

# Hören, Sehen, Fühlen

Von Mathias Maul

## Teil 3: Alle Kanäle nutzen

**K**anäle? Keine Angst, liebe Leser: Ich will hier nicht die tausendste theoretische Abhandlung über Sinneskanäle halten. Ich möchte Ihnen von einem meiner Kunden berichten, der im wahrsten Sinne des Wortes auf vielen Kanälen präsent ist, und Ihnen dann erklären, wie Sie Ihre Angebote so aufbereiten, dass Ihre Botschaft sich fast automatisch verbreitet und *en passant* Kunden aufammelt. Dieser Kunde ist im Schnitt ein Jahr im Voraus voll gebucht, mit bis zu 50 Teilnehmern je Seminar, an fast jedem zweiten Wochenende. Sein Gewinn ist entsprechend gut, doch könnte er auch von den Einnahmen seines Produkts bequem leben, das auf einem der Seminare basiert und automatisiert verkauft wird. Wie hat er das geschafft, und wie können Sie ähnliches vollbringen?

Das Grundrezept ist, wie immer, einfach. Erinnern Sie sich an die Praline aus Folge 2? Sorgen Sie dafür, dass so viele Menschen wie möglich diese Praline angeboten bekommen! Das schaffen Sie, indem Sie Ihre Angebote so präsentieren, dass sie möglichst viele „Input-Kanäle“ Ihrer potenziellen Kunden belegen und über viele „Output-Kanäle“ verbreitet werden. Eine kleine Auswahl von Input-Kanälen (d.h. Kanäle, über die Ihre Angebote die Kunden erreichen) sind u.a.:

- gedruckte (!) Broschüren, Newsletter und Magazine
- kostenlose Info-CDs und -DVDs
- Podcasts (d.h. regelmäßig erscheinende Audio- oder Video-Programme)
- E-Mail-Kurse (mit Hilfe automatisch ausgehender E-Mails) und Webinare (Online-Seminare)

Eine Auflistung der möglichen Output-Kanäle (die, die Ihre Medien verbreiten), würde den Umfang dieser Ausgabe sprengen. Etablierte Dienste wie YouTube, Vimeo und der Apple iTunes Store sind nur die oberste Spitze eines riesigen Eisbergs an Diensten. Einen Überblick finden Sie bei [maulco.de/ks2010](http://maulco.de/ks2010)

## Welche Angebote eignen sich?

Coaching zur Gewichtsreduktion, Organisationsentwicklung in Banken, Coaching für Führungskräfte auf Vorstandsebene: In den Jahren meiner Arbeit ist mir noch kein Angebot begegnet, das sich nicht für eine multi-mediale Aufbereitung eignen würde. Beginnen Sie mit einem Video,

das dem Zuschauer einen echten Nutzen zum Thema Ihrer „Praline“ bietet. Versehen Sie das Video mit relevanten Schlagwörtern, einer guten Beschreibung, dem Link auf Ihre Website, garniert mit einem Sonderangebot, und streuen Sie es weitläufig.

Abhängig davon, wie einzigartig Ihr Angebot ist, wird sich das Video schneller oder langsamer verbreiten, doch eins ist sicher: Ist es einmal online, *wird* es sich verbreiten. Nach einiger Zeit erreicht es neben Ihren Kunden dann auch Redakteure, die gerade nach einem Experten für eine Radio- oder Fernsehsendung suchen und über Ihr Video stolpern. Auf diese Weise kam mein oben genannter Kunde zu Sendungen in fast jedem großen deutschen Fernsehsender, im Hörfunk sowie zu Artikeln großer Zeitungen und Magazine.

Wenn der Medien-Ball einmal rollt, können Sie ihm gespannt zuschauen, wie er weiter und weiter rollt und auf seinem Weg Interessenten aufammelt, ähnlich wie im Videospiel-Klassiker *Katamari Damacy*. In Folge 4 dieser Serie betrachten wir den Lauf dieses Balls weiter und schauen, was wie wo hängen bleibt.

### Was Sie in diesem Jahr in dieser Rubrik weiter erwartet:

- Heft 4: Social Marketing: Der Markt ist Konversation
- Heft 5: Traffic, Traffic, Traffic: Verkehrsberuhigung war gestern
- Heft 6: Selbstoptimierung: Wenn Websites „denken“ lernen

### Bisherige Folgen:

- Heft 1: Der Einstieg: Die drei Elemente eines wirkungsvollen Online-Auftritts.
- Heft 2: Der Produkt-Trichter: Schritt für Schritt zum Premium-Angebot.



**Mathias Maul**, Linguist, Informatiker, Experte für Nischen- und Online-Marketing für Mediziner, Coaches und Trainer, [hallo@maulco.de](mailto:hallo@maulco.de).

# Kommunikation

Juni 2010

Gewaltfreie Kommunikation • NLP • Business

## Seminar

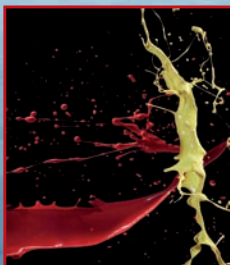
Coaching • Mediation • Pädagogik • Gesundheit

**K&S ist das Magazin für Profis,  
die Menschen in Veränderungsprozessen begleiten.**

Die Zeitschrift wendet sich an Berater, Coaches, Therapeuten, Manager und vermittelt Wissen zu modernen kommunikativen Methoden. K&S erscheint alle zwei Monate aktuell beim Junfermann Verlag, Paderborn. [www.ks-magazin.de](http://www.ks-magazin.de)

# Grenzen des Wissens

## Zur Neurobiologie von Körper und Seele



**Mehr  
Farbe!**

Sperrige Themen  
aufbereiten



**Personal  
Profile**

Für Einzelne  
und Teams



**Traumkür  
mit NLP**

Wege im  
Jugendsport