

Marketing ohne Budget

5 einfache Schritte für mehr Sichtbarkeit und Kundenbindung

Ein Leitfaden für Unternehmen, die selbst starten möchten, ohne Fachsprache, ohne Stress.

Nicht jedes Unternehmen kann sich eine grosse Agentur oder regelmässige Werbeanzeigen leisten, aber jede:r kann wirksames Marketing betreiben.

Dieser Leitfaden zeigt Ihnen Schritt für Schritt, wie Sie mit klarer Struktur und kleinen Mitteln mehr Sichtbarkeit, Vertrauen und Kundenbindung erreichen, ganz ohne Vorwissen oder grosse Investitionen.



VERSTEHEN



FORMULIEREN



PLANEN



VERTRAUEN



KONSEQUENT



AIOMI

ALL IN ONE MARKETING
INNOVATION

STRATEGIE · BRANDING · KAMPAGNEN
SOCIAL MEDIA · WEBDESIGN

Schritt 1

Lernen Sie Ihre Zielgruppe wirklich kennen

So gehen Sie vor – Schritt für Schritt:

1. Denken Sie an Ihre bisherigen oder Wunsch-Kund:innen.

Fragen Sie sich:

- Wer hat bei uns gekauft oder nachgefragt?
- Wer würde am meisten von unserem Angebot profitieren?
- Welche Menschen mögen wir selbst als Kundschaft?

2. Erstellen Sie eine einfache «Kundenperson» – ein Beispiel:

- «Sandra, 38, lebt mit Partner und zwei Kindern in der Vorstadt. Sie arbeitet halbtags, organisiert den Alltag und plant gerade den Sommerurlaub. Für Informationen oder Angebote sucht sie gern online nach einfachen, klaren Lösungen.»

3. Antworten Sie auf diese 5 Fragen zu Ihrer Kundenperson:

- Welche Probleme hat diese Person im Alltag?
- Was würde sie sich von einer Lösung wünschen?
- Wie sucht sie nach Lösungen (Google, Instagram, Empfehlungen)?
- Wovon fühlt sie sich abgeschreckt (z. B. lange Texte, komplizierte Sprache)?
- Welche Sprache spricht sie (locker, professionell, emotional)?

4. Tipp:

Nutzen Sie diese «Kundenperson» ab jetzt als Filter für jede Entscheidung: Würde Sandra diesen Instagram-Post verstehen? Würde sie auf diese Webseite klicken?

Warum dieser Schritt wichtig ist:

Wenn Sie nicht wissen, für wen Sie sprechen, verpufft jede Marketingaktion. Ein Produkt oder eine Dienstleistung ist nur dann erfolgreich, wenn sie zu den Bedürfnissen der Menschen passt, die Sie erreichen wollen.

Was Sie dafür brauchen:

Papier, Stift oder ein leeres Word-Dokument. Kein Marketing-Tool nötig, nur Ehrlichkeit und etwas Beobachtungsgabe.

Ergebnis:

Wenn Sie Ihre Zielgruppe wirklich verstanden haben, schreiben Sie automatisch klarer, erstellen bessere Inhalte und sparen Zeit, weil Sie wissen, was funktioniert und was nicht.

Schritt 2

Kommunizieren Sie den Nutzen, nicht nur Ihr Produkt

So gehen Sie vor – Schritt für Schritt:

1. Notieren Sie, was Sie anbieten.

Zum Beispiel:

- «Ich biete Social-Media-Betreuung»
- «Ich verkaufe Naturkosmetik»
- «Ich mache Steuerberatung»

2. Fragen Sie sich dann: Was bringt das den Kund:innen wirklich?

Beispielhafte Umformulierungen:

- Aus «Social-Media-Betreuung» wird:
«Mehr Sichtbarkeit online, ohne dass Sie selbst dauernd posten müssen.»
- Aus »Naturkosmetik« wird:
«Pflege, die Ihre Haut schützt, ohne schädliche Inhaltsstoffe.»
- Aus «Steuerberatung» wird:
«Mehr Zeit für Ihr Kerngeschäft, wir kümmern uns um Ihre Zahlen.»

3. Erstellen Sie Ihre eigene «Nutzenformel»:

Ich helfe [Zielgruppe] dabei, [Problem] zu lösen, damit sie [Ziel] erreichen.

Beispiel:

«Ich helfe Solo-Selbstständigen dabei, sichtbar zu werden, damit sie mit weniger Aufwand mehr Kunden gewinnen.»

4. Tipp:

Wenden Sie diese Formulierung ab jetzt überall an:

In Social-Media-Texten, auf der Webseite, in Gesprächen oder in E-Mails.

Warum dieser Schritt wichtig ist:

Viele Unternehmer:innen sagen: «Ich biete XY an.» Aber Kund:innen interessiert weniger was Sie tun, sondern was sie davon haben. Wer den Nutzen in den Vordergrund stellt, verkauft wirkungsvoller und sympathischer.

Was Sie dafür brauchen:

Nur ein wenig umdenken: Versetzen Sie sich in die Lage Ihrer Kundschaft. Was wäre für sie ein spürbarer Gewinn?

Ergebnis:

Wenn Sie den Nutzen klar ausdrücken, fühlen sich Ihre Wunschkund:innen verstanden. Ihre Botschaft wird greifbar und Vertrauen entsteht viel schneller.

Schritt 3

Nutzen Sie kostenlose Kanäle mit System

So gehen Sie vor – Schritt für Schritt:

1. Wählen Sie 1–2 Plattformen aus, die zu Ihrer Zielgruppe passen.

Beispiele:

- Instagram → für visuelle Inhalte und Lifestyle-Produkte
- LinkedIn → für B2B-Dienstleistungen und professionelle Netzwerke
- Google Unternehmensprofil → für lokale Sichtbarkeit
- Facebook → für ältere Zielgruppen oder Community-orientierte Themen

Tipp: Lieber zwei Plattformen regelmässig bespielen als fünf unregelmässig.

2. Planen Sie Ihre Inhalte ganz einfach.

Nutzen Sie diese drei Grundformate, die immer funktionieren:

- Tipp-Post: Geben Sie 1 konkreten Ratschlag aus Ihrem Fachbereich.
- Einblick-Post: Zeigen Sie, wie Ihr Arbeitsalltag aussieht, authentisch.
- Kundenstimme oder Mini-Erfolg: Zeigen Sie, was Ihre Arbeit bewirkt hat.

3. Legen Sie einen Rhythmus fest, den Sie wirklich einhalten können.

Beispiel:

- 3 Posts pro Woche
- 1 Google-Beitrag alle zwei Wochen
- Story oder Kurzvideo zwischendurch, wenn etwas Spannendes passiert

4. Tipp:

Erstellen Sie während 3 Stunden pro Woche Ihre Beiträge im Voraus.

Schreiben Sie mehrere Inhalte auf einmal (Batching) und speichern Sie sie ab. Tools wie Meta Business Suite (Facebook/Instagram) oder Canva machen es Ihnen leicht.

Warum dieser Schritt wichtig ist:

Viele Unternehmen posten hier und da mal etwas, wenn sie gerade Zeit haben. Doch Marketing wirkt nur dann, wenn es regelmässig passiert. Und das Beste: Sie brauchen dafür kein Budget, sondern nur einen Plan.

Was Sie dafür brauchen:

Ein Kalender (digital oder auf Papier), ein bisschen Kreativität und keine Scheu, einfach loszulegen.

Ergebnis:

Mit einem einfachen System bleiben Sie sichtbar, ohne ständig «online» sein zu müssen. So wächst Ihr Vertrauen bei potenziellen Kund:innen – kostenlos, aber wirkungsvoll.

Schritt 4

Bauen Sie Vertrauen durch Transparenz auf

So gehen Sie vor – Schritt für Schritt:

1. Sammeln Sie kleine Rückmeldungen von bisherigen Kund:innen.

Fragen Sie gezielt nach:

- «Was hat Ihnen besonders gefallen an der Zusammenarbeit?»
- «Was hat sich für Sie verbessert?»
- «Würden Sie mich weiterempfehlen und warum?»

Wichtig: Schon 1–2 Sätze können viel Wirkung haben.

2. Teilen Sie echte Einblicke in Ihren Arbeitsalltag.

Beispiele:

- Ein kurzer Text mit einem Vorher-Nachher-Projekt
- Ein spontanes Handyfoto von Ihrem Arbeitsplatz
- Eine Geschichte, was Sie aus einem Fehler gelernt haben

Wichtig: Menschen lieben echte Geschichten. Keine gestellten Studiofotos nötig!

3. Zeigen Sie sich auch als Mensch, nicht nur als Anbieter:in.

- Teilen Sie, wofür Sie stehen
- Zeigen Sie Werte, die Ihnen wichtig sind (z. B. Nachhaltigkeit, Ehrlichkeit, Effizienz)
- Sprechen Sie Ihre Kundschaft auf Augenhöhe an

4. Tipp:

Platzieren Sie Vertrauen schaffende Elemente strategisch:

- Auf Ihrer Webseite: Kundenstimmen sichtbar auf der Startseite
- In Ihren Social-Media-Beiträgen: Erfolgsgeschichten oder Screenshots
- In E-Mails: Fallbeispiele oder direkte Zitate

Warum dieser Schritt wichtig ist:

Menschen kaufen nicht nur mit dem Verstand, sie kaufen mit dem Herzen. Vertrauen ist der Schlüssel zu jeder Kaufentscheidung. Und Vertrauen entsteht, wenn man zeigt, wer man ist, wie man arbeitet und was andere über einen sagen.

Was Sie dafür brauchen:

Etwas Mut zur Offenheit, ehrliches Feedback von bisherigen Kund:innen und die Bereitschaft, auch mal «unperfekt» zu sein.

Ergebnis:

Kund:innen fühlen sich sicherer, wenn sie wissen, dass andere mit Ihnen zufrieden waren und wenn sie spüren, dass hinter dem Angebot ein echter Mensch steht. So werden Sie nicht nur gekauft, sondern gern empfohlen.

Schritt 5

Bleiben Sie konsistent, in Sprache, Design und Botschaft

So gehen Sie vor – Schritt für Schritt:

1. Legen Sie Ihren Markenstil fest, schriftlich!

Erstellen Sie ein kleines «Markenprofil», z. B.:

- Farben: z. B. Blau & Weiss
- Schriften: z. B. modern, klar (wie Montserrat oder Open Sans)
- Sprache: Locker, persönlich, aber professionell
- Tonfall: Unterstützend, motivierend, ehrlich

2. Definieren Sie 3–5 wiederkehrende Kernbotschaften.

Beispiele:

- «Wir machen Qualität sichtbar, mit Liebe zum Detail.»
- «Verlässlich. Persönlich. Regional.»
- «Ihre Zufriedenheit ist unser Antrieb.»

3. Achten Sie bei jedem Auftritt auf Wiederholung und Einheitlichkeit.

Prüfen Sie bei jedem Beitrag, jeder E-Mail, jedem Post:

- Passen Farben, Ton und Formulierungen zusammen?
- Wiederholt sich Ihre Botschaft klar genug?

4. Tipp:

Nutzen Sie einfache Tools zur Unterstützung:

- Canva: Für wiederkehrende Designs mit eigenen Farben/Schriften
- Notion oder Google Docs: Für Ihre Markenrichtlinie zum Nachschlagen
- Vorlagen: Erstellen Sie wiederverwendbare Vorlagen für Instagram, Präsentationen, PDFs etc.

Warum dieser Schritt wichtig ist:

Menschen vertrauen Marken, die ihnen bekannt und vertraut vorkommen. Und das gelingt nur, wenn sie über verschiedene Kanäle hinweg wiedererkennbar sind, visuell und sprachlich. Konsistenz schafft Klarheit und Klarheit verkauft.

Was Sie dafür brauchen:

Ein paar einfache Entscheidungen zu Farben, Schriftarten und Botschaften und die Bereitschaft, dabei zu bleiben.

Ergebnis:

Ihr Unternehmen wirkt professionell, zuverlässig und «aus einem Guss.» Kund:innen merken sich Ihre Marke schneller und das ohne grossen Aufwand.

Grosse Ziele auch ohne grosses Budget? Ja, das geht!

Sie haben jetzt fünf einfache aber wirkungsvolle Schritte kennengelernt, mit denen Marketing auch ohne grosses Budget funktionieren kann. Mit diesen sofort umsetzbaren Massnahmen steigern Sie Ihre Sichtbarkeit, gewinnen Vertrauen und damit langfristig mehr Kundschaft.

Doch vielleicht fehlt Ihnen im Alltag die Zeit, alles selbst konsequent umzusetzen oder die Mittel, um externe Hilfe in vollem Umfang in Anspruch zu nehmen?

Kein Problem, wir unterstützen Sie dort, wo es für Sie machbar ist. Kontaktieren Sie uns noch heute und wir entwickeln gemeinsam eine Marketingstrategie, die zu Ihren Zielen und Ihrem Budget passt.

Denn: Weniger ist oft mehr vor allem, wenn es gut durchdacht ist. Das gilt auch im Marketing.

«Einfach Kontakt aufnehmen und Klarheit gewinnen, wo es darauf ankommt.
Wir sind für Sie da!»



AIOMI

**ALL IN ONE MARKETING
INNOVATION**

STRATEGIE · BRANDING · KAMPAGNEN
SOCIAL MEDIA · WEBDESIGN

WWW.AIOMI.CH
info@aiomi.ch