



# STARTE DEIN KREATIVES ONLINE-BUSINESS IN 30 TAGEN

**WORKBOOK**

## HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH!

Du bist heute einen großen Schritt in Richtung deines Traums gegangen und das zeigt, wie großartig du bist!

Damit hast du schon bewiesen, dass du das Zeug zum Erfolg hast, denn du hast eine Sache den anderen (erfolglosen) voraus, und zwar: MUT!

Und genau das ist die Geheimzutat, die den Träumer von dem Macher unterscheidet. Denn alles andere, wie Technik, Strategien, Texte und Design, kann man lernen und dabei möchte ich dir helfen!

Vielleicht ist dein Problem also nicht der Mut, sondern eher, dass du nicht weißt, wo du aktuell anfangen sollst. Schließlich hast du als viel beschäftigter Mensch, vermutlich noch mit Job, Familie oder andere Verpflichtungen, keine Zeit zu verlieren, und da muss jeder Handgriff sitzen.

Hallo, ich bin Andrea, Mutter von drei Kindern, Designerin und nicht nur seit 20 Jahren erfolgreiche Online-Unternehmerin, sondern der beste Beweis dafür, dass man mit wenigen Mitteln und trotz Familie und Kindern ein erfolgreiches Business nicht nur aufbauen, sondern erfolgreich führen kann.

Ich helfe kreative Menschen dabei, aus ihrer Leidenschaft einen Beruf zu machen, online mit starken Texten und Strategie sichtbar zu werden und ein profitables Business aufzubauen, das in ihr Leben passt und sich leicht und unbeschwerlich anfühlt.

Dieser Fahrplan leitet dich durch die ersten Schritte deiner kreativen Selbständigkeit und zeigt dir genau, worauf du dich am Anfang konzentrieren solltest und was du eher später erledigen kannst.

Ich wünsche dir ganz viel Erfolg!

*Deine Andrea*



# INHALT

<b>DEIN BUSINESS WEG</b>	<b>4</b>
<b>ERFOLGS MINDSET</b>	<b>5</b>
<b>DEINE ZIELE</b>	<b>11</b>
<b>DEINE KUNDIN</b>	<b>18</b>
<b>DEINE MARKE</b>	<b>21</b>
<b>DEINE IDEE TESTEN</b>	<b>24</b>
<b>MARKETING STRATEGIE</b>	<b>32</b>
<b>DEINE WEBSEITE</b>	<b>36</b>
<b>CONTENT PLANUNG</b>	<b>40</b>
<b>EMAIL-MARKETING</b>	<b>48</b>
<b>DER LAUNCH</b>	<b>51</b>
<b>TOOL TIPPS</b>	<b>56</b>

# DEIN BUSINESS WEG

Bevor wir beginnen, schauen wir uns mal deinen Weg zum erfolgreichen Business an, damit du im Vorfeld schon sehen kannst, wo deine Reise hingeht und welche Punkte dabei wichtig sind. Die Checkboxen sind für dich zum Abhaken.



Ich spreche immer wieder – insbesondere mit Frauen – die mit ihrem inneren Kritiker zu kämpfen haben und ihm Glauben schenken. Das macht mich unglaublich traurig und ich frage mich, wie viel ungeahntes Potenzial da unentdeckt schlummert und niemals an die Oberfläche kommen darf.

Bei mir wäre es auch fast schiefgegangen und ich würde heute nicht meinen Traumberuf leben, mir wären so viele unfassbar tolle Chancen „durch die Lappen“ gegangen. Unvorstellbar! Genau deshalb ist es meine große Leidenschaft und ich BRENNE dafür, auch anderen dabei zu helfen ihre Kreativität zu leben und ihre schädlichen Glaubenssätze ad acta zu legen.

Ich will, dass auch du dein volles kreatives Potenzial entfalten kannst. Wir wollen es sehen, bitte! Ich weiß aus eigener Erfahrung, wie viel möglich ist, wenn du es schaffst deinen inneren Kritiker zu besiegen und ins Machen zu kommen.

Ich verrate dir heute also ein paar gängige GLAUBENSSÄTZE (einige davon hätten mich fast meinen Erfolg gekostet) und zeige dir Möglichkeiten auf, wie du diese Gedanken durch positive Glaubenssätze ersetzen kannst.

Denn nur wenn dein Mindset unerschütterlich auf Erfolgskurs ist, wirst du dauerhaft erfolgreich bleiben.

## GLAUBENSSATZ 1

### ICH BIN NICHT GUT GENUG

Der absolute Lieblingssatz des Kritikers da oben. Ok, dann schauen wir mal hin. Du bist also nicht gut genug, ja? Wer sagt das und woran wird das für dich bemessen? Denkst du zum Beispiel, du kannst nicht gut genug schreiben? Alle anderen sind besser als du? Oder denkst du, deine Produkte werden sowieso niemandem gefallen? Wer soll DEINE Sachen denn schon mögen? Vergleichst du dich oft mit anderen und kommst dann zu dem deprimierenden Entschluss: Ok, die sind ALLE besser als du, was bildest du dir überhaupt ein, dass du das auch kannst?!? Bleib mal bitte schön bei deinen Leisten und werde jetzt nicht übermütig. Ts. Wäre ja noch schöner. Das Leben ist doch schließlich kein Wunschkonzert.

Du glaubst gar nicht, wie sehr ich diesen Satz hasse und wie oft ich den schon hören durfte. Hallo, wie deprimierend ist DAS denn bitte!? Natürlich ist das Leben ein Wunschkonzert! Wann, wenn nicht jetzt. Vielleicht ist das unser einziges Leben, da darf ich mir doch wünschen, was ich will. Ob es erfüllt wird, ist natürlich eine andere Sache und hängt von harter Arbeit ab.

Aber lass dir bitte von nichts und niemandem einreden, du darfst dir nichts wünschen! So. Und nun stell dir bitte mal vor jemand würde so mit deiner Tochter, deiner besten Freundin oder deinem Bruder sprechen. Was würdest du ihm sagen? Du würdest vermutlich sagen „Fahr zur Hölle!“ und würdest noch ein paar Schimpfwörter hinterherwerfen. Und genau das musst du auch mit deinem Kritiker da oben machen. Denn keiner hat das Recht, so mit dir zu reden! Wirklich keiner! Glaube mir, du bist gut genug. Genau so, wie du bist. Deine Kreativität hat eine Daseinsberechtigung genauso wie die von allen anderen Menschen auch.

Aber ich weiß, dass es manchmal leichter gesagt ist als getan, denn der Kritiker ist mega hartnäckig (klar, er durfte ja lange ohne Widerstand da oben wüten und wurde in der Kindheit vielleicht auch noch von doofen Menschen angefeuert) und er mag es absolut nicht, widersprochen zu werden. Manchmal kommt er auch bei mir wieder um die Ecke. Deswegen plädiere ich dafür, im Kampf gegen ihn nicht alleine zu stehen. Such dir dafür ein Netzwerk an „Mitstreitern“, eine Gruppe von lieben Menschen, die an dich glauben, dir Mut machen, positiv sind und dich immer wieder anfeuern und unterstützen, wenn du mal wieder an dir zweifelst.

## GLAUBENSSATZ 2

# ES GIBT SCHON ALLES

Ich geb's ja zu, es kann ganz schön einschüchternd wirken, wenn man durch Pinterest oder Instagram scrollt. Puh! Was für ein Angebot. Jedes Thema, jedes Tier, jede Pflanze, jede Blume, jede Farbe ist gefühlt schon x-fach abgehandelt worden. Da könnte man wirklich meinen, es gibt schon alles. Also klappst du frustriert den Rechner zu und denkst, „Nö, mir fällt nichts Neues ein!“, und fängst gar nicht erst an selber kreativ zu werden.

Aber stell dir vor, wir würden alle so denken!? Dann gäbe es ja nie etwas Neues! Keine Kunst und keine Kultur. Wie furchtbar!

Ich verrate dir jetzt mal ein Geheimnis aus der Kreativitätsforschung: Du musst das Rad nicht neu erfinden! Kreativität ist nämlich nicht der krampfhafteste Versuch etwas zu erschaffen, das es noch NIE gegeben hat und mit NICHTS einer Ähnlichkeit hat. Was soll das denn auch sein? Das geht doch gar nicht. Ist also ein Trugschluss. Einer der dich davon abhält kreativ zu werden. Versuche es doch mal eher so zu sehen: Kreativität ist ein Spiel. Ein Spiel MIT dem, was schon vorhanden IST. Fange also mit etwas an, das es schon gibt. Vertraue darauf, dass all deine persönlichen Erfahrungen, deine gespeicherten Sinneseindrücke und deine ganz individuelle Handschrift, die es so kein zweites Mal auf dieser Welt gibt, ganz von alleine eine neue Interpretation des bereits Vorhandenen erschaffen werden. Dabei geht es nicht darum, etwas zu kopieren, sondern darum, ein bereits vorhandenes Thema auf deine ganz eigene individuelle Art zu interpretieren und umzusetzen. Et voilà und schon hast du etwas Neues beigetragen. Ich bin gespannt, was es sein wird!

## GLAUBENSSATZ 3

## ES GIBT ZU VIEL KONKURRENZ

Es klingt jetzt vielleicht abgedroschen, aber Konkurrenz belebt tatsächlich das Geschäft, denn wo viel Angebot ist, ist auch viel Nachfrage. Daher kannst du dir sicher sein, in einem Geschäftsfeld wo es viel Konkurrenz besteht, gibt es auch für dich die Möglichkeit Geld zu verdienen. Denn in einer Nische, in der es keine Konkurrenten gibt, ist die Nachfrage dann eben auch überschaubar. Ein kleiner Tipp noch von mir bezüglich Konkurrenz. Wenn du deine Konkurrenten als Kollegen begreifst, statt als Konkurrenten, erweiterst du auch mit einem Schlag deinen Freundeskreis. Denn schließlich sind das alles Menschen, die das Gleiche machen wie du, für die gleichen Themen brennen und in ihrer Freizeit auch meistens gerne ähnliche Dinge machen. Was für eine prima Grundlage für eine wunderbare Freundschaft. Gefühle wie Neid und Missgunst haben da meiner Meinung nach nichts verloren, denn jeder Kreative spricht mit seiner eigenen Sprache andere Kunden an und so bekommt jeder auch ein Stück vom Kuchen ab.

## GLAUBENSSATZ 4

## MICH KENNT KEINER

Na klar kennt dich noch keiner! Aber auch das ist kein Zustand, der in Stein gemeißelt ist. Denn auch das wird sich ändern, je mehr du dich zeigst und je mehr du dich traust deine Sachen zu zeigen. Erst im kleinen Kreis und dann immer größer werdend. Eine gute Freundin von mir sagt immer „Wenn du nicht da bist, findest du nicht statt“ und das stimmt! Du wirst sehen, dein Selbstbewusstsein nimmt mit jedem positiven Feedback Fahrt auf und du traust dich immer mehr. Am Anfang meiner Reise wusste ich auch noch nicht, wo es mich hinführt. Ich weiß noch bevor ich angefangen habe zu bloggen, habe ich immer gedacht, „Oh Gott, wen soll das bitte interessieren, was ich zu sagen habe?“. Als ich dann endlich meinen ersten Post geschrieben habe, waren 7 Leute gleichzeitig auf meinem Blog. Ich bin vor Freude fast ausgeflippt. 7 gleichzeitig!! Hätte mir damals jemand gesagt, dass ein paar Jahre später monatlich Tausende meinen Blog lesen würden, ich für Fernseh-Interviews und Magazine gebucht werden würde, hätte ich ihm einen Vogel gezeigt. Was ich damit sagen will ist, du weißt nie was kommt. Jede kleine Tür, die aufgestoßen wird, eröffnet wieder eine neue. Du musst nur den ersten Schritt machen. Lass dich einfach auf das Abenteuer ein und vertraue.

## GLAUBENSSATZ 5

## ICH PACK DAS EH NICHT

Dazu habe ich direkt einen Auszug aus einem Gedicht von Erin Hanson für dich:

*There is freedom waiting for you,  
On the breezes of the sky.  
And you ask "What if I fall?"  
Oh but my darling,  
What if you fly?"*

Ja genau, was ist, wenn du fliegst? Wenn du total abhebst mit deinem Business? Du wirst es nie herausfinden, wenn du es nicht versuchst. Anstatt dich also mit dem Scheitern zu beschäftigen, visualisiere lieber, wie es wäre, wenn du erfolgreich bist. Akzeptiere, dass du auf diesem Weg Fehler machen wirst, dass du vielleicht auch scheitern wirst, und dass das ganz normal ist, ja sogar wichtig ist, um daraus zu lernen. Glaube mir, ich kann ein Lied davon singen. Die Kunst ist es immer wieder aufzustehen, die Krone zu richten und weiterzumachen. Denk an die Harry Potter Autorin J.K.Rowling dessen Manuskript vor ihrem Erfolg von etlichen Verlagen abgelehnt wurde, aber weil sie immer wieder dran geblieben ist, verdient sie jetzt Millionen damit und daran.

Wenn du es nie versuchst, wirst du niemals wissen, ob es funktioniert hätte und wirst dich immer fragen „Was wäre wenn?“. Die Meinung anderer kann dir dabei egal sein. Ich weiß, das ist oft leichter gesagt als getan, denn wir wollen ja alle gemocht und akzeptiert werden. Was mir dabei hilft ist, mir bewusst zu machen, dass diese Menschen meistens ihre ganz eigenen Geschichten haben und selber mit ihren eigenen kritischen Stimmen kämpfen oder selber große Angst haben etwas Neues zu wagen. Diese Gedanken der anderen kannst du nicht beeinflussen oder steuern, also versuche es erst gar nicht. Du kannst aber steuern, was DU denkst! Und das ist das Schöne und die wichtige Botschaft, die ich dir heute mitgeben möchte!

Nicht dein Talent, sondern der Glaube und das Vertrauen an dich selbst und in deine Fähigkeiten wird dich zum Erfolg führen.

## GLAUBENSSATZ 6

## ICH KANN DAS NICHT

*“Whether you think you can,  
or you think you can't  
-you're right.”*

— Henry Ford

Als ich anfing, konnte ich das, womit ich dann später 6-stellige Jahresumsätze erzielt habe, auch nicht. Also sagen wir mal so ich konnte semi gut zeichnen, aber auch das war durch jahrelanges Nichtstun eingerostet, denn auch beim Zeichnen macht Übung die Meisterin. Deswegen behaupte ich ja immer „Jeder kann zeichnen“. Vielleicht wird man kein Van Gogh, aber mit ein bisschen Übung kann jeder seine Zeichenkunst verbessern. Und so ist das in vielen Bereichen!

