

ZUSAMMENARBEIT:

Beschreibe den Ablauf der Dienstleistung auf eine klare und transparente Weise. Nenne bekannte und vertrauenswürdige Partner, um Vertrauen und Glaubwürdigkeit aufzubauen.

Füge positive Testimonials von zufriedenen Kunden, um dein Social Proof für die Wirksamkeit deiner Lösung zu liefern.

FALLSTUDIEN:

Veranschaulichen Sie mit detaillierten Fallstudien die positiven Ergebnisse, die ihre Kunden vor und nach der Umsetzung des Konzepts erzielt haben. Nutze Bilder, Grafiken oder Diagramme, um die Veränderungen visuell darzustellen und die Wirkung zu verdeutlichen.

FAZIT:

Betonen Sie nochmals den Wert und die Relevanz der präsentierten Dienstleistung. Fassen Sie die Hauptvorteile prägnant zusammen und motiviere die Leserinnen und Leser, die nächsten Schritte zu gehen.

BACKCOVER:

Formulieren Sie einen starken Call to Action, der die Leserinnen und Leser dazu auffordert, aktiv zu werden. Bieten Sie ihnen konkrete Handlungsoptionen an, z. B. die Kontaktaufnahme für weitere Informationen. Durch die gezielte Anwendung dieser psychologischen Aufbaustruktur in ihren Texten werden Sie ihre Zielgruppe optimal ansprechen und ihr Interesse wecken.



ERSTELLUNG DER GRAFISCHEN ELEMENTE:

Erstellung von Diagrammen, Tabellen und Grafiken, die die Daten und Informationen des Reports veranschaulichen. Verwendung von visuellen Elementen, um den Text des Reports zu unterstreichen und zu ergänzen.

VERBREITUNG UND PROMOTION:

Der Fallstudienreport muss leicht zugänglich sein und als Marketinginstrument effektiv genutzt werden. Veröffentlichen Sie ihn auf Ihrer Website, teilen Sie ihn in den sozialen Medien und nutzen Sie andere geeignete Kanäle, um ihn gezielt an potenzielle Kunden zu verbreiten.



DESIGNKONZEPT:

Erstellung eines Designkonzepts für den Report basierend auf den Anforderungen des Kunden und der Zielgruppe. Entwicklung von Farbschemata, Schriftarten und Layouts für den Report.



UMSETZUNG DES DESIGNKONZEPTS:

- Implementierung des Designkonzepts in die Reportdatei
- Überprüfung der Lesbarkeit und Ästhetik des Reports
- ggfs. Überarbeitung des Designs



TRACKING

Um sicherzustellen, dass die heruntergeladenen digitalen Reports von potenziellen Kunden als Datensatz verfolgt werden können, empfiehlt sich die Implementierung eines digitalisierten Kontaktformulars in ein CRM-System. Dieses Kontaktformular kann nahtlos in eine bestehende Webseite integriert werden und als Pop-up-Fenster erscheinen. Auf diese Weise können Sie wertvolle Kundendaten sammeln und den Erfolg Ihrer Marketingbemühungen besser messen.



FAZIT

Finden Sie jetzt das **optimale Konzept** für Ihr Marketing

Mehr als 50 Kunden haben sich bereits entschieden, mit uns zusammenzuarbeiten und konnten damit das wichtige Thema Neukundengewinnung einmalig und optimal lösen. Auf diese Weise konnten Sie es von ihrer To-Do-Liste streichen und sich somit auf die Beratung und Unternehmenswachstum konzentrieren.

Einige Finanzdienstleister versuchen es eigenständig zu lösen, andere entscheiden sich für falsche Berater oder schieben das Thema zu lange vor sich her. Im Ernstfall wünschen sie sich einen zuverlässigen Partner an ihrer Seite, der sich um ihren individuellen Bedarf kümmert. Der andere Teil denkt zielorientiert und weiß, dass sich der vollumfängliche Check inklusive persönlicher Beratung beim Experten langfristig am meisten lohnt.

ZU WELCHER GRUPPE MÖCHTEN SIE GEHÖREN?

Wenn Sie sich unsicher sind, ob Ihre Marketingstrategie ausreichend ist oder Sie eine fundierte Beratung benötigen, tragen Sie sich jetzt für ein kostenloses Erstgespräch bei uns ein. Wir stehen Ihnen gerne zur Verfügung und finden gemeinsam heraus, was am besten zu Ihnen passt und wie Sie Ihr Online-Marketing gestalten können.

SIE HABEN NOCH FRAGEN?

Vereinbaren Sie jetzt ihr kostenloses und unverbindliches Erstgespräch. Gemeinsam finden wir heraus, welche Marketingstrategie am besten zu deiner Zielgruppe passt und wie wir dein Marketing aufs nächste Level bringen.



www.zeus-consult.de

