

DER MINI NAVIGATOR KURS

Mit Leichtigkeit
gründen, organisieren und profitabel werden



www.martinaschuler.de



Hallo!

Toll, dass du mit deinem Online-Business starten möchtest und dir meinen Online-Business Minikurs heruntergeladen hast. Im Minikurs zeige ich dir, welche die wichtigsten Schritte in der Realisierung deiner Selbstständigkeit sind und gebe dir super hilfreiche Tipps.

Ich bin mir sicher, dass du bereits nach dem Minikurs das Gefühl hast, dass auch du es schaffen kannst, ganz easy dein Herzens-Business an den Start zu bringen. Denn alles, was du brauchst, ist ein strukturierter Plan, eine fundierte Anleitung sowie eine erfahrene Begleitung.

Kennst du schon meinen Navigator-Kurs? In diesem liefere ich dir genau das: umfassendes Wissen, Erfahrung und Tipps aus der Praxis aus vielen Jahren Selbstständigkeit. Ich Sorge dafür, dass du den Überblick behältst und voll motiviert deine Business-Idee umsetzt. Schritt für Schritt zu DEINEM Ziel. Hört sich das nicht nach einem guten Plan an?

Ich wünsche dir mit dem Minikurs viele Aha-Momente und würde mich freuen, dich im Navigator-Kurs wiederzusehen. Bis bald und liebe Grüße!

Martina





Deine Business-Idee

Deine Business-Idee ist bestimmt toll und ich bin mir sicher, dass du schon voller Tatendrang in den Startlöchern stehst. Ich bin dabei!

Du als Unternehmerin:

Natürlich sollte dein Business zu 100 % DIR entsprechen.

Stelle dir zunächst die folgenden Persönlichkeits-Fragen:

- Wo sind deine besonderen Fähigkeiten und Talente?
- Woran hast du Spaß und was fällt dir leicht?
- Welches konkrete Wissen hast du?
- Welche Mission möchtest du umsetzen?

Im nächsten Schritt möchte ich mit dir die Business-Art erarbeiten:

- Wie möchtest du arbeiten? Homeoffice oder im Büro?
- Ortsunabhängig online?
- Alleine oder im Team?
- Möchtest du Kontakt zu deinen Kunden haben?
- Bist du eher Schreiber oder Sprecher?



Beleuchte dein Angebot von allen Seiten:

Bevor wir so richtig mit der Umsetzung loslegen, möchte ich dir noch einen wirklich wichtigen Rat geben: Beleuchte deine Business-Idee von allen Seiten und frage auch mal vertraute Personen, was sie davon halten. Sehen sie einen Bedarf? Sehen sie dich als Selbstständige? Manchmal neigt man ja doch dazu, sich seine Welt schöner zu machen, als sie wirklich ist. Und das wäre ein blöder Fehler, denn du möchtest dich mit deiner Idee ja nicht nur selbstverwirklichen, sondern am Ende auch Geld verdienen.

Um herauszufinden, ob es einen Markt für deine Business-Idee gibt, stelle dir folgende Fragen:

- Welches Problem will ich womit lösen?
- Wer hat dieses Problem?
- Wie sieht meine Lösung aus?
- Was ist das Ergebnis für die Kunden/innen?
- Gibt es einen echten Bedarf?

Nimm dir Zeit und Ruhe, um diese Fragen für dich zu beantworten. Sei so konkret wie möglich in der Beantwortung und weiche dir nicht selbst aus.

Deine Positionierung:

Lass uns mit einem kleinen Beispiel aus der Praxis beginnen, dann wird dir schnell klar, worauf ich hinaus will.

Du kennst ja bestimmt diese Restaurants, welche Pizza, Döner, Sushi und Landhausküche zusammen anbieten. Fies, oder? (Ich frage mich immer wieder, wer dort eigentlich etwas bestellt). Aber dieses Beispiel macht sehr klar, wie man sich mit einer schlechten Positionierung ins Knie schießen kann.

Soll heißen: Nimm allen Mut zusammen und fokussiere dein Angebot.