Ich konnte also ein bisschen zeichnen, aber aufgrund meiner Einwanderung aus Australien und meiner Familienplanung war es nicht möglich wie geplant Design zu studieren. Daher hatte ich vor 12 Jahren noch keinen blassen Schimmer, wie man Zeichnungen in digitale Form bringt oder gar ein Muster daraus erstellt. Ich hatte auch kein Geld für teure Grafikprogramme. Was ich aber hatte, war Interesse, Ehrgeiz und Durchhaltevermögen. Ich behaupte mal ganz frech, dass diese Eigenschaften oft genauso wichtig sind wie Talent.

Ich fing also mit einem kostenlosen Grafikprogramm an, brütete nächtelang – während die Kinder schliefen – über englische YouTube-Tutorials und Blogs und brachte mir so peu à peu bei, wie man sie benutzt und brachte mir bei, wie man aus meinen Zeichnungen Grafiken und Muster zu erstellen. Mir kam dabei meine englische Muttersprache und meine Fähigkeit mich schnell in technische Vorgänge einzudenken zugute. Trotzdem habe ich Jahre dafür gebraucht, um an dem Punkt zu sein, an dem ich jetzt bin. Rom wurde aber auch nicht an einem Tag gebaut.

Deshalb mein Appell an dich: Nur weil du JETZT etwas nicht kannst, heißt das nicht, dass das so bleiben muss! Das Schöne ist, du kannst es lernen! Und weißt du, was das noch viel Schönere ist!? Wenn du möchtest, helfe ich dir dabei! Du musst also nicht wie ich damals alleine die Nächte um die Ohren schlagen und dich durch Trials und Errors plagen wie ich es musste.

# UND JETZT DU!

1. Stell dir vor, du gehst jetzt sofort bei Instagram live oder postest etwas über dein Angebot. Huch! Welcher Gedanke kommt sofort zu dir?

2. Hinterfrage nun diesen Satz und überlege, was du konkret unternehmen könntest, um ihn umzukehren. Schreibe den umgekehrten Satz hier als dein Mantra für die nächsten 30 Tage rein und hänge ihn an deinen Arbeitsplatz.



# DEINE ZIELE

## DEINE BUSINESSIDEE

Hast du schon eine Idee für dein Business? Womit wirst du durchstarten? Vielleicht hast du ja schon eine Idee, dann wunderbar! Wenn nicht, lade ich dich ein, mithilfe meines Leitfadens „[Ist deine kreative Geschäftsidee profitabel?](#)“ deine Idee zu finden. Die Checkliste leitet dich durch wichtige Fragen, die dir helfen, deine erfolgreiche Businessidee zu finden.

Wenn du den Leitfaden durchgearbeitet hast, wirst du anhand dieser Erfolgsformel deine ganz eigene, individuelle Businessidee gefunden haben:

**LEIDENSCHAFT + PERSÖNLICHKEIT + BEDÜRFNISSE + FORM + ALLEINSTELLUNGSMERKMAL**

Schreibe deine Idee hier noch mal zur Erinnerung auf:

Lass uns an dieser Stelle noch ein wenig tiefer eintauchen und anhand weiterer Überlegungen überprüfen, wie erfolgversprechend deine Businessidee wirklich ist und deine persönlichen Ziele für die nächsten 30 Tage definieren.

Dazu stelle ich dir gleich zu Beginn mal eine sehr persönliche Frage ....

### MEIN TIPP

Tausche nicht deine Zeit gegen Geld! Für maximale Flexibilität und Freiheit - und damit du deine Angebote automatisiert verkaufen kannst - musst du diese zwei Faktoren entkoppeln. Daher empfehle ich ein Sortiment an digitalen Produkten zu entwickeln, die nicht an deine Arbeitszeit gekoppelt sind!

## WIE DEFINIERST DU ERFOLG?

Erfolg äußert sich ja für jeden anders. Häufig assoziiert man Erfolg nur mit dem, was auf dem Konto zu sehen ist, also den monetären Erfolg, aber Erfolg bedeutet SO VIEL MEHR und kann nicht nur daran gemessen werden, wie viel man verdient. Natürlich zählt das auch eine Rolle, aber nicht die einzige. Manche Menschen fühlen sich erfolgreich, wenn sie gerade mal genug zum Leben haben und dafür selbstbestimmt in Freiheit leben können. Für andere bedeutet Erfolg, wenn sie anderen Menschen mit ihrer Arbeit helfen können und wiederum für andere ist Erfolg, wenn sie sich einen bestimmten Lifestyle leisten können.

Was bedeutet Erfolg für dich? Ist Erfolg für dich Bekanntheit, ein bestimmtes finanzielles Ziel, kreative Erfüllung, einfach nur ein bisschen dazu verdienen, als Frau auf eigenen Beinen stehen, eine weitere Altersvorsorge aufbauen, einen Beruf der mehr Zeit für die Familie zulässt, deine aktuelle Arbeit kündigen und Vollzeit von deiner Selbständigkeit leben können?

Schreibe hier deine Definition von Erfolg auf. Was möchtest du mit deiner kreativen Selbständigkeit erreichen? Wann wäre dein Business für dich ein Erfolg? Falls du Hilfe bei der Beantwortung dieser Frage brauchst, habe ich auf der nächsten Seite ein paar Buchtipps, die mir dabei geholfen haben und die dich dir wärmstens ans Herz legen möchte.

Für mich wäre mein Business erfolgreich, wenn ich Folgendes erreiche:

Und in Zahlen ausgedrückt

Das wäre meine monatliche Wunschsumme die ich mit meinem Business erreichen möchte:

Mein Commitment

So viel Zeit werde ich jede Woche für mein Business investieren:

## BUCHTIPPS FÜR DICH



### THE BIG FIVE FOR LIFE | JOHN STRELECKY

Was möchtest du in deinem Leben erreichen? Und wie geht das im Einklang mit deinem Beruf? John Strelecky geht dieser Frage nach und führt dich einfühlsam und hochgradig motivierend an die Beantwortung dieser Fragen. Ein Buch das mich tief berührt und nachhaltig beeindruckt hat!

[HIER KAUFEN](#)

### THE ONE THING | GARY KELLER

Was ist die EINE Sache die du tun kannst damit dein Leben einfacher wird? Finde den Weg aus der Überforderung in dem du dich auf das Wesentliche konzentrierst. Ein großartiges Buch für deine Zielsetzung und für mehr Fokus im Alltag und im Leben allgemein.

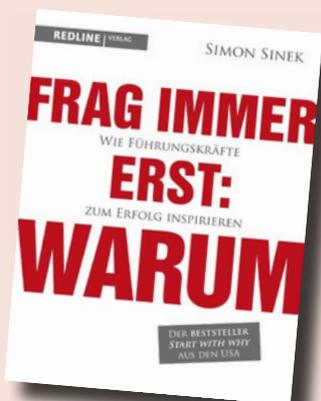
[HIER KAUFEN](#)



### FRAG IMMER ERST: WARUM | SIMON SINEK

Vielleicht kennst du Simon Sinek von seinem berühmten TED Talk zu diesem Thema? In diesem Buch erklärt er nicht nur warum dein Warum so elementar wichtig ist und warum man immer damit starten sollte, sondern zeigt Wege auf wie du dein Warum für dich definieren kannst. Mega!

[HIER KAUFEN](#)



Enthält Affiliate Links

# REALITÄTSCHECK

Jetzt hast du für dich festgelegt, was du mit deinem Business erreichen möchtest und deine monatliche Wunschsumme definiert. Nun machen wir einen kleinen Realitätscheck, um zu sehen, wie bei dir der aktuelle Status Quo ist. Ich möchte, dass du dafür folgende Fragen ehrlich beantwortest. Keine Sorge, diese Antworten sind nur für dich!

Wirst du dein Business nebenberuflich oder hauptberuflich gründen?

Wenn du nebenberuflich angegeben hast, möchtest du irgendwann Vollzeit selbständig sein?

Wieviel Zeit kannst du wöchentlich investieren?

Wie viel brauchst du aktuell zum Leben und wie viel kannst du für dein Business als Investition erübrigen? (Falls du nicht weißt wie du das berechnen sollst, lade [HIER](#) meinem Finanzchecker-Paket herunter).

Welche Anschaffungen benötigst du und was werden sie jeweils kosten? Zähle hier wirklich jedes Detail auf.

# PROFI TIPP

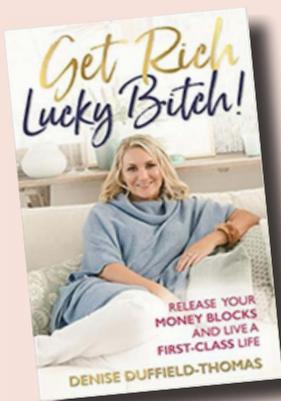
Es ist enorm wichtig, dass du als UnternehmerIn von Anfang an, deine Finanzen im Blick hast, am besten schon ein Jahr im Voraus. So kannst du planen, Löcher erkennen und rechtzeitig reagieren, wenn etwas nicht so läuft wie erhofft. Und du kannst deine Erfolge feiern, weil du sie schwarz auf weiß siehst.

Dein Money Mindset muss als UnternehmerIn auf Erfolg getrimmt werden, d. h. dass du ab sofort eine Liebesbeziehung mit Geld eingehen darfst, ganz unabhängig davon, was du in der Vergangenheit darüber gelernt hast.

Wirf alles über Bord, was du bisher über Geld dachtest und fange an, ganz genau hinzusehen. Ich möchte, dass du ab sofort die komplette Verantwortung für deine Einnahmen und Ausgaben übernimmst und deine Finanzen nicht in andere Hände gibst.

Eröffne diese Woche noch dein eigenes Business Konto und zeige der Welt, aber vor allem dir selber, dass du es ernst meinst. Ich habe hierfür auch wieder einen extrem aufschlussreichen Buch-Tipp für dich!

## BUCHTIPP FÜR DICH



### GET RICH LUCKY BITCH! | DENISE DUFFIELD-THOMAS

Lege deine alten Glaubenssätze bezüglich Geld ad acta. Von wegen Geld ist schmutzig und reiche Leute sind schnöselig und so. Deine Gedanken zu Geld beeinflussen, wie viel Geld du hast! Dieses Buch hilft dir deine finanziellen Blockaden zu finden & aufzulösen, damit du das Leben leben kannst, dass du verdienst.

[HIER KAUFEN](#)

# DEIN BUSINESS PLAN

Moment! Bevor du weiter scrollst, weil du denkst, das betrifft dich nicht, möchte ich dir sagen, doch, das betrifft dich! Denn dein Businessplan ist eines DER wichtigsten Tools deiner angehenden Selbständigkeit ist,

Ja genau: Es ist essenziell, dass du als Unternehmerin alle Zahlen immer im Blick hast, damit du kostendeckend arbeitest und immer genügend Liquiditätsreserve übrig hast. Und das geht eben nur mit einem Plan!

Wenn du kein Gründungsdarlehen oder Kredit bei der Bank beantragen möchtest, reicht der Finanzteil als Gegenüberstellung von Einnahmen und Ausgaben in einer Tabelle. Das kann eine einfache Excel-Tabelle sein oder du nutzt meine Vorlagen aus meinem Kurs.

Auch wenn du dein Business Low-Budget gründest, wirst du Kosten verursachen. Diese ganz genau aufzulisten und sich nicht auf ein vages Gefühl zu verlassen, ist enorm wichtig. Ebenso ist es wichtig für dein Mindset, deine Einnahmen zu tracken und deinen steigenden wirtschaftlichen Erfolg zu dokumentieren und schwarz auf weiß zu sehen.

Trage in deine Tabelle auch zukünftige Einnahmen ein und erstelle worst case, normal case und best case Szenarien. Damit siehst du, was alles möglich sein kann und wie viel du WIRKLICH verdienen musst, damit sich dein Business rechnet. Außerdem wirst du dir die Arbeit der Gegenüberstellung von Einnahmen und Ausgaben am Ende des Jahres zur Steuererklärung ohnehin machen müssen!

## APROPOS STEUER

Ja, wenn du Einnahmen erzielen möchtest, musst du deine selbständige (=gewerbliche) Tätigkeit dem Finanzamt melden und eine Steuernummer beantragen. Um eine Steuernummer auszustellen, benötigt das Finanzamt den Fragebogen zur steuerlichen Erfassung. Diesen kannst du online unter [www.elster.de](http://www.elster.de) ausfüllen und elektronisch an das für dich zuständige Finanzamt senden. Dazu registrierst du dich zunächst bei Elster, loggst dich ein und füllst das entsprechende Onlineformular „Fragebogen zur steuerlichen Erfassung“ aus. Auf Elster erledigst du übrigens auch online deine jährliche Steuererklärung.

Falls du künstlerisch, kreativ, journalistisch tätig bist und deine eigenen Designs oder Dienstleistungen anbietest, reicht es unter Umständen aus, eine freiberufliche Tätigkeit anzumelden. Im Anschluss bekommst du eine Steuernummer und einen Gewerbeschein. Mit diesem Gewerbeschein kannst du dich nun bei Messen, Herstellern und Großhändlern und auf Marktplätzen akkreditieren/registrieren. Disclaimer: ich bin keine Steuerberaterin, deswegen ...

### MEIN TIPP

Ich empfehle eine kostenlose (telefonische) Beratung bei deinem für dich zuständigen Finanzamt. Die Telefonnummern findest du auf der Webseite des jeweiligen Finanzamts.

# DEIN AKTUELLER FOKUS

Jetzt haben wir dein Mindset getuned, deine Businessidee gefunden und die Realität gecheckt. Nun schauen wir uns an, auf was du dich beim Start konzentrieren solltest. Denn wenn du so bist wie die meisten angehenden kreativen Selbständigen, dann weißt du im Augenblick vor lauter To-dos einfach nicht, womit du als Erstes anfangen sollst. Marketingtexte, Produkterstellung, Webseite, Instagram, E-Mails, Newsletter, Pinterest .... waaah! Und der Tag hat nur 24 Stunden. Deswegen gehen wir es der Reihe nach durch und ich sage dir genau womit du anfangen sollst.

Eins vorweg, du fängst NICHT mit der Produkterstellung an. Die Produkterstellung ist eines der letzten Schritte bei deinem Business-Start. Denn monatelang Produkte zu erstellen, von denen du noch nicht weißt, ob sie überhaupt gefragt sind, wäre schlicht und ergreifend Zeitverschwendung!

**“Der erste Schritt ist nicht die Erstellung deiner Produkte!”**

Als allererstes musst du also unbedingt dein Produkt an deiner Community testen und anhand von realen Zahlen sehen, ob es dafür eine Nachfrage gibt. Denn wenn deine Community deine kostenlosen Angebote nicht möchte, werden sie auch deine kostenpflichtigen Angebote nicht kaufen!

„Ja, aber ich habe noch keine Community!“ höre ich dich sagen! Bingo! Das ist es, womit du anfängst.

## **Der erste Schritt ist der Aufbau deiner Community!**

Wie das geht und wie du gleichzeitig deine Produktidee testen kannst, werde ich dir in diesem Leitfaden verraten.

Bist du bereit? Woopwoop na klar bist du bereit!

## **DEIN FOKUS FÜR DIE NÄCHSTEN 30 TAGE**

Deine Produktidee mit einem kostenlosen Probe-Angebot testen und gleichzeitig eine Community an kaufwilligen Interessenten aufbauen.

# DEINE KUNDIN

Bevor du dein verlockendes Angebot erstellen und eine Community aus kaufwilligen Interessenten aufbauen kannst, musst du natürlich wissen, welche Art von Menschen teil deiner Community werden sollen.

WEN möchtest du mit deinem Angebot ansprechen?  
Wen möchtest du erreichen? Wer soll sich angesprochen fühlen?

Je besser du diese Person, deine sogenannte Wunschkundin, beschreiben kannst, desto besser kannst du sie auch mit deinen Angeboten am Ende erreichen. Du kannst Texte schreiben, die sie in ihrer Sprache ansprechen, Farben und Themen wählen, die sie ansprechen und deine Angebote auf sie zuschneiden.

**“Wenn du versuchst, alle anzusprechen sprichst du am Ende KEINEN an.”**

Du kannst und willst unmöglich ALLE ansprechen, sondern eine bestimmte Person. Denn wenn du versuchst, alle anzusprechen, fühlt sich am Ende keiner angesprochen, weil es zu generisch ist.

Aber warum eigentlich WUNSCHKundin? Na, weil du auch was zu sagen hast in der Sache und du dir wünschen darfst, mit wem du zusammen arbeiten möchtest. Du wirst schließlich selbständig, um dir dein Leben nach deinen Vorstellungen zu bauen. Das bedeutet, dass du dir aussuchen darfst, mit wem du gerne zusammen arbeiten möchtest. Mit welcher Art von Mensch kannst du gut und mit welcher gar nicht? Das fließt ebenfalls in deine Überlegungen zum Thema Wunschkundin ein.

Deine Wunschkundin sollte die Person sein, dessen Probleme, Wünsche, Vorlieben und Bedürfnisse zu deinem Angebot, Produkt oder Dienstleistung passen, damit du ihr bei der Lösung oder Wunscherfüllung helfen kannst.

Auf den nächsten Seiten habe ich ein paar Fragen für dich vorbereitet, mit denen du der Vorlieben deiner Wunschkundin näher auf den Grund gehen kannst.

Woher sollst du das alles wissen?

MEIN TIPP: Stell dir am besten eine ganz konkrete Person aus deinem Umfeld vor, dann fällt es dir leichter. Recherchiere auch bei Instagram oder in Foren nach Menschen, die deiner Wunschkundin ähnlich sind und beleuchte, was sie gerne mögen und versuche heraus zu finden, welche Interessen sie haben, welchen Stil sie bevorzugen und mit welchen Themen sie sich beschäftigt. Am Ende wirst du ein ganz klares Bild deiner Wunschkundin haben.

# LERNE DEINE KUNDIN KENNEN

Wie heißt deine Kundin? (Ja wirklich! Gib deiner Kundin einen echten Namen. Damit wird sie gedanklich noch greifbarer für dich!

Identifiziert sich deine Kundin als Frau oder als Mann?

Welches Alter hat deine Kundin?

Wo wohnt sie? In welcher Stadt? Kleinstadt oder Großstadt?

Hat sie Kinder? Hat sie Tiere?

Arbeitet sie selbständig, freiberuflich oder angestellt?

Was ist ihr höchster Bildungsabschluss?

Was sind ihre Interessen, ihre Hobbies? Treibt sie gerne Sport?

Wie möchte sie angesprochen werden? Du oder Sie?

Wie ist ihr Familienstand? Verheiratet? Geschieden? Alleinerziehend?

Wo kauft sie gerne ein? Was sind ihre Lieblingsmarken?

Auf welchen Social-Media-Plattformen bewegt sie sich und wem folgt sie dort?

Welche Bücher oder Zeitschriften liest sie, welche Podcasts hört sie?

Welche sozialen oder politischen Themen lassen ihr Herz höher schlagen?

Was hat sie womöglich für Probleme, Bedürfnisse, Themen? In welchem Bereich braucht sie Hilfe?  
Wo möchte sie sich weiterentwickeln?

Warum hat sie das noch nicht umgesetzt? Welche Hindernisse stehen im Weg?

## EINE LETZTE FRAGE!

Jetzt haben wir viel über deine Wunschkundin gesprochen und was sie ausmacht, aber lass es uns abschließend noch von der anderen Seite mit einer letzten Frage betrachten:

Mit was für eine Art Mensch möchtest du auf gar keinen Fall zusammen arbeiten?

Wir kommen im nächsten Kapitell dann gleich zum Kern: nämlich deinem verlockenden Angebot, deinem Produkttest. Vorher möchte ich, dass du dir noch kurz Gedanken darüber machst, wie deine Marke nach Außen wahrgenommen werden soll.

Welche Werte möchtest du der Welt präsentieren und wie kannst du gleichzeitig visuell ins Auge stechen?

Denn du weißt ja, das Internet ist voll, da ist es wichtig, mit einem klaren Konzept und einem hohen Wiedererkennungswert ins Auge zu fallen.

Je besser du dir darüber im Klaren bist, welche Werte du verkörperst, desto einfacher und klarer wird sich das in deiner ganzen Außenwirkung zeigen.

Im Internet-Jargon nennt man diese Außenwirkung übrigens Branding. Das Branding ist die visuelle und sprachliche Aufbereitung deiner Inhalte als Spiegelbild deiner Markenpersönlichkeit.

Überleg mal, die Leserin hat dich vielleicht über Google oder beim Scrollen zufällig gefunden, sie kennt dich noch nicht und hat noch keine Meinung von dir. Diese wird sie aber in blitzsekundenschnelle – um genau zu sein in 7 Sekunden (Wissenschaftler haben herausgefunden, dass das die maximale Zeit ist, in der eine Entscheidung getroffen wird, meistens sogar noch kürzer) – bilden. Das ist also jetzt deine einmalige Chance, die Leserin von dir zu überzeugen. Sie dazu zu bringen, zu FÜHLEN, dass sie bei dir an dir richtigen Stelle ist und sie zum HANDELN zu überzeugen. Das passiert wie gesagt in den ersten paar Sekunden und völlig unterbewusst.

Zunächst sind also vorrangig die VISUELLEN Reize, also das, was die Leserin sehen kann, das einzige Entscheidungsmerkmal. Das Auge ist schneller als der Kopf!

Du siehst also, wie wichtig ein überzeugender, durchgehend stimmiger Auftritt für deine Marke ist. Ein einheitlicher durchdachtes Branding vermittelt Vertrauenswürdigkeit, Zuverlässigkeit und Professionalität. Außerdem ist es die beste Möglichkeit, deine Persönlichkeit zu zeigen.

Diese Elemente spielen bei deiner Markenidentität eine Rolle:

1. Marken-Namen
2. Logo
3. Farben
4. Schriftarten
5. Textsprache
6. Bildsprache
7. Layout

# DEFINIERE DEINE WERTE

Kreise hier deine wichtigsten Werte ein, die du mit deiner Marke verkörpern möchtest:

Abenteuer Achtsamkeit Agilität Aktivität Aktualität Akzeptanz Altruismus  
Andersartigkeit Anerkennung Anmut Ansehen Anstand Ästhetik  
Aufgeschlossenheit Aufmerksamkeit Ausgeglichenheit Ausgewogenheit  
Authentizität Begeisterung Beharrlichkeit Bescheidenheit Besonnenheit  
Dankbarkeit Demut Disziplin Effektivität Effizienz Ehrlichkeit Empathie  
Entscheidungsfreude Fairness Fleiß Flexibilität Freiheit Freude  
Freundlichkeit Frieden Fröhlichkeit Fürsorglichkeit Geduld Gelassenheit  
Gemütlichkeit Gerechtigkeit Gesundheit Glaubwürdigkeit Großzügigkeit  
Güte Harmonie Herzlichkeit Hilfsbereitschaft Hingabe hoffnungsvoll  
Höflichkeit Humor Idealismus Innovation inspirierend Integrität  
intelligent Interesse Intuition Klugheit konsequent konservativ Kontrolle  
Kreativität Leidenschaft Leichtigkeit Liebenswürdigkeit Loyalität Mitgefühl  
motivierend Mut Nachhaltigkeit Nächstenliebe Neutralität Pflichtgefühl  
Phantasie Pragmatisch Präsenz Präzision  
Professionalität Pünktlichkeit Realismus Redlichkeit Respekt  
Rücksichtnahme Ruhe Sanftmut Sauberkeit Selbstdisziplin  
Selbstvertrauen sensibel Seriosität Sicherheit Solidarität Sorgfalt  
Sparsamkeit Spaß Standfestigkeit Sympathie Tapferkeit Teamgeist Teilen  
Toleranz traditionell Transparenz Treue Tüchtigkeit Unabhängigkeit  
Unbestechlichkeit Verantwortung Verlässlichkeit Vertrauen verzeihen  
Wachsamkeit Weisheit Weitsicht Willenskraft  
Würde Zielstrebigkeit Zuneigung Zuverlässigkeit Zuversicht

# Deine Kreativität ist Gold wert



mit  
Erfolgsdesigner  
rin jolijou

Ich habe mit Online-Produkten & Onlinekursen über 1 Million Euro Umsatz generiert – und jetzt zeige ich dir, wie auch du mit deiner Kreativität online Geld verdienen kannst.

Egal, ob du Anleitungen, digitale Produkte oder kreative Onlinekurse erstellen willst – mit CREATE bekommst du den Fahrplan, der funktioniert.



CREATE ist dein Schritt-für-Schritt-System, um dein kreatives Wissen sichtbar zu machen – als digitales Produkt oder Onlinekurs, den du mit Leichtigkeit verkaufen kannst.

## So bringt dich CREATE Schritt für Schritt zum ersten Verkauf:



### 1 BESTSELLER-IDEE FINDEN

Finde heraus, welche deiner Ideen wirklich Potenzial hat – und was sich am Markt verkauft.



### 2 ANGEBOT AUFBAUEN

Entwickle ein Produkt, das zu dir passt – und deine Zielgruppe begeistert.



### 3 ANGEBOT ERSTELLEN

Setze deine Idee in Canva & Co. professionell um – mit klaren Vorlagen und Designhilfen.



### 4 ANGEBOT VERKAUFEN

Lerne, wie du dein Produkt sichtbar machst und deine ersten Verkäufe erzielst.

# DEINE IDEE TESTEN

Bisher hast du deine Produktidee entwickelt, hast dir überlegt, mit wem du zusammenarbeiten möchtest und wie du deine Message nach außen transponieren wirst.

Nun geht es darum, deine Produktidee zu testen und zu sehen, wie hoch die Nachfrage wirklich sein wird und – was fast noch viel wichtiger ist – um den Aufbau einer Community an treuen Fans, die dich toll finden! Denn selbst wenn sie dein ursprüngliches Produkt nicht gleich kaufen, kaufen sie vielleicht später oder sie kaufen später ein anderes Produkt von dir.

Wie kannst du also eine Community aufbauen?

Ganz einfach: mit einem Geschenk! Ja genau, es ist eigentlich so simpel. Biete Menschen, die zu dir finden (und wir kommen noch dazu, wie Menschen schneller zu dir finden) eine kleine Kostprobe deiner Arbeit an, ein kleines kostenloses Geschenk, das du ihnen im Austausch für ihre E-Mail-Adresse schickst.

Dieses Geschenk – das sogenannte Freebie – kann verschiedene Formen haben. Da darfst du ganz kreativ sein und ich werde dir gleich ein paar verschiedene Möglichkeiten aufzeigen, damit du direkt loslegen kannst.

Der erste Vorteil dieser Methode ist, dass du schon anhand der Nachfrage für diese Kostprobe sehen kannst, ob für dein Angebot eine Nachfrage herrscht. Das heißt, dass deine Kostprobe natürlich auch zwingend mit deinem Kaufangebot zusammenhängen sollte.

Der zweite Vorteil dieser Methode ist, dass du durch das Sammeln von E-Mail-Adressen stetig eine Community an Abonnenten aufbaust: deine E-Mail-Liste. Und diese Liste ist später GOLD wert!

Glaube mir, und das ist der Fehler, den ich am meisten in meinem Business bereue, und zwar dass ich nicht schon von Anfang an angefangen habe, meine E-Mail-Liste mit Abonnenten zu füllen. Viel zu lange habe ich das Thema E-Mail-Marketing beiseite geschoben und gedacht „Ach wer liest denn schon Newsletter?“.

Ich muss zu meiner Ehrenrettung allerdings sagen, damals waren die Zeiten auch noch anders und man wusste noch nicht so viel wie heute, nämlich, dass eine E-Mail-Liste für viele Unternehmen sogar die Einnahmequelle Nummer 1 ist!

Einnahmequelle Nummer 1, die E-Mail-Liste?

Ja, genau, du hast richtig gehört! Laut einer Studie von McKinsey and Company aus dem Jahr 2014 bekommst du für jeden Dollar, den du in E-Mail-Marketing investierst, vierzig Dollar mehr zurück als über Facebook, Instagram und fast jeden anderen Marketingkanal.

Vierzimal mehr! Das ist wirklich ein saftiges Return-On-Investment! Und das für 0 € Einsatz! Überleg mal!

Warum ist das so? Weil keiner nach dem ersten Date heiratet. Sprich: Keiner wird deine Produkte kaufen, wenn er dich nicht kennt. Das Internet ist so anonym, da will man sich erst mal kennenlernen und sehen, ob es auch seriös ist und ob der Mensch hält, was er verspricht. Er muss dir also erst VERTRAUEN, bevor er bei dir kauft. Und das E-Mail-Postfach deiner (potenziellen) KundIn ist der perfekte Ort, um Vertrauen aufzubauen.

**“Keiner  
heiratet nach  
dem ersten  
Date!”**

Das ist also quasi wirklich jetzt ein No-Brainer und DER Grund, warum du HEUTE noch anfangen MUSST, Abonnenten zu gewinnen. Auch, wenn du noch nichts zu verkaufen hast.

Wichtig dabei ist, dass dich das Angebot nichts kostet (außer natürlich die Zeit der einmaligen Erstellung), nicht zu aufwändig ist und einen echten Mehrwert für den Leser hat.

Denk dran, es ist ein Produkt-Test und sollte daher wirtschaftlich neutral sein, und nicht zu viel Aufwand machen, damit du nicht unnötig Geld und Zeit verschwendest.

## DER WEG VON DER IDEE ZUM BUSINESS

1. Business-Idee mit einem Probe-Angebot testen & Community aufbauen
2. Vertrauen der Community durch regelmäßigen wertvollen Content stärken & weiter aufbauen
3. Community kennenlernen, Interesse & Neugier wecken
4. Produkte, die deine Community haben will an deine Community verkaufen

Du ahnst es vielleicht schon, der Overnight-Erfolg ist auch im Online-Business nicht möglich.

ABER: das Schöne ist, all diese Dinge kosten dich wenig bis gar nichts an Anfangs-Investitionen – nur deine Zeit. Natürlich ist Zeit auch eine wertvolle Ressource, aber wenn du deine Zeit gut einteilst und dir Zeit bewusst dafür einräumst – und zwar für das stetige Verfolgen deines Traums – dann werden sich früher oder später die Früchte deines Erfolgs zeigen. Das verspreche ich dir!

# IDEEN FÜR DEIN FREEBIE

Ein Freebie wird im Marketing-Jargon Lead Magnet genannt, weil es wie ein Magnet wirkt, der „Leads“ (ein potenzieller Interessent, der seine Kontaktinformationen angibt ist ein Lead) magnetisch in deine E-Mail-Liste zieht.

Es gibt viele verschiedene Namen für einen Lead Magneten. Du kennst den Begriff besser unter Freebie. Ein Freebie oder ein Leadmagnet ist ein wertvoller Inhalt, den du deiner Zielgruppe im Tausch gegen ihre E-Mail-Adresse schenkst.

Ein erfolgreiches Freebie bringt deine Wunschkundin dazu, sich mit deiner Marke auseinanderzusetzen und ist die Möglichkeit, dass dein Interessent dich besser kennenlernt und du das Interesse für dein Kaufprodukt testen kannst. Außerdem wärmt ein Freebie deine Zielgruppe für zukünftige Verkäufe auf.

Du möchtest, dass deine ideale Wunschkundin Folgendes sagt, wenn sie dein Freebie erhält: „Wow! Ich kann nicht glauben, dass das kostenlos ist. Es ist so unglaublich wertvoll. Wenn das umsonst ist, dann weiß ich ja, dass das bezahlte Zeug noch besser sein wird.“

Auch wenn du noch nichts verkaufen willst, kann dein Freebie den Motor für zukünftige Verkäufe anheizen. Deshalb solltest du frühzeitig mit dem Aufbau deiner E-Mail-Liste beginnen. Aber das sagte ich ja schon!

## WAS MACHT EIN GUTES FREEBIE AUS?

Ein unwiderstehliches Freebie beschäftigt sich mit einem Problem deiner Wunschkundin. Bevor ich näher darauf eingehe, wie man einen unwiderstehliches Freebie erstellt, möchte ich dich kurz aufmuntern.

Die Erstellung deines Freebies kostet ein bisschen Zeit, ist aber enorm wichtig. Wir kommen noch dazu, wie du Aufmerksamkeit und Sichtbarkeit für dein Freebie bekommst, aber dein Freebie ist das, was aus einem Zuschauer eine E-Mail-Abonnentin macht und deine Beziehung zu ihr noch weiter stärkt.

Wie du selber bestimmt weißt, ist es eine große Sache, deinen Namen und deine E-Mail-Adresse preiszugeben. Jemand, der dir seine Daten gibt, hebt die Hand und sagt: „Ich will mitmachen, ich will mehr. Ich möchte von dir hören.“ Deshalb möchte ich, dass du dich an die Arbeit machst und dein Freebie schnell erstellst. Ok? Cool!

Eines möchte ich noch mal verdeutlichen: Wenn jemand auf deine Website, auf deinen Instagram-Kanal etc. kommt, ist er in 99 % der Fälle noch nicht bereit, etwas zu kaufen. Stattdessen sucht deine Wunschkundin nach einer Lösung für ein unmittelbares Problem oder einen Wunsch. Deswegen ist es sinnvoll das Gespräch dort zu beginnen, wo er oder sie sich gerade befindet.

Betrachte dein Freebie also als Einstieg in ein längeres Gespräch. Es ist für dich die Möglichkeit, einen ersten Eindruck zu hinterlassen und das Kennen, Mögen und Vertrauen, das in jeder Beziehung so wichtig ist, zu stärken.

Bevor deine Wunschkundin von dir kauft, muss sie das Gefühl haben, dass sie dich kennt. Sie muss gerne von dir lernen und sie muss darauf vertrauen, dass du die Lösungen hast, die sie haben will und braucht. Ein wirklich gutes Freebie kann diese Art von Beziehung in Gang bringen.

## WIE FINDEST DU EIN THEMA FÜR DEIN FREEBIE?

Dabei möchte ich dir heute helfen und dir drei Fragen mitgeben, die du dir stellen kannst:

1. Was sind die drei Fragen, die mir meine Freunde ständig stellen? Womit soll ich immer helfen?

2. Was sind die größten Probleme oder Wünsche meiner Wunschkundin? Was braucht sie, womit hat sie zu kämpfen?

3. Welche Inhalte wären so wertvoll, dass mein Leserin sagen würde, "Ich kann nicht glauben, dass das kostenlos ist"?

Das Thema für dein Freebie zu finden, kann sich anfangs etwas schwierig anfühlen. Um dir zu helfen, ein wenig tiefer zu graben, beantworte diese eine Frage:

Wo kann ich das Gespräch beginnen und gleichzeitig einen großen Mehrwert schaffen?

Konkret: Bei welchem kleinen, aber wichtigen Schritt kannst du deiner Wunschkundin helfen um sie dazu zu bewegen, in Zukunft bei dir zu kaufen.

Wenn du z. B. vorhast, einen digitalen Kurs zu verkaufen, welche kleine Handlung kann deinem Avatar jetzt helfen, die ihn dazu bringen wird, mit deiner Hilfe tiefer in die Materie einzutauchen, um die gewünschten Ergebnisse zu erzielen?

Jetzt ist ein guter Zeitpunkt, um über das Endziel zu sprechen. Genau jetzt, in dieser Minute, bist du vielleicht noch nicht bereit, etwas zu verkaufen. Das ist in Ordnung.

Andererseits weißt du vielleicht jetzt schon, dass du möglichst bald einen digitalen Kurs, ein digitales Produkt oder eine Dienstleistung verkaufen willst.

Egal, wo du gerade stehst, überlege dir, was du jetzt verkaufst oder in Zukunft verkaufen willst. Dann stelle dir diese eine goldene Frage:

Was muss meine Wunschkundin verstehen, wissen oder glauben, um mein Programm, Produkt oder meine Dienstleistung zu wollen oder zu brauchen?

KEEP IT SIMPLE! Mach aber bitte keine Wissenschaft aus deinem Freebie! Geh mit deiner Idee raus und teste, teste, teste!! Better done than perfect und du kannst immer optimieren und dein Freebie-Angebot anpassen und verändern.

Gib einfach dein Bestes, um einige fundierte Vermutungen anzustellen und fang einfach an. Teste und probiere aus, bis du etwas findest, das richtig gut funktioniert.

Wenn du dein Freebie erstellst, solltest du es einfach halten und etwas erstellen, das für deine Zielgruppe einfach zu verstehen ist.

KEEP IT SHORT! Ein 40-seitiges E-Book, egal wie gut es ist, wird für jemanden, der sehr beschäftigt ist und schnell eine Lösung sucht, eher abschreckend als hilfreich sein. Es geht bei einem Freebie um eine schnelle Lösung! Deine Zielgruppe will einen schnellen Erfolg. Sie erwarten von dir, dass du ihnen hilfst. Du willst etwas anbieten, das leicht zu verstehen, schnell zu konsumieren ist und einen sofortigen Nutzen bringt.

Denk an Checklisten, Spickzettel, kurze Anleitungen, hochwertige Listen mit Tipps (Geheimnisse, Erkenntnisse oder Empfehlungen).

Mach dein Freebie nicht zu kompliziert. Spar dir das super duper aufwändige Webinar oder die unglaublich wertvolle dreiteilige Videoserie für später auf. Für jetzt solltest du es wirklich einfach halten.

Sobald du dein Freebie erstellt hast, solltest du es überall platzieren, auf deiner Webseite, in deinem Instagram-Profil etc... dazu kommen wir in den nächsten Kapiteln. Du willst ihn auf jeden Fall auf verschiedene Arten im Internet verlinken und ihn überall in Gespräche einbinden.

Um dein Freebie in die Welt zu bringen, musst du zuerst eine Landingpage – eine sogenannte Opt-in-Seite – einrichten und sie mit deinem E-Mail-Anbieter integrieren. Das werde ich dir im nächsten Kapitel zeigen. Zunächst möchte ich dir noch einige Ideen für dein Freebie mitgeben.

## WELCHE FORMEN KANN EIN FREEBIE HABEN?

### FREE PRINTABLE

Ein einseitiges, ausdrucksfähiges PDF. Das kann zum Beispiel ein Poster sein, ein Ausmalbild oder ein nützliches Dokument wie ein Kalenderblatt, Einkaufsliste oder eine nützliche Info-Seite sein.

Beispiel: Tourenbuch-Seite mit verschiedenen Kästchen zum Ausfüllen. Der Kunde kann das PDF ausdrucken und seine Bergtouren eintragen. So bekommt er einen echten Mehrwert.

### LEITFADEN

Helfe deiner Wunschkundin von Punkt A nach Punkt B zu kommen. Zeige ihr die genauen Schritte, die sie gehen muss, um eine Lösung zu einem Problem zu erhalten.

Beispiel: In 5 Schritten zum perfekten Familienfoto

### LISTE

Eine Liste an hilfreichen Tools, Programmen, Werkzeugen, die du für etwas verwendest.

Beispiel: Meine Lieblings-Materialien zum Nähen

### ANLEITUNG

Eine Mini-Anleitung in Form eines PDF Dokuments mit einer genauen Beschreibung wie etwas hergestellt wird.

Beispiel: Rezept für einen gesunden Smoothie

## CHECKLISTE

Wertvolle Tipps, die deiner Kundin weiterhelfen und die sie bei einem bestimmten Vorgang beachten sollte.

Beispiel: Beachte diese 5 Dinge bei der Auswahl deiner Häkelwolle.

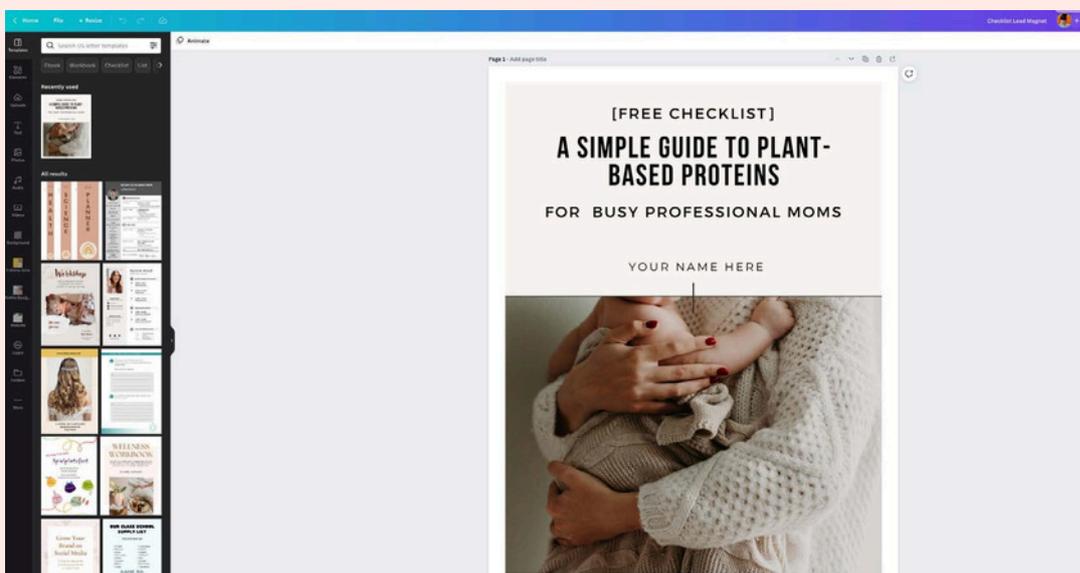
## WORKSHEET

Lade deine Kundin ein, ein Thema gedanklich zu vertiefen, in dem du ihr ein ausfüllbares PDF an die Hand gibst, in der sie ihre Gedanken eintragen kann.

Beispiel: Erarbeite deine Vision für deine nächste Reise

## TOOLTIP

Mit der kostenlosen App [Canva](#) kannst du ohne technische Vorkenntnisse dein Freebie erstellen!



## RECHTS TIPP

So setzt du ein Newsletter Freebie rechtssicher um:

Die Einwilligung zum Erhalt deines Freebies und deines Newsletters muss nach geltendem Recht, DSGVO-konform eindeutig vom Nutzer eingeholt werden. Und so gehst du vor:

1. Die Einwilligung muss freiwillig erfolgen (Hinweis vor dem Absenden einfügen)
2. Der Nutzer muss klar erkennen können, wem genau er die Einwilligung erteilt
3. Die Einwilligung zum Versenden von E-Mails muss per Double-Opt-in bestätigt werden
4. Die Einwilligung muss nachweisbar sein (d. h. dein E-Mail-Service-Provider sollte eine Kopie bewahren) Disclaimer: ich bin keine Rechtsanwältin und empfehle dir bei **erecht24** (<- klick) weiterzulesen.

## EMAIL-SERIE

Sende deiner Kundin über mehrere Tage täglich eine E-Mail mit wertvollen Tipps zu einem Thema.

Beispiel: Mini Malkurs als Video-Lektion oder 5-tägige Challenge

## MINIKURS

Erstelle eine kurze Video-Lektion, in der du über ein Thema sprichst, das deiner Kundin weiterhelfen wird.

Beispiel: Video-Training: Die 5 häufigsten Fehler beim Gestalten deines Outfits

## RABATTE/GUTSCHEINE

Schenke deiner Kundin einen kleinen Rabatt oder einen Gutschein-Code für den Einkauf bei dir (falls du schon Produkte hast)

Beispiel: 10 % Willkommens-Gutschein

## VORLAGEN/TEMPLATES

Erstelle Vorlagen, die deine Kundin benutzen könnte und für sie eine Zeitersparnis bedeuten.

Beispiel: Lightroom Foto Filter für schöne Porträts

## Vorschaugrafik

Übrigens: Bei [Canva](https://www.canva.com) kannst du dann auch solche tollen Vorschaugrafiken für Social Media / Webseite etc. deines Freebies erstellen! Wirklich ein super tolles Programm.



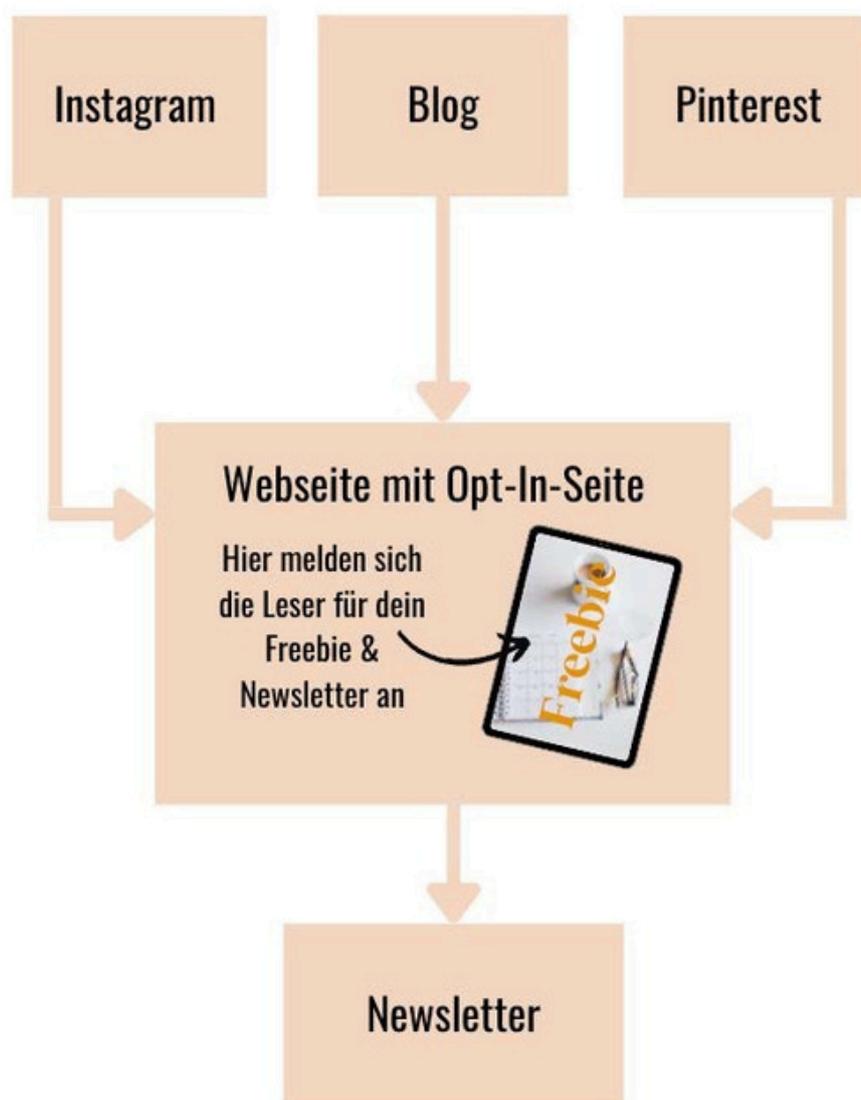
# DEINE MARKETING STRATEGIE

Nachdem Erstellen deines Freebies geht es darum, Menschen zu finden, für die dein Freebie von Interesse sein könnte. Aber wo findest du sie? Hier hilft es, wenn du deine Wunschkundin gut kennst (siehe das Kapitel „Deine Kundin“).

Du solltest wissen, auf welcher Plattform sie sich informiert, wo sie für Inspirationen scrollt und wo sie Fragen stellt.

Für ein kreatives Online-Business hat sich folgende Marketing-Strategie bewährt:

## MARKETING FÜR KREATIVE



Das übergeordnete Ziel ist es, deine E-Mail-Liste zu füllen. Das haben wir ja schon gelernt. Ich frische noch mal kurz auf: Deine E-Mail-Liste ist deswegen so wichtig, weil sich dort Menschen befinden, die bereits Interesse an deinem Angebot bekundet haben und dir ihre E-Mail-Adresse gegeben haben. Es reicht nicht alleine Aufmerksamkeit bei Instagram zu bekommen, du musst eine Möglichkeit finden, länger mit den Menschen in Kontakt zu bleiben. Und das bietet dir eben ein Newsletter. Mit interessanten Newslettern hast du die Möglichkeit, das Vertrauen zu deiner Leserin weiter aufzubauen, damit sie irgendwann bereit ist bei dir zu kaufen.

Das nennt man E-Mail-Marketing.

Wie bekommst du die Menschen in deine Liste? Mit einem Freebie, das haben wir schon gelernt. Das Freebie erhalten deine Leser, wenn sie ihre E-Mail-Adresse in ein Formular auf einer Landingpage auf deiner Webseite eingeben. Diese Landingpage heißt Opt-In-Seite.

Um Menschen auf deine Opt-In-Seite zu lenken, nutzt du drei verschiedene Kanäle:

- **BLOG**
- **PINTEREST**
- **INSTAGRAM**

Es hat sich gezeigt, dass diese drei Plattformen (+ YouTube, aber das ist für Fortgeschrittene, weil ziemlich aufwändig) ideal sind, um ein kreatives Online-Business zu bewerben. Warum ausgerechnet diese drei? Das sehen wir uns jetzt an.

## BLOG

Der Blog gilt hier quasi als deine Base. Hier hast du die Möglichkeit durch interessante Themen Menschen, die über Suchmaschinen nach Lösungen suchen zu erreichen. Wenn jemand einen Suchbegriff bei einer Suchmaschine eintippt, bedeutet das, dass er bereits ein Bewusstsein für ein Problem hat. Er ist also auf der Suche nach einer Lösung. Das ist eine ganz andere Grundvoraussetzung wie für jemand, der einfach gelangweilt bei Instagram auf der Suche nach Entertainment ist. Du erreichst also hier Menschen, die näher dran sind, etwas zu kaufen. Du musst sie viel weniger von einem eventuellen Bedürfnis überzeugen. Du musst sie nur noch davon überzeugen, dass du der richtige Mensch bist für die Lösung ihres Problems und dafür bietet dir ein Blog die absolut beste Möglichkeit.

Wenn du deine Blog-Beiträge dann auch noch für bestimmte Suchbegriffe optimierst, kannst du selber beeinflussen, wie gut deine Beiträge gefunden werden. Natürlich ist das Schreiben eines Blog-Artikels mit etwas Arbeit verbunden, aber damit ist auch schon die meiste Arbeit erledigt, denn du kannst diese Inhalte wiederum nutzen und durch sogenanntes Content-Recycling auch noch auf andere Art und Weise auf Pinterest, Instagram und in deinem Newsletter veröffentlichen und so von deiner Arbeit mehrfach profitieren. Der zweite Vorteil eines Blogs ist, dass deine Blog-Artikel eine viiiiel längerer Halbwertszeit haben als bei Facebook oder Instagram.

Meistens werden deine Beiträge maximal 24 Stunden auf diesen Plattformen gezeigt, bevor sie im Nirwana verschwinden und andere Beiträge bevorzugt gezeigt werden. Deinen Blog-Beiträgen kann das nicht passieren, denn sie sind sozusagen evergreen. Ein Blog-Beitrag, der wirklich wertvoll ist und bei Suchmaschinen gut gerankt ist, kann selbst 10 Jahre später noch für dich arbeiten und dir neue Leserinnen bringen!

Mein Tipp an dich: Nutze deinen Blog als Base für deinen Marketing-Mix. Ziehe Kunden durch SEO, Pinterest und Instagram auf deine Webseite und hole sie so in deine E-Mail-Liste wo du sie dann durch interessante Newsletter weiter von dir begeisterst.

### PINTEREST

Pinterest ist nichts anderes als eine Suchmaschine. Dort suchen vermehrt kreative, stylische und modebewusste Menschen nach Inspirationen. Das ist also DER Ort, an dem du mit deinem kreativen Business auftauchen musst.

Und so gehst du vor: Erstelle zu deinen Blogposts oder zu deinem Freebie mehrere spannende Pinterest-Grafiken, die ansprechend sind und ins Auge stechen und pinne sie verteilt über mehrere Tage an eine Pinnwand in deinem eigenen Pinterest-Profil. Natürlich mit einem Link zu deiner Webseite.

### INSTAGRAM

Bei Instagram erreichst du Menschen, die auf der Suche nach Entertainment sind, deswegen ist die Herangehensweise hier etwas anders. Du musst es irgendwie schaffen, sie beim gelangweilten Scrollen zu catchen. Das funktioniert gut mit Videos, Reels oder Carousel-Posts, die zum Nachdenken anregen oder ein Problem deiner Wunschkundin anreißen.

Mein Tipp: Überlege dir, wie du auf kreative Art und Weise auf deine Blogartikel oder auf dein Freebie aufmerksam machen kannst, ohne zu viel zu verraten. z. B. einen Tipp aus deinem Freebie/ Blogartikel aufgreifen und kurz zu diesem einen Punkt etwas erzählen.

### YOUTUBE

YouTube ist die größte Suchmaschine, wusstest du das? Menschen lieben es, auf der Suche nach Lösungen Videos dazu anzusehen. Deswegen: Wenn du dich traust und irgendwie die Möglichkeit hast, Videos zu produzieren, dann go for it.

Hier gelten die gleichen Tipps wie für die anderen Kanäle: Liefere wertvollen Content, der neugierig macht, auf mehr und verweise in der Video-Beschreibung auf dein Freebie.

## DER FUNNEL

Der „Funnel“ (dt. Trichter) bezeichnet im Online-Marketing den Prozess, in dem jemand mit Interesse an einem Produkt zum Kunden wird. Der User durchläuft dabei verschiedene Touchpoints, bis er am Ende des Funnels zum Käufer „konvertiert“.

Während des Prozesses kann es passieren, dass der Interessent abspringt und keine abschließende Conversion stattfindet. Ein in effektives Onlinemarketing versucht, dieses Risiko zu minimieren, sodass möglichst viele Interessenten zu Kunden werden.



Dein Ziel ist es also Menschen in deinen Funnel zu holen, indem du über Social Media auf dich aufmerksam machst und sie mit einem Freebie in deine E-Mail-Liste holst. Der Verkauf deines Produkts findet dann durch Newsletter und E-Mails in deiner E-Mail-Liste statt.

## WAS BRAUCHST DU FÜR DEINEN FUNNEL?

1. Eine Webseite mit Landing-Page (damit sich deine Leser zum Newsletter anmelden können) Einen
2. Contentplan (was wirst du wo wann posten?)
3. Einen Ort an dem du dein Freebie speicherst = deine Webseite
4. Einen E-Mail-Service-Provider
5. Eine E-Mail-Willkommens-Sequenz

Und das schauen wir uns in den nächsten Kapiteln an.

Am Ende erhältst du übrigens einen coolen Zeitplan, wie du deine nächsten 30 Tage einplanen kannst, damit du auch wirklich in die Umsetzung kommst und dich nicht verzettelst.

Ready? Ready!

# DEINE WEBSEITE

Hast du gewusst, dass eine eigene Webseite selbst in Zeiten von Instagram der Kundenmagnet Nr. 1 ist? Es klingt vielleicht verrückt, weil dir überall gesagt wird, dass du mit Instagram super easy online erfolgreich sein kannst, aber die Wahrheit ist, dass Instagram zwar cool ist, um eine Community aufzubauen, und daher super wichtig, aber absolut nicht cool als verlässliche Basis für ein ernstzunehmendes Business. Die Follower auf Instagram oder Facebook gehören dir nicht, du bist von Algorithmen abhängig und kannst nicht über Suchmaschinen gefunden werden. Das heißt, du könntest das alles von heute auf morgen wieder verlieren und dein Business wäre erloschen.

Mit einer eigenen Webseite kann dir das nicht passieren. Sie gehört dir! Eine eigene Webseite macht dich frei und unabhängig und wenn du es richtig angehst, wird sie Tag und Nacht selbständig - als deine beste Verkäuferin - für dich arbeiten während du die Dinge tust, die du am liebsten tust.

Als CEO deines kleinen Unternehmens ist es essenziell, dass sich deine individuelle Persönlichkeit, deine einzigartige Botschaft, deine Geschichte, deine Werte und Ziele in allen Elementen deiner Webseite widerspiegeln und deswegen rate ich dazu, dass du sie selber gestaltest. Das wird ein Webdesigner niemals so für dich hinbekommen, weil er deine Seiten nur gestaltet und nicht mit Inhalten füllt. Ein Webdesigner ist kein Marketing-Experte und schon gleich kein Experte auf deinem Gebiet. Das heißt du musst ihm alle Texte, jedes Bild, jedes kleinste Detail liefern. Du hast aber nicht die Zeit und das Geld dem Webdesigner alles Haarklein zu vermitteln in der Hoffnung, dass er es genau so umsetzt wie du es meinst. Zumal du es dieser Zeit auch dreimal selber schaffen könntest. Ich finde es außerdem VIEEEL einfacher, Texte direkt in meine Webseite - also im Context des Ganzen - als auf einem Word-Dokument reinzuschreiben. Zudem müsste ich ja dann bei jeder kleinen Wort-Änderung wieder den teuren Webdesigner engagieren. Nee also wirklich nicht! Ich möchte flexibel bleiben. Selbst ist die Frau!

Ich rate dir daher wirklich, dich nicht aus Angst vor der Technik, davor zu drücken und lass dich bitte auch nicht von vermeintlich günstigen Webseiten-Paketen und Software-Lösungen locken, denn diese sind meistens nur am Anfang kostenlos und werden dann schnell sehr teuer UND sie halten oft nicht das, was sie versprechen. Glaube mir, ich habe da selber schon sooo viel Zeit und Geld verpufft, weil ich mich von einem schicken Theme habe blenden lassen, dass aber dann im Einsatz nichts mehr mit der Vorschau zu tun hatte! Es hat mich dann etliche Tage gekostet, es dann doch noch hinzubekommen, meistens mit der Hilfe aus irgendwelchen Foren, die mir dann empfohlen haben, selber Programmiersprache in den Webseiten-Code einzugeben. WHAT!! Das war dann der Moment, wo ich meistens das Handtuch geworfen habe.

Soo frustrierend, das sage ich dir!!

Die einzige Möglichkeit dauerhaft kostenlos und wirklich autark und unabhängig zu bleiben ist, mit einer selbst gehosteten Wordpress-Seite zu arbeiten und den absolut besten Page-Builder, den es meiner Meinung nach auf dem Markt gibt, zu verwenden, nämlich [Elementor Pro](#).

# WEBSEITE GESTALTEN

Deine Aufgabe ist es nun, deine Webseite so zu gestalten, dass sie mit deiner Markenidentität übereinstimmt und den Leser zum Eintragen in deine E-Mail-Liste einlädt. Für den Anfang reichen diese Seiten:

1. Startseite
2. About-Seite
3. Opt-In-Seite
4. Impressum
5. Datenschutz

Ich empfehle ja direkt einen Blog mit einzubauen, aber du kannst ihn auch später hinzufügen und je nach Bedarf auch noch einen Shop oder eine Produkt-Seite einbauen.

Ich plädiere ja für eine selbst gehostete Wordpress-Webseite und da kann ich dir viele hilfreiche Tipps geben, bei anderen Plattformen kenne ich mich leider nicht aus. Warum Wordpress? Wordpress ist dauerhaft kostenlos und es gibt unzählige verschiedene – oft kostenlose – Erweiterungen, mit denen du deine Seite individuell gestalten kannst.

## WAS MACHT EINE GUTE WEBSEITE AUS?

Hier meine ultimativen Tipps:

- Sie lädt schnell
- Überzeugt "above the fold"
- Sie ist mobilfreundlich
- Sie ist nicht nur schön, sondern auch funktional
- Sie hat eine klare Navigation
- Sie hat eine klare Call-To-Action

Denk dran, der Leser, der zu dir kommt, kennt dich vermutlich nicht, d.h. du musst ihn auf Anhieb abholen und mit überzeugenden Texten und einer ansprechenden Bildsprache einladen weiter bei dir zu lesen.

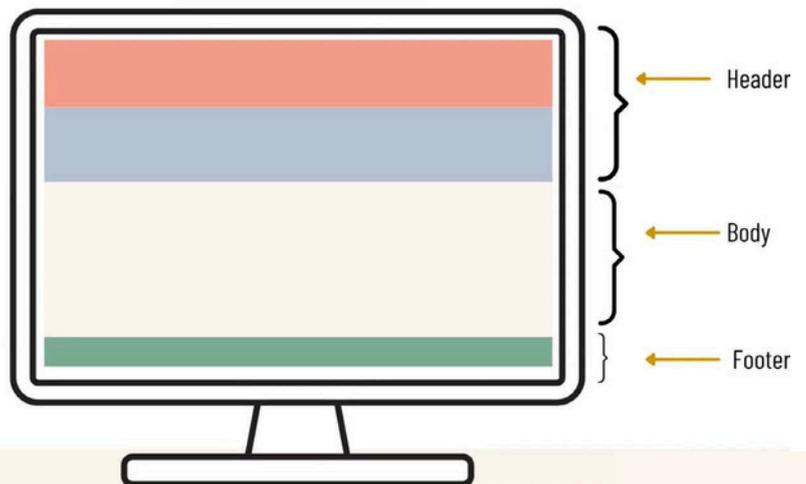
90 % der Leser verlassen eine Webseite innerhalb der ersten 5 Sekunden! Das heißt, du hast maximal 5 Sekunden Zeit den Leser zu überzeugen. Nutze sie weise!

Stell dir deine Webseite wie eine geführte Tour vor. Du bist der Tourguide und leitest den Leser im Idealfall dort hin, wo er landen soll. Je intuitiver und klarer der Weg dabei ist, desto mehr Menschen werden ihn auch gehen. Logisch!

## AUFBAU EINER WEBSEITE

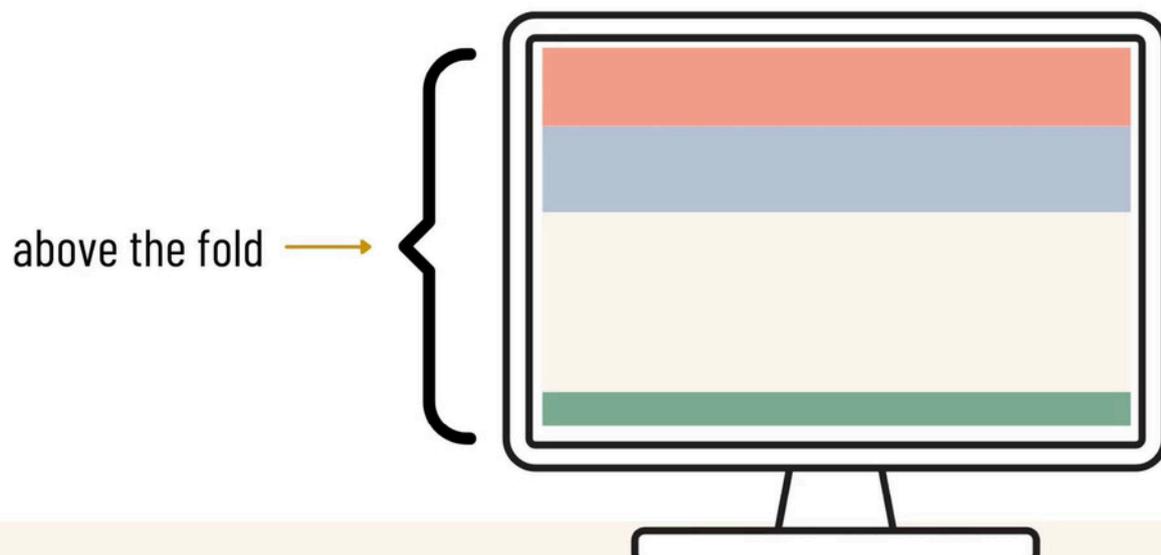
Schauen wir uns aber zunächst einmal den Aufbau einer Webseite an. Ganz grundsätzlich gesehen, ist eine Webseite in drei Bereiche gegliedert. Oben der Header, in der Mitte der Body, also der Körper und unten der Footer.

Der Header-Bereich gliedert sich wiederum in drei Teile: Logo-Bereich, Navigation, wobei die Navigation auch neben dem Logo sein kann, und als Drittes das Banner oder Slider. Darunter kommt dann der Inhalt deiner Seite und als letztes der Footer ganz unten. Im Footer-Bereich stehen dann meistens Verlinkungen zu deinen wichtigen Seiten wie Impressum & Datenschutzerklärung. Diese müssen nämlich von allen Seiten aus zugänglich sein.



Der allerwichtigste Bereich, deiner Webseite ist der Bereich, der beim Öffnen deiner Seite auf Anhieb ohne zu scrollen zu sehen ist. Diesen Bereich nennt man in der Fachsprache "above the fold". Dieser Begriff ist ursprünglich aus dem Druckwesen und beschreibt den Bereich oberhalb der geknickten Falzlinie einer Zeitung.

Es gilt also wichtige Elemente oder die Botschaft, die du „auf den ersten Blick“ vermitteln möchtest, hier sichtbar unterzubringen. Ein gutes Design kann so den Nutzer zur weiteren Interaktion mit der Webseite bringen und die Verweildauer erhöhen und die Absprungraten verringern.



# DEINE WEBSEITEN CHECKLISTE

## Startseite

- Leserin erfährt, worum es auf der Webseite geht
- Leserin erfährt, was sie hier machen kann bzw. ob es relevant für sie ist
- Leserin erfährt, ob ihr hier geholfen werden kann/ob sie hier findet, was sie braucht

## About Seite

- Nicht über dich sondern über deine Wunschkundin
- Zeigt deine Persönlichkeit durch Text, Bildsprache/Videos
- Headline/Wertversprechen
- Deine Mission
- Deine Eigenschaften
- Deine Geschichte
- Referenzen/Empfehlungen
- Call-To-Action (Handlungsaufforderung): Button zu deiner Opt-In Seite

## Opt-In-Seite

- Konzentriert sich nur auf ein Ziel
- Spricht die Sprache deiner Wunschkundin
- Überzeugt mit einer klaren Headline
- Ist mit deinem Email-Service-Provider verbunden

## Blog

- Ist in Kategorien aufgeteilt und im Menü zu finden
- In jedem Blogpost ist eine klare Call-To-Action enthalten

# CONTENTPLANUNG

Nun geht es darum, deine ganz individuelle Content-Strategie zu entwickeln und einen kompletten Content-Plan für die nächsten 90 Tage zu erstellen.

Bevor wir anfangen möchte, ich dir erklären, warum Content so wichtig ist und was wirklich guten, interessanten und fesselnden Content ausmacht. Wovon ist eigentlich die Rede, wenn wir von Content sprechen? Content ist Neudeutsch für Inhalt. Diese Inhalte treten in den drei Grundformen (Audio, Text und Video) auf unterschiedlichen Kanälen auf. Hier habe ich eine unvollständige Liste der Hauptkanäle, die aus meiner persönlichen Erfahrung für Solopreneure, persönliche Marken oder ein kreatives Business wichtig sein können.

TEXT	VIDEO	AUDIO
Blog	Facebook-Stories	Podcasts
Facebook-Feed	Facebook-Live	
Instagram-Feed	Instagram Stories	
Twitter	Instagram Live	
Newsletter	Instagram Reels	
LinkedIn	Tik-Tok	
Pinterest		
YouTube		

Diese Liste ist natürlich nicht vollständig, da sich die Kanäle immer wieder erweitern oder verändern. Keine Sorge, du musst auf gar keinen Fall alle Kanäle bedienen. Konzentriere dich lieber erst mal auf einen Kanal. Nämlich deinen Blog gepaart mit Pinterest und Instagram.

Pro-Tipp: mit Content-Recycling kannst du deinen Content gleichzeitig oder zeitlich versetzt auf mehreren Kanälen streuen. Blogbeiträge kannst du bei Pinterest und Instagram mit den dazugehörigen Fotos sowohl in deinem Feed als auch in deinen Storys teilen. Dazu kommen wir später noch im Detail ...

Aber WAS soll ich überhaupt posten, fragst du dich!? Ich helfe dir es herauszufinden ...

## MEIN TIPP

Denke nicht ans Verdienen. Frage dich lieber: "Wie kann ich das Leben meiner Wunschkundin am meisten verbessern?" und spreche über für sie relevante Themen. Denk an deine Kundin, nicht an dich!

Das Internet ist VOLL von Angeboten, Social Media Auftritten, Webseiten, Online-Shops etc. Das kann unglaublich einschüchternd wirken und dir das Gefühl geben, dass du gar keine Chance hast auf dem Markt zu bestehen. Vielleicht taucht da auch wieder der innere Kritiker in dir auf und sagt „Wie willst du kleines Licht da überhaupt auffallen, wenn es schon so viele gibt“? Wenn das der Fall ist, dann sag ihm einen lieben Gruß von mir, aber er ist mal wieder gnadenlos falsch gepolt. Und hey, wie spricht er überhaupt mit dir!? Jedenfalls ist es so, dass das Internet und die Welt groß genug ist für uns alle. Genauso wie es viele Anbieter gibt, gibt es auch viele, viele Konsumenten. Noch mehr als Anbieter.

Und genau da kommt Content ins Spiel. Denn was macht Content?

Content zeigt der Welt mit unterschiedlichen Formaten, WER du bist! Denn, während Angebote sich eventuell ähneln, kannst du mit Content auf kreative Art und Weise zeigen, was dein Angebot speziell macht, was dein Angebot auszeichnet. Du kannst Menschen mit deinem Content auf dich aufmerksam machen. Aber aufmerksam machen alleine reicht natürlich nicht und daher kommt dein Contentplan ins Spiel. Denn du musst beständig bleiben und stetig wertvollen Content liefern, damit dich deine Leserinnen KENNENlernen können, dich im Idealfall MÖGEN und dir ihr VERTRAUEN schenken, um später bei dir zu kaufen.

Denn das sind die drei Stufen, die ein Käufer vor dem Kauf durchläuft:

**KENNEN** —————→ **MÖGEN** —————→ **VERTRAUEN**

...und deshalb ist ein guter Contentplan wichtig.

An dieser Stelle noch ein Disclaimer: Du kannst und sollst nicht versuchen, Everybody's Darling zu sein! Es wird Leute geben, die dich mögen und es wird Menschen geben, die dich blöd finden. Das ist so. Bleibe dir treu und zeige dich wie du bist. Du bist schön und einzigartig und darfst dich in deiner ganzen wundervollen Art zeigen!

Was macht eigentlich guten, wirklich fesselnden Content aus? Schauen wir uns mal die wichtigsten Komponenten an:

- Liefert wertvolle kostenlose Inhalte mit vielen Informationen
- Spricht über für die Wunschkundin relevante Themen
- Zeigt deine individuelle Persönlichkeit
- Erzählt Geschichten
- Zeigt Einblicke behind the scenes deines Business

# CONTENTFORMEN

Welche Formen kann Content annehmen? Hier stelle ich dir ein paar unterschiedliche Contentformen vor:

## LERNINHALTE

- Anleitungen
- Tutorials
- Tipps (z.B. meine Top 10 Tipps, Ideen, Vorschläge für...)

Rund um deine kreative Marke, die im Idealfall auch das Interesse an deinen Produkten oder Designs wecken. Du könntest zum Beispiel ein DIY-Tutorial wie eine Näh- oder Bastel-Anleitung zeigen und deine Designs dazu verwenden. Oder ein Rezept posten, dessen Bilder deine Produkte zeigen.

## ENGAGEMENT

- Fragen
- Umfragen
- Challenges

Hier geht es darum, deine Leser einzubinden und neue Follower zu gewinnen, indem du ein Gespräch oder eine Gruppendynamik entstehen lässt. Bei diesen Beiträgen ist das Ziel, eine Interaktion mit deinen Lesern zu schaffen. Stelle Fragen z. B. was deine Follower gerade lesen, womit sie Probleme haben, woran sie arbeiten, wem sie zuhören oder was ihre besten Ratschläge für ein bestimmtes Problem sind.

## AUTORITÄTS-AUFBAU

Schreibe interessante Artikel, die dich bewegen und zu deiner Geschichte passen. Recherchiere zu deinen Themen, schreibe über Bücher, Artikel oder Podcasts, die du gelesen oder gehört hast. Hole dir interessante Interview-Partner. Kooperiere mit anderen Experten.

## MOTIVATION & INSPIRATION

- Zitate
- Testimonials
- Fotos mit kurzem Untertitel: Motivation, Ansporn, Gedanken

Was inspiriert dich? Wo bekommst du deine Ideen? Wie kannst du deine Leser motivieren? Wie kannst du sie zum Nachdenken anregen?

## VERTRAUENSAUFBAU

- Schnappschüsse/Foto-Einblicke/Selfies
- Instagram-Stories

Zeige, wer du bist. Zeige behind-the-scenes Einblicke in dein Arbeitszimmer, lass deine Leser teilhaben und zeige ihnen, woran du gerade arbeitest. Deine Leser wollen dich kennenlernen! Nehme sie mit auf den Hundespaziergang oder zeige, was du gerne zum Mittagessen oder zum Frühstück machst. Was sind deine Gewohnheiten, die dich und dein Business weiterbringen?

## FEIERTAGE & FESTE

- Aktionen
- Challenges
- Zitate

Behalte besondere Ereignisse und Festtage im Auge und baue spannende Aktionen, Events oder Design-Ideen rechtzeitig ein. Wie wäre es z. B. mit einer Neujahrs-Challenge oder einem speziellen Muttertags-Design?

## STORYTELLING

- Newsletter
- Blogposts
- Artikel
- Beiträge

Erzähle deine persönliche Geschichte. Wie bist du dazu gekommen, das zu tun, was du gerade tust? Was ist dein warum?

## CALL-TO-ACTION

Beiträge die dazu einladen ein Produkt zu kaufen.

# CONTENTPLANUNG

Nun geht es an die Contentplanung.

Ich möchte, dass du dir hierfür in dieser Woche 3 Zeitfenster von je 1 Stunde frei machst. Stelle dir auch wirklich den Timer. Das ist wichtig, denn diese Aufgabe hat die Tendenz dich so hineinzuziehen, dass du vom 100. zum 1000. kommst, deshalb ist ein festes Zeitfenster wirklich Gold wert.

Erstmal gibt es eine Brainstorming-Session, um Ideen zu finden.

## SESSION 1

Schreibe alles, auf, was dir spontan in den Sinn kommt, worüber du im nächsten Quartal schreiben möchtest. Konsultiere zusätzlich Tante-Google für weitere Ideen. Überlege dir potenzielle Fragen zu deinen Themen und suche danach. Frag dich, wonach deine Wunschkundin suchen würde, wenn sie an ein bestimmtes Problem denkt. Google wird dir bei der Suche weitere Vorschläge machen, die dich auf noch mehr Ideen bringt und die du aufgreifen kannst. Ziel ist es, für jede Woche im Quartal ein Post-Thema zu finden. Falls dir mehr als zwölf einfallen, wunderbar, dann hast du vielleicht schon etwas für nächstes Quartal!

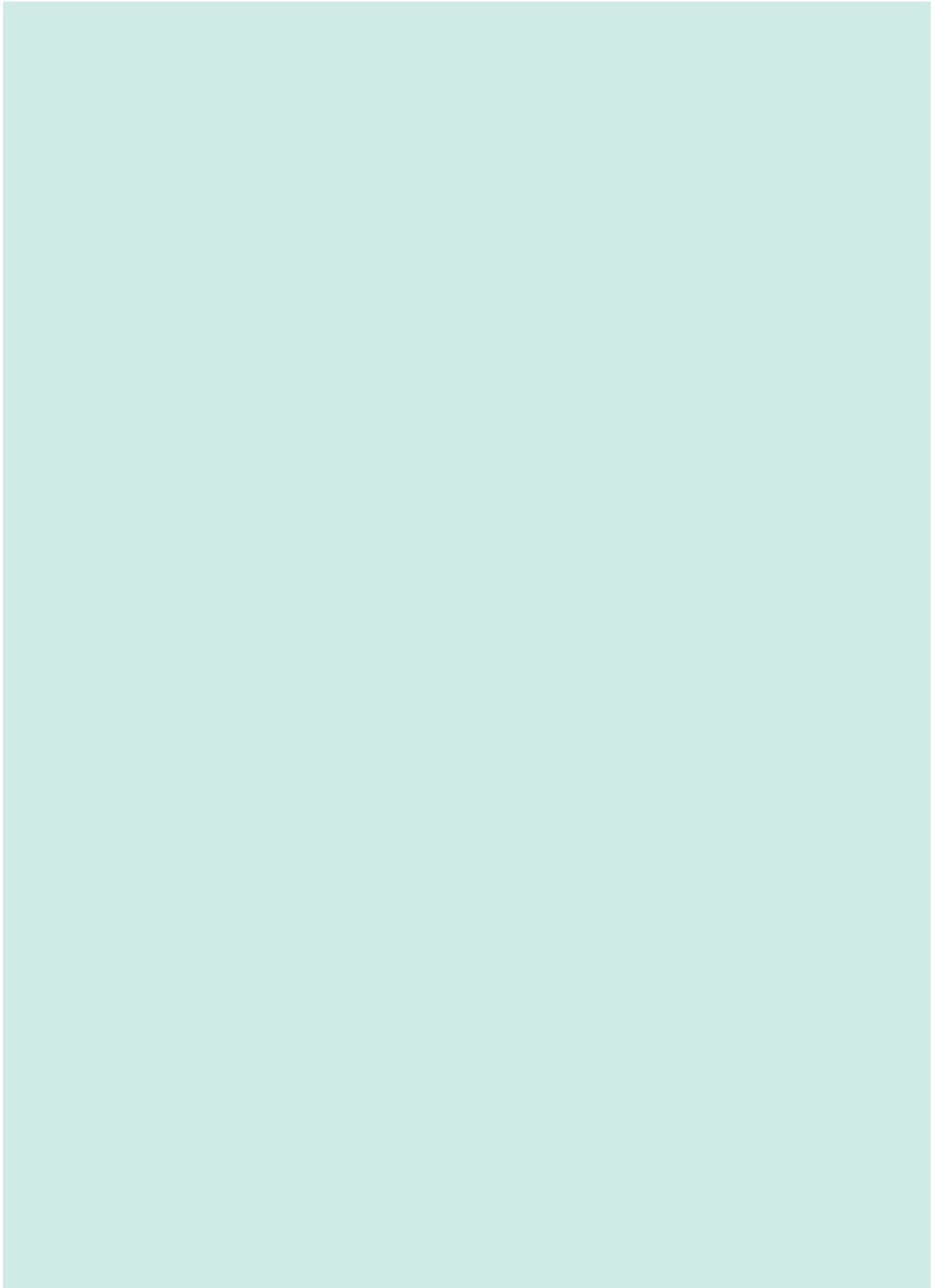
Setze den Timer auf 12 Minuten. Jetzt gehst du wie folgt vor und setzt nach jeder Aufgabe den Timer wieder auf 12 Minuten. Ready? Ready!

1. Brainstorme erst mal alles leer was du schon im Kopf hast. Aufschreiben!
2. Was sind deine Projekte für die nächsten 90 Tage? Was möchtest du promoten? Wie kannst du Interesse oder ein Need dafür wecken? Aufschreiben!
3. Google nach deinen Themen und schau dir die Vorschläge an. Aufschreiben!
4. Spicke auf anderen ähnlichen Accounts welche Themen dort besonders oft aufgegriffen werden. Aufschreiben!

Puh! Das war gut oder!? Bestimmt hast du nun eine MENGE Ideen.

Jetzt gehst du wieder an dein Tagewerk und wirst sehen, die Ideen sprudeln weiter. Lass also mindestens ein Tag dazwischen. Aber vor Ende der Woche kommst du wieder. Versprochen? Schreibe während dieser Zeit ALLES weiter in das Brainstorming Dokument, auf, was dir in den Sinn kommt. Nutze dafür gerne auch eine mobile App wie Google Docs oder Notion. Der Vorteil daran ist, dass du auch von unterwegs von deinem Handy aus darauf schreiben kannst. Die besten Ideen kommen doch beim Autofahren oder unter der Dusche, oder? Aber warte bitte, bis du geparkt hast! Ich habe die Notion App auf meinem Home-Bildschirm, damit ich wirklich direkt darauf zugreifen kann und es ist eines der wichtigsten Tools in meinem Business.

## BRAINSTORMING SESSION



## SESSION 2

In der 2. Session setzt du dir einen Timer für 60 Minuten und gehst wie folgt vor:

1. Entscheide dich für 12 Blogpost-Ideen für die nächsten 90 Tage, das ist ein Post pro Woche. Du kannst natürlich auch mehr machen, aber das ist das Minimum.
2. Schreibe die 12 Post-Ideen in ein neues Dokument. Unter jeder Idee lässt du ein bisschen Platz und schreibst ein paar erste Mini-Gedanken dazu auf. Nämlich WIE du das Thema präsentieren wirst und ein paar Sätze dazu und was du dafür brauchst.
3. Wenn du das für alle 12 Ideen gemacht hast, trägst du diese in den Kalender deiner Wahl ein – am besten mit Reminder – und zwar immer an einem festen Tag. Das ist der Tag, an dem du deinen Content schreiben wirst.

Trage nun deine Ideen in das Worksheet auf der nächsten Seite. Am Ende hast du deine zwölf Post-Ideen für dieses Quartal.

Erledigt? Super! Jetzt hast du wieder Zeit, das ganze sacken zu lassen, bevor es an die dritte und letzte Session deiner Content-Planung geht.

## SESSION 3

Im 3. Zeitfenster wirst du wieder richtig kreativ. Jetzt überlegst du dir, wie du deinen Post der Woche noch anderweitig streuen kannst. Wie kannst du deinen Content diese Woche auf Instagram, Pinterest oder im Newsletter ankündigen und recyceln!

Du kannst dabei entweder mit einem Bild nur deinen Blogpost hinweisen oder aber etwas Inhalt darauf präsentieren und zum Weiterlesen einladen. Das Ziel ist es, die Leser auf deinen Blog zu lenken.

Gehe dazu jede der 12 Wochen einzeln durch und:

1. Brainstorme kurz über kreative Möglichkeiten für Instagram Beiträge & Pinterest Pins
2. Arbeite mindestens 2 Instagram Posts und 2 Pinterest Pins neben dem Blogpost aus
3. Trage die Idee zusätzlich in deinen Kalender ein, an dem du diese Beiträge posten wirst

Wow! Das hat Spaß gemacht oder!? Jetzt hast du für die nächsten 90 Tage einen Contentplan!

Und falls du JETZT schon Feuer und Flamme bist, dann kannst du jederzeit anfangen, deine Blogposts schon mal zu texten.

	THEMA	INSTAGRAM	PINTEREST
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			
11.			
12.			

# EMAIL MARKETING

So, du hast nun deinen Content geplant und wenn alles nach Plan läuft und du regelmäßig wertvollen und interessanten Content in deinem Blog postest, auf Instagram und Pinterest kreativ darauf aufmerksam machst, dann wird sich deine E-Mail-Liste langsam aber sicher füllen.

Schauen wir uns mal an, was passiert, wenn sich die Leserin auf deine E-Mail-Liste einträgt.

## DER WEG EINES NEUEN ABONNENTEN

Bevor wir anfangen, möchte ich dir zunächst den Einstieg und den anschließenden Weg zeigen, den eine neue Abonnentin geht, wenn er sich für deinen Newsletter angemeldet hat.

Ein neuer Abonnent ist jemand, der gerade deiner E-Mail-Liste beigetreten ist. Der Pfad für diesen neuen Abonnenten sieht wie folgt aus:



Der Inhalt, den du im Blog oder auf Social Media erstellst, wird deine Wunschkundin dazu ermutigen, sich für dein Freebie anzumelden und dir ihre Daten zu geben.

Sobald du die Aufmerksamkeit deiner Wunschkundin gewonnen hast, gibst du ihr die Möglichkeit, sich für dein Freebie anzumelden.

Dafür brauchst du natürlich ein Anmeldeformular aka Opt-In-Formular auf deiner Webseite. Dieses Anmeldeformular kann auf einer Einzel-Seite (Opt-In-Seite) sein, als Pop-up erscheinen oder unter deinen Blogposts eingebettet sein. In das Opt-in-Formular trägt die Leserin ihren Namen und ihre E-Mail-Adresse ein und abonniert deinen Newsletter. Das Opt-In-Formular ist natürlich mit deinem E-Mail-Service-Provider verbunden, der für dich die E-Mail-Adressen und Daten in einer Liste sammelt.

Ein E-Mail-Service-Provider ist so etwas wie Active Campaign oder Mailchimp, mit dem du E-Mail-Adressen sammeln, Formulare in deine Webseite einbauen und automatisiert anhand von Tags E-Mails verschicken kannst.

Ein Tag ist so etwas wie ein Label, dass du einem neuen Abonnenten verleihst, damit dein E-Mail-Service-Provider ihn einsortieren kann und ggf. eine bestimmte Handlung ausführen kann, die mit dem Tag verbunden ist. Das heißt, du kannst deine Liste anhand dieser Tags sortieren und bestimmte Mails nur an bestimmte Personen schicken.

Wenn ein neuer Abonnent sich für deinen Newsletter anmeldet und du hast ihm dafür ein Freebie versprochen, so kannst du deinem E-Mail-Service-Provider quasi sagen „wenn jemand meine Liste abonniert und den Tag “Freebie XYZ“ hat, dann schick ihm bitte automatisch das Freebie XYZ“.

## NEWSLETTER & DSGVO

In Deutschland ist es Pflicht, dass du dem neuen Abonnenten nach seiner ersten Anmeldung eine kurze Bestätigungs-E-Mail mit einem Bestätigungs-Link schickst. Erst, wenn er diesen anklickt und so nochmal eindeutig seine Einwilligung zum Abonnieren signalisiert, darfst du ihn weiter anschreiben. Das nennt man Double-Opt-In, und das solltest du unbedingt beachten. Bei Active Campaign oder anderen DSGVO-konformen E-Mail-Service-Providern ist diese Möglichkeit in den Formularen bereits enthalten und du solltest natürlich manuell überprüfen, ob alles funktioniert.

Nachdem deine Wunschkundin also auf Anmelden geklickt hat, wird sie auf eine Danke-Seite weitergeleitet oder bekommt eine automatische Erfolgs-Meldung. Ich empfehle eine Danke-Seite, weil du dort noch mal den Hinweis auf die Bestätigungs-mail einbauen kannst.

Sobald dein neuer Abonnent auf deiner Danke-Seite gelandet ist, werden hinter den Kulissen nicht nur die Daten deines neuen Abonnenten an deinen E-Mail-Anbieter (wie beispielsweise Active Campaign) weitergeleitet, sondern auch der dazugehörige Tag. Deswegen baust du diesen direkt in dein Formular ein. Der Tag löst dann eine automatische E-Mail, aus, die dein Freebie-Link enthält.

Als Nächstes verschlingt deine Wunschkundin hoffentlich dein Freebie und steht als neue Abonnentin nun in der Warteschlange für deinen regelmäßigen Newsletter und ist so einen Schritt näher daran, ein begeisterter Fan und ein Kunde fürs Leben von dir zu sein.

Gehen wir es also noch mal gemeinsam durch und ich zeige dir wie das im Einzelfall aussieht.

## WAS BRAUCHST DU?

1. Eine Webseite
2. Einen Email-Service-Provider
3. Ein Lead-Magnet/Freebie
4. Eine Willkommens Email-Sequenz

### AUF DEINER WEBSEITE BRAUCHST DU:

1. Die Integration deines Email-Service-Providers mit API-Key
2. Dein Lead-Magnet in deiner Medien-Datenbank
3. Ein Opt-In-Formular mit Tag
4. Eine Danke-Seite mit Hinweis auf Bestätigungs-Mail

### BEI DEINEM EMAIL-SERVICE-PROVIDER (WIE ACTIVE CAMPAIGN) BRAUCHST DU:

- Eine Email-Liste
- Ein Opt-In-Formular mit Double-Opt-In Möglichkeit (in Deutschland absolut Pflicht!) Eine automatisierte 1. Willkommensmail mit dem Lead-Magneten

### BEISPIEL EINER WILLKOMMENS EMAIL-SEQUENZ

1. Mail: Willkommen & Lead-Magnet (reicht für den Anfang)
2. Mail: Vorstellung deiner Person mit Link zur About-Seite
3. Mail: Was ich alles gelernt habe & was ich dir geben möchte mit CTA

## MEIN TIPP

Ich empfehle Active Campaign als Email-Service-Provider. Active Campaign hat ein super Preis-Leistungs-Verhältnis und ist intuitiv und benutzerfreundlich. Du kannst relativ leicht einfache Automationen erstellen die deine Emails automatisiert an deine Newsletter-Abonnenten versenden. Es wird dein Leben enorm erleichtern!

Alternativ kannst du die kostenlose Software Mailchimp verwenden. Sie reicht für den Anfang und du kannst deine Email-Liste später zu Active Campaign exportieren.

# DER LAUNCH

Ein Launch ist der Zeitraum, in dem du dein neues Produkt einführst, vorstellst und verkaufst.

Vor dem eigentlichen Launch steht jedoch die Pre-Launch-Phase. Das ist die Phase, für die du mit kostenlosem Content eine Community aufbaust und das hast du bisher gelernt.

Denn der Verkauf deiner Produkte verläuft wie ein Trichter, wobei es eigentlich nicht wie ein Trichter ist, sondern eher wie ein Sieb, denn oben kommen ganz viele Leute rein und am Ende bleiben nur die übrig, die tatsächlich bei dir kaufen.

Je mehr Menschen oben in das Sieb hereinkommen, desto mehr bleiben am Ende übrig, ist ja logisch, deswegen geht es darum, möglichst viele Leute zu haben, die deinen Content konsumieren. Das müssen aber echte Interessenten sein und nicht einfach irgendwelche gekauften Kontakte, weil die werden sowieso nie bei dir kaufen.

Egal wie toll deine Idee oder dein neues Produkt ist, du musst es auch verkaufen.

Und du kannst nichts verkaufen, von dem keiner was weiß.

Leider führen super Features oder ein perfektes Branding - auch wenn sie wichtig sind - selten dazu, dass die Kunden sofort zum Kauf bereit sind.

Aber es gibt eine gute Nachricht!

Dir stehen ganz viele Möglichkeiten zur Verfügung, um für dein neues Projekt zu werben und es bekannt zu machen. Und der beste Zeitpunkt dafür ist wie gesagt noch VOR dem Start.

Das heißt, du hast mit deinem Contentplan bereits die Pre-Launch-Marketingstrategie begonnen, jetzt kannst du noch weiter überlegen, was du tun kannst, um die Begeisterung für dein Angebot zu wecken.

## PRE-LAUNCH MARKETING

Pre-Launch Marketing findet vor der offiziellen Markteinführung deines Produkts oder deiner Dienstleistung statt und hat zum Ziel, den Bekanntheitsgrad deines Produkts bzw. deiner Marke zu erhöhen und Begeisterung dafür zu wecken.

Das ist übrigens auch die beste Zeit, um verschiedene Botschaften, Marketingkanäle, Texte und Maßnahmen zu testen, damit du weißt, was funktioniert.

Eine Pre-Launch-Phase kann zwischen ein paar Wochen und ein paar Monaten dauern, aber am Ende der Pre-Launch-Phase solltest du Folgendes haben:

- Ein begeistertes Publikum, das bei dir kaufen möchte
- Follower in den sozialen Medien und E-Mail-Abonnenten
- Ein besseres Verständnis für die Art von Marketing, die für deine Wunschkundin und dein Business funktioniert

## WIE KANNST DU DEINE PRODUKTE BEWERBEN?

### 1. SOCIAL MEDIA

Mehr als die Hälfte der Social-Media-Nutzerinnen nutzen soziale Plattformen, um sich über Produkte zu informieren. Soziale Medien sind ein hervorragender Ort, um bestehende Communitys und Zielgruppen für dein Unternehmen zu finden.

Egal, ob du ein neues Produkt auf den Markt bringst oder ein neues Unternehmen gründest, du musst deine Inhalte in den sozialen Medien teilen.

Social Media ist eine tolle Möglichkeit, Interesse und Neugierde für deine Marke zu wecken, bevor du bereit bist, zu verkaufen.

Ich empfehle dir, wie bereits erwähnt, deinen Blog als Base in Verbindung mit Pinterest und Instagram. Fange an, dein Produkt dort immer wieder zu erwähnen. Zeige wie du daran arbeitest es fertigzustellen.

Sobald du auf Instagram eine feste Fangemeinde hast, kannst du auch auf andere Plattformen wie Facebook, Podcast, YouTube ausweichen. Dann weißt du, mit welchen Inhalten und zu welchen Zeiten du die besten Ergebnisse erzielst.

### 2. ZUSAMMENARBEIT MIT INFLUENCERN

Die Macht der Mundpropaganda darf weiterhin nicht unterschätzt werden. Die Wahrscheinlichkeit, dass Menschen von einer Marke kaufen, die von einem Freund empfohlen wurde, liegt bei 90 %.

Eine der schnellsten Möglichkeiten, sich Glaubwürdigkeit zu verschaffen, ist das Influencer-Marketing. Stell dir das vor. Du bringst ein brandneues Produkt auf den Markt. Du hast nicht den Vorteil eines bekannten Markennamens oder tausender positiver Bewertungen.

Influencer hingegen haben sich bereits die Zeit genommen, ein Publikum mit treuen Followern aufzubauen. Du kannst dir ihre Glaubwürdigkeit zunutze machen, während du deine eigene aufbaust.

Influencer gibt es in verschiedenen „Größen“. Genauer gesagt, ihr Publikum ist unterschiedlich groß. Wenn du am Anfang stehst, mit einem noch relativ kleinen Marketingbudget, kannst du bei Nano-Influencern (1.000 bis 10.000 Follower) oder Micro-Influencern (10.000-50.000 Follower) vorstellig werden.

Influencer mit kleinerem Publikum, aber hohem Engagement, können gerade für dich als kreative

Unternehmerin ein wichtiger Bestandteil einer erfolgreichen Produkteinführung sein.

Durchsuche Social-Media-Plattformen, um Influencer und Blogger in deiner Nische zu finden. Du kannst Influencern kostenlose Produktproben zum Testen schicken. Oder du engagierst einen Influencer und erstellst mit ihm einen speziellen Plan zur Erstellung von Inhalten.

Eine weitere kreative Möglichkeit sind Podcasts. Das ist eine hervorragende Möglichkeit, um potenzielle Kunden zu erreichen oder einem großen Publikum Werbeaktionen anzubieten. Du könntest dich für ein Interview zur Verfügung stellen.

Überlege dir in jedem Fall spannende Kooperationsmöglichkeiten bevor du den Influencer oder Blogger ansprichst und beite ihnen ein fertiges Konzept an.

Denke daran, dass es bei der Suche nach Influencern nicht darum geht, den Influencer mit dem größten Publikum zu finden. Es geht darum, die Influencer zu finden, deren Publikum zu deinem Produkt oder deiner Dienstleistung passen.

Es wird deinem Start nicht helfen, wenn du eine Menge Leute erreichst, die mit deiner Wunschkundin nichts zu tun haben oder dein Produkt nicht kaufen werden.

Du musst die richtigen Leute erreichen, also solltest du die Zusammenarbeit mit Influencern nicht überstürzen. Nimm dir stattdessen die Zeit, zu recherchieren und die besten für deine Marke zu finden.

### 3. E-MAIL-MARKETING

Wir kommen zurück zu dem, was ich am Anfang gesagt habe, deine Newsletter-Liste. Warum ist E-Mail-Marketing so wichtig? Weil diese Kunden schon aufgewärmt sind. Im Vergleich zu Social Media oder bezahlter Werbung hat E-Mail-Marketing einen viel höheren Return on Investment (ROI). Bis zu 4 %.

Die meisten Verbraucher/innen erwarten nicht nur, dass sie E-Mails von Firmen erhalten, sie bevorzugen sie sogar. Viele Menschen suchen beim Einkaufen in ihrem E-Mail-Posteingang nach Aktionscodes oder Angeboten. Ich gehöre dazu ;-)

Die erste Kampagne, die du entwirfst, sollte eine Willkommenskampagne sein. Mithilfe der E-Mail-Automatisierung kannst du im Laufe der Zeit eine Reihe von weiteren E-Mails verschicken die zu dem Launch deines Produktes hinführen.

In der Launch-Phase schickst du über einen Zeitraum von 5-7 Tagen täglich interessante Emails die dein Produkt beschreiben. Du kannst auf Fragen eingehen und das Bedürfnis für dein Angebot durch eine zeitliche Begrenzung steigern.

Sei nicht entmutigt wenn deine Abonnenten nicht beim ersten Launch kaufen. Dafür gibt es diverse Gründe. Launche später noch mal, teste, verbessere und optimiere dein Angebot und deine Launch-Strategie. Je besser du deine Wunschkundin kennen lernst, desto besser wird dir das gelingen!

## FASSEN WIR ZUSAMMEN ...

- Zum Aufbau eines erfolgreichen kreativen Online Business gehört mehr als nur die Ideenfindung und Produktentwicklung.
- Am Ende des Tages musst du eine Verbindung zwischen deinem Produkt und deinen Käufern herstellen.
- Du musst mit deinem Produkt ein Herzenswunsch erfüllen oder ein Problem lösen.
- Wenn du erst nach dem Verkaufsstart deines Produkts über deine Marketingstrategie nachdenkst, ist es schon VIEL zu spät.
- Ein erfolgreicher Plan für die Markteinführung bedeutet, dass du mit deinem Marketing schon lange vor dem Starttag beginnst.
- Vergiss nicht, dass es Zeit braucht, bis deine Marketingmaßnahmen Ergebnisse bringen.
- Deswegen ist es so wichtig, dass du jetzt gleich damit anfängst deine Community aufzubauen.
- Denn, ich sag's dir, ein kreatives Online-Business zu führen, vollgepackt mit Dingen, die du liebst, ist ein Traum! Es bringt so viel Erfüllung und Freude, aber es geht nicht von heute auf morgen und herauszufinden, womit du anfangen sollst, welche Schritte zum Erfolg führen und welche völlig unnötig sind, kann manchmal ganz schön viel Gedankenkarussell bewirken.
- Und es kann sich vor allem viel schwerer anfühlen, als es sein muss, wenn du es alleine angehst.
- Das Gute ist, das musst du ab sofort nicht mehr. Denn nach dem Motto, nicht verzagen, Andrea fragen, bin ich ab sofort dein Business-Buddy, und stehe dir mit meiner [JOLIJOU CREATIVE ACADEMY](#) mit Rat und Tat zur Seite. Wir gehen einfach alle Schritte gemeinsam durch, bis du dein Ziel erreicht hast! Okay? Super!
- Du lernst über meine Fehler, über meine Erfolge und über meine vielen Learnings auf meinem Weg. Mein Ziel: du sollst es mal leichter haben als ich und DEIN Ziel schneller erreichen.

**Ich freue mich, dass ich dich  
begleiten darf und wünsche dir ganz viel Erfolg!**

*Deine Andrea*



# Deine Kreativität ist Gold wert



mit  
Erfolgsdesigner  
rin jolijou

Ich habe mit Online-Produkten & Onlinekursen über 1 Million Euro Umsatz generiert – und jetzt zeige ich dir, wie auch du mit deiner Kreativität online Geld verdienen kannst.

Egal, ob du Anleitungen, digitale Produkte oder kreative Onlinekurse erstellen willst – mit CREATE bekommst du den Fahrplan, der funktioniert.



CREATE ist dein Schritt-für-Schritt-System, um dein kreatives Wissen sichtbar zu machen – als digitales Produkt oder Onlinekurs, den du mit Leichtigkeit verkaufen kannst.

## So bringt dich CREATE Schritt für Schritt zum ersten Verkauf:



### 1 BESTSELLER-IDEE FINDEN

Finde heraus, welche deiner Ideen wirklich Potenzial hat – und was sich am Markt verkauft.



### 2 ANGEBOT AUFBAUEN

Entwickle ein Produkt, das zu dir passt – und deine Zielgruppe begeistert.



### 3 ANGEBOT ERSTELLEN

Setze deine Idee in Canva & Co. professionell um – mit klaren Vorlagen und Designhilfen.



### 4 ANGEBOT VERKAUFEN

Lerne, wie du dein Produkt sichtbar machst und deine ersten Verkäufe erzielst.

# DEIN 30-TAGE PLAN

Plane hier deine nächsten 30 Tage. Nicht wundern, Samstag und Sonntag ist frei, denn dein Business soll in dein Leben passen und sich leicht anfühlen. Ich habe für jede Woche schon mal einen Fokus der Woche eingetragen, falls du dich daran halten möchtest. Jetzt kannst deine To-dos an den Tagen eintragen, an denen du an deinem Business arbeiten wirst.

M	T	W	T	F	S	S
ZIELSETZUNG						
MARKENIDENTITÄT						
FREEBIE ERSTELLEN						
WEBSEITE PLANEN						
CONTENT PLANEN						
EMAIL-MARKETING						

# TOOL LISTE

In der nachfolgenden Liste findest du über 60 Tools, Apps und Programme, die ich für mein Kreativ-Business verwende.

Du bekommst hier also jede Menge Empfehlungen und Tipps für Grafikprogramme, Software, Hardware, Apps, Plugins & Druckereien.

Probiere die Tools gerne aus und teste, ob sie auch für dich passen.

Einige der Empfehlungen erhalten übrigens Affiliate-Links. Das sind Links, bei denen ich einen kleinen Beitrag gut geschrieben, bekomme falls du etwas darüber kaufst. Dir entstehen natürlich keine Kosten und ich habe keinen einzigen Link nur deshalb angegeben, weil man dort Affiliate sein kann. Ich empfehle in dieser Liste wirklich nur Tools, die ich selber verwende und von denen ich überzeugt bin.

Ich habe die Liste nach Kategorien geordnet, damit du einen guten Überblick hast welche Tools sich für welchen Zweck eignen. Die Liste erhebt natürlich niemals Anspruch auf Vollständigkeit, zumal sich Apps, Programme und Tools ja auch laufend weiterentwickeln und neue dazu kommen. So bleibt es spannend und wir können für unser Business immer wieder neue Möglichkeiten entdecken.

## HARDWARE

**Computer** [Mac Book Pro 13 Zoll](#)

**Externes Display** [Apple Thunderbolt Display 27 Zoll](#)

**Tastatur** [Apple Bluetooth Tastatur](#)

**Mouse** [Apple Bluetooth Mouse](#)

**Laufende Sicherung** [Apple Time Machine](#)

**Zusätzliche Sicherung** [Externe Laufwerke von Intenso](#)

**Drucker** [Canon MX885 All-In-One Drucker/Scanner/Kopierer](#)

**Tablet** [Apple Ipad & Apple Pencil](#)

## WEBDESIGN

**Hosting-Anbieter** [Host Europe](#) **Content-Management System** [Wordpress](#) **Page**

**Builder** [Elementor Pro](#)

**Analyse** [Google Analytics](#)

**Shop** [WooCommerce](#)

**FTP-Übertragung** [Filezilla](#)

## CONTENT AUTOMATISIERUNG

**In Wordpress** [Blog2Social](#)

**Instagram** [Later](#) & Tailwind

**Pinterest** Tailwind & [Later](#)

**Content-Planung** [Trello](#)

**Newsletter** Active Campaign

## PROJEKT-MANAGEMENT &amp; KOMMUNