

Online-Video-Vortrag „Belly Dance Marketing Basics“ der „Belly Dance Business Academy“

Rezension von Mellany Amar (veröffentlicht: Chorika 4/2011) – www.ot-pur.de

Im September stieß ich im Internet auf die „Belly Dance Business Academy“ von Julie Eason, welche „Business Strategies for Belly Dancers“ offeriert. Julie Eason bietet Business Coaching in verschiedenen Varianten und Preisklassen sowie einen Zirkel an, dessen Mitglieder gegen eine monatliche Gebühr mit aktuellen Informationen und Hilfestellungen beim Aufbau ihrer Selbständigkeit unterstützt werden.

Neben vielen kostenlosen Artikeln zu den Themen Marketing, Preisfindung, Social Media usw. fand und erwarb ich dort den Online-Vortrag „Belly Dance Marketing Basics“ für 39,90 \$.

Statt der abgebildeten DVD, erhielt ich den Zugang zu einem Webinar (Online-Seminar/Vortrag) in fünf Teilen von jeweils ca. 30min Länge. Eigentlich eine gute Sache. Ich kann sofort mit dem Anschauen starten und beide Seiten sparen Kosten. Wäre nur schön, wenn das vor dem Kauf klar gewesen wäre. Die Abbildung einer DVD beim „Kauf“ eines Online-Vortrages ist verwirrend, ja eigentlich schon Irreführung.

Teil I

Teil I widmet sich der Webseite, der Grundlage des gesamten Marketings, wie Julie so schön beschreibt – und mit dieser Aussage hat sie auch gleich Sympathiepunkte bei mir gewonnen. Die Inhalte richten sich an Tänzerinnen, Dozentinnen und Studioinhaberinnen, die entweder noch keine Internetseite haben, eine Seite von jemand anderem pflegen lassen oder eine „ungepflegte“, veraltete Seite besitzen und dies ändern möchten. Julie gibt Tipps, wie frau zu einer Webseite kommt, die sie selbst pflegen kann, äußert sich zu Design, Aktivität, Landing Pages, Suchmaschinenranking und Interaktivität einer Seite. Sie fordert uns auf, einen Blog zu schreiben, und bringt es auf den Punkt: „Every site needs a goal!“ Jede Unterseite, nicht nur die Website insgesamt, braucht ein Ziel und „a call to action“, eine Aufforderung an den Besucher, etwas zu tun (Kurse buchen, Weiterlesen usw.).

Suchmaschinenmarketing wird angerissen: Was kann ich tun, um mein Ranking bei Google zu verbessern? Mobiles Internet und Lokalität hält Julie für besonders wichtig.

Teil II

Teil II beschäftigt sich mit E-Mail-Marketing, dem Aufbau von Kunden- und Interessentenlisten, deren Segmentierung und Nutzung. Rechtliche Fallstricke werden angesprochen und Lösungen geboten. Affiliate Offers („Partnerprogramme/-angebote“) und besondere Angebote/special offers sowie Inhalt des Newsletters (der keine reine Werbemail sein sollte) sind Themen des zweiten Videos.

Teil III

Teil III – Online-Marketing – informiert über lokale Suche, Suchmaschinenmarketing, Ranking-Kriterien, Verlinkung, Zusatzprodukte und –services sowie Kooperationen. Hauptziel: Die eigene Website in den Suchmaschinen ganz nach oben zu bringen. Julie räumt mit einigen „Online-Märchen“ im Bereich Verlinkung und Ranking auf, was mir zeigt, dass sie genau weiß, wovon sie spricht.

Teil IV

Offline-Marketing ist Thema des vierten Teils. Er liefert Ideen zu Flyern und Lockangeboten, zur Planung der Pressearbeit, zur Einbindung eigener und fremder Events in das Marketing und für die „Öffentlichkeitsarbeit der anderen Art“. Begeistert ist Julie von den Quick Response Codes („mobile Coupons“). Julie erklärt, wie diese Codes für Mobiltelefone erstellt und eingesetzt werden können (kinderleicht!).

Teil V

Der fünfte und letzte Teil widmet sich Social Media. „Have a plan!“ Diese Aussage kann ich nur unterstützen, wenn man Social Media Marketing umfassend und mit einem vernünftigen Zeiteinsatz organisieren möchte. Julie hilft bei der

Erstellung eines solchen Plans und gibt Hinweise, wo frau Zeit sparen kann.

Am Ende jedes Videos fasst Julie die weitere Vorgehensweise in „Action Steps“ zusammen. Wenn man alles umsetzen möchte, ist man einige Tage/Wochen beschäftigt. Die Tipps sind aber gut und beispielhaft am Dasein einer Tänzerin/Dozentin erklärt.

Ein Ausblick auf das nächste Video schließt die einzelnen Vorträge ab. Das letzte Video endet mit einem Rückblick, einem Ausblick und einem etwas größeren „Werbeblock“ der Belly Dance Business Academy.

Julies Stimme ist angenehm, das amerikanische Englisch auch für Ungeübte mit guten Schulenglischkenntnissen gut zu verstehen. Der Vortrag läuft ähnlich einer Powerpoint-Präsentation ab. Auf weißem Hintergrund blenden Überschriften und Textzeilen auf – selbst außerhalb des Internets gestalten wir Präsentationen heute doch etwas aufregender... Die Videos kommen deshalb ein wenig trocken herüber, bei ca. 30min Länge eines jeden Videos ein nicht unerheblicher Makel. Ich denke, hier hätte frau mehr bringen können, mir ist es zu minimalistisch, ich bin andere Webinare gewohnt. Ein Audio-Book wäre in diesem Fall der bessere Weg gewesen. Da die Videos nicht interaktiv sind, Julie aus dem Off spricht und viele Infos nicht schriftlich festgehalten werden, wäre mir ein E-Book am liebsten gewesen. Die Kommentare der Nutzer zu den Videos sind sehr interessant und geben einen guten Schnitt durch Julies Zielgruppe wieder.

Meiner Meinung nach eignet sich „Belly Dance Marketing Basics“ für Einsteiger in diesen Bereich, für Tänzerinnen und Dozentinnen, die entweder gar nicht wissen, wie sie Werbung für sich und ihre Kurse machen sollen, oder feststellen mußten, dass das, was sie bisher getan haben, einfach nicht ausreichte. Sehr positiv ist mir aufgefallen, dass Julie gerade Newcomer animiert, an die Öffentlichkeit heranzutreten. Für „Marketingfachleute im orientalischen Tanz“ bietet die Videoserie kaum neue Informationen (es werden, wie dem Titel zu entnehmen, „Basics“ vermittelt).

Neben dem rezensierten Video-Vortrag bietet die Academy eine ganze Reihe kostenloser Informationen für Tänzerinnen und Dozentinnen. Der Eintrag in den Newsletter wird mit einem Link zu einer größeren Auswahl an Kurz-Videos belohnt. Diese Videos behandeln jeweils ein Thema in ungefähr 10min und sind damit wesentlich besser zu konsumieren und umzusetzen, als die „große Schwester“, die Julie zum Kauf anbietet. Diese Kurz-Videos geben einen guten Überblick über das, was euch beim Erwerb der Kaufvideos erwartet. Auch, wenn ihr euch die Videos nicht leisten möchtet, der Newsletter- bzw. der RSS-Feed-Bezug der Belly Dance Business Academy lohnt sich auf jeden Fall.

Weitere Infos, Bezugsquelle, Videos:
www.bellydancebusinessacademy.com