Ich weiß aus eigener Erfahrung, dass es ein bisschen Überwindung kostet, das Angebot auf den Punkt zu bringen und keinen Bauchladen anzubieten. Viele von uns haben Angst, dass sie eine Zielgruppe ausschließen und damit Geschäft verlieren, wenn sie sich in ihrem Angebot zu sehr fokussieren.

Aber genau DAS ist das Problem. Denn:

If you are talking to everybody, you are talking to nobody!

Lass diesen Satz mal auf dich wirken!

Nur wenn du ein konkretes und verständliches Angebot hast, werden sich die Menschen angesprochen fühlen und sich für dein Business interessieren.

Alles was unklar ist, fällt hinten runter.

Formuliere deine Business-Idee wirklich richtig gut aus und schreibe es nieder. Es muss glasklar sein, was du anbietest.

Aus meinem Coaching weiß ich, dass viele Selbstständige denken, dass ihr Angebot natürlich auf den Punkt formuliert und für jedermann verständlich ist, aber wenn ich sie dann mal bitte, mir dieses Business in nur einem einzigen Satz zu formulieren, werden die Köpfe heiß. Und rot ;-)

Fazit:

In einer optimalen Positionierung bringst du also deine Business-Idee klar und deutlich auf den Punkt. Kein Bauchladen, keine Sushi-Pizza mit Kartoffeln! Versuche deine Idee in einem kurzen Satz zu formulieren.

Wenn du die oben beschriebenen Schritte sorgfältig bearbeitest, hast du die beste Grundlage geschaffen für ein erfolgreiches Business.

Auf dieses Fundament baust du nun dein Hochhaus.





Der bürokratische Teil

Hast du deine Business-Idee gefunden und anhand der vorausgehenden Fragen geprüft, kommst du nun ins Umsetzen. Leider gehören auch ein paar bürokratische Dinge dazu. Aber ich kann dir sagen, dass die meisten Punkte nur einmal zu erledigen oder einzurichten sind und dann kannst du dich wieder auf dein Kerngeschäft konzentrieren.

Melde dich beim Finanzamt an:

Dies kannst du als Gewerbetreibende, Selbstständige oder Freiberuflerin. In welche Kategorie du fällst, hängt von deinem Business, sowie von deiner (akademischen) Ausbildung ab.

Natürlich kommen auch andere Firmenformen wie z.B. eine GmbH in Frage. Zum Start in deine Solo-Selbstständigkeit solltest du aber vielleicht klein anfangen und später kannst du die Rechtsform immer noch ändern.

Nun brauchst du noch ein Geschäftskonto und ich empfehle dir auch dringend einen Steuerberater. Denn, wenn du einen Steuerberater beauftragst, bekommst du nicht nur eine Leistung, sondern auch Sicherheit. In Sachen Steuern ist das ja nicht unwichtig.

Denke daran, entsprechende Versicherungen abzuschließen. Sowohl private (z.B. Krankenversicherung) also auch geschäftliche wie z.B. eine Betriebshaftpflichtversicherung.

Nimm diese Checkliste zur Hilfe:

Finanzamt

Geschäftskonto

Steuerberatung

Versicherungen

Private Vorsorge



Organisation, Ausstattung & Unterstützung

Arbeitsplatz und Arbeitszeiten:

Um nicht zu viel Ablenkung zu haben, wäre ein getrennter Raum natürlich die beste Variante. Aber auch im Wohnzimmer lässt es sich arbeiten. Wichtig ist vor allem dass du nicht alles in der Wohnung verteilst und privates mit geschäftlichem mischt. Das führt dazu, dass du nie richtig abschalten kannst.

Versuche auch klar definierte Arbeitszeiten einzuhalten und diese auch ggf. an Mitbewohner zu kommunizieren.

Ausstattung:

Wenn du täglich mehrere Stunden auf einem Küchenstuhl sitzend arbeitest, wird sich dies garantiert irgendwann rächen. Also investiere ein bisschen Geld in einen ergonomischen Bürostuhl. Ein Schreibtisch, gute Beleuchtung und ein PC oder Laptop gehört natürlich zur Grundausstattung. Für Videokonferenzen solltest du außerdem einen Kopfhörer mit Mikro haben.

Einige Tools, Apps und Software-Produkte können dir das Leben sehr erleichtern und Strukturen schaffen. Versuche am Anfang deines Business nicht zu lange Vertrags-Laufzeiten einzugehen. Erfahrungsgemäß ändert man im Laufe der Zeit seine Arbeitsabläufe und hat andere Bedürfnisse.

Unterstützung:

Ein ganz wichtiger Punkt im Aufbau deines Business ist die Einbindung von Unterstützung.

Es muss ja nicht gleich eine Angestellte sein, aber das Outsourcen von Arbeiten zum Beispiel an Freiberufler oder externe Dienstleister ist enorm wichtig.

Im Netz findest du zum Beispiel viele sogenannte Virtuelle Assistenzen. Diese bieten sehr oft ein breites Spektrum und in einigen Bereichen auch richtig tief gehendes Wissen.

Du bekommst externe Kompetenzen und Ideen, hast mehr Kapazität für dein Kerngeschäft und auch mehr Freizeit. Deine Lebensqualität steigt.

Nur so ist Wachstum möglich. Wenn du auf Dauer alles selber machst, wirst du nicht wachsen können.



Stell dich gut auf

Wie ich dir schon Beginn verraten habe, liegt das Geheimnis eines erfolgreichen Business in der Basis. Viele machen den Fehler und übergehen die nächsten Punkte, weil sie die Bedeutung unterschätzen.

Mache diesen Fehler nicht! Manchmal empfinden wir es als unangenehm, uns mit diesen Kern-Themen auseinanderzusetzen, weil teilweise auch ungeahnte Widerstände ans Tageslicht kommen. Aber besser früher als später, wenn du schon Geld verbrannt hast.

Die Punkte Positionierung, Zielgruppen-Definition und Markenbildung sind maßgeblich dafür verantwortlich, wie du im Außen wahrgenommen wirst. Dein gesamtes Marketing wird darauf später aufbauen.

Bleibst du unkonkret und nicht fokussiert, werden deine Kundinnen dies merken und dich nicht buchen. Oder du erreichst nicht die „richtigen“ Menschen mit deiner Message.

Es ist besonders wichtig, dass du sehr konkret und in einfachen Worten dein Angebot formulieren kannst. Auf den Punkt! Nur so können dich andere Menschen verstehen. Außerdem gehst du mit einem Wischi-Waschi-Angebot in der Menge unter.

Traue dich auch, eine Nische zu bedienen und deine Zielgruppe sehr eng zu fassen.

Beschäftige dich eingehend mit diesen Punkten und formuliere die Antworten schriftlich.

Durch das Aufschreiben setzt du dich erfahrungsgemäß tiefer mit den Themen auseinander und außerdem manifestierst du deine Ergebnisse.

- **Positionierung**
- **Zielgruppe**
- **Buyers Persona**
- **Elevator Pitch**
- **UVP**
- **USP**
- **Markenkern**
- **Branding**

Und wenn du diese Punkte ausgiebig bearbeitet hast, setzt du sie in einer starken und aussagekräftigen Website um.



5 Profitabilität

Um dein Business profitabel zu machen musst du natürlich dein Produkt in den Markt bringen und verkaufen.

Diese drei Säulen bilden die Basis:

Traffic

Lead-Generierung

Community-Building

Traffic

Ziel:

Du möchtest sichtbar werden und möglichst viele Besucher auf deine Website lenken.

Wie erreichst du dieses Ziel?

SEO (Suchmaschinen-Optimierung) > Du optimierst deine Website und deine Blogartikel nach den Google-Ranking-Kriterien.

SEA (Suchmaschinen-Werbung) > Du schaltest bezahlte Werbung bei Google, damit du zu bestimmten Keywords gefunden wirst.

Pinterest (Bild-Suchmaschine) > du erstellst Pins mit Verlinkung zu deinen Blogartikeln, welche sich auf deiner Website befinden

Lead-Generierung

Ziel:

Du möchtest neue Kontakte aktiv auf dich aufmerksam machen und sie dazu bringen, dich zu deinem Newsletter anzumelden.

Wie erreichst du dieses Ziel?

Du schaltest zum Beispiel bei Facebook und Instagram Anzeigen. Eine sehr effektive Art ist es, hier Freebies (kostenlose Infos mit gutem Mehrwert) zu bewerben, welche man sich dann auf deiner Website downloaden kann und im Gegenzug die E-Mail-Adresse für den Newsletter hinterlässt.

Jeden Kontakt, den du bekommst, also jede E-Mail-Adresse ist ein Lead.

Im Nachgang solltest du natürlich deine Kontakte regelmäßig mit einem guten und hochwertigen Newsletter beschicken.

Durch den Newsletter kannst du deine Expertise zeigen und die Kontakte lernen dich besser kennen.

Zu einem späteren Zeitpunkt kannst du dann dieser "angewärmten" Community ein konkretes (Kauf-)Angebot machen.



Community Building > Vertrauen aufbauen > die Kontakte anwärmen

Ziel:

Deine Kontakte (Leads) sollen dich näher kennenlernen und Vertrauen aufbauen. Fremde werden zu einem Teil deiner Community.

Wie erreichst du dieses Ziel?

Du versorgst deine Community mit interessanten, hochwertigen, motivierenden und weiterbringenden Inhalten. Dazu nutzt du zum Beispiel folgende Kanäle:

- Instagram
- Facebook
- Podcast
- YouTube Videos
- Blog
- Newsletter





Kontrolle & Optimierung

Natürlich willst du auch wissen, ob du weiterkommst und deine Aktivitäten Früchte tragen.

Zur Feststellung deines Status Quo benötigst du verlässliche Zahlen. Und ich meine keine Umsatzzahlen. Bevor es zum Umsatz kommt, unternimmst du ja Werbe- und Verkaufsaktivitäten, welche gemessen und analysiert werden sollten. Einfach so ins "Blaue" Geld ausgeben hat ja noch nie viel Sinn gemacht...

Also... sobald du Geld in Werbung investierst, willst du wissen, ob sich dies rentiert, richtig?

Und so geht's:

Verbinde deine Website mit Google Analytics und notiere dir die wichtigsten Ergebnisse in einer individuellen Statistik. Ich empfehle dir, bestimmte Kennzahlen in einem Excel-Sheet zu notieren und über einen längeren Zeitraum zu verfolgen.

Wenn du bei Facebook/Instagram und Pinterest Werbung schaltest, solltest du auf jeden Fall auf deiner Website die entsprechenden Tracking-Pixel einbinden. So kannst du genau nachvollziehen, wie erfolgreich deine Werbekampagnen laufen.

Bitte beachte auf jeden Fall die Vorgaben der DSGVO! Du darfst zum Beispiel nicht einfach einen Kontakt tracken, wenn dieser nicht vorher explizit zugestimmt hat.

Definiere für dich bzw. dein Unternehmen individuelle KPIs (Key Performance Indicator). Also Kennzahlen, welche für deine Leistungsbewertung ausschlaggebend sind. Notiere dir die Ergebnisse in einer Tabelle und analysiere sie langfristig.

Diese Tabelle bildet die Grundlage für weitere Entscheidungen.

Entwickeln sich die Zahlen positiv > Glückwunsch, du hast alles richtig gemacht!

Sind die Zahlen noch nicht so toll: Kopf hoch! Erfahrungen sammeln ist super wichtig, Nachjustieren ist immer möglich und dann geht es weiter!



Du möchtest mehr über mich und mein Coaching erfahren? Dann schau mal hier:

Mit mir arbeiten

Folge mir auf [Instagram](#) und [Facebook](#)! Dort bekommst du regelmäßig tolle Tipps und Neuigkeiten rund um das Thema Business-Aufbau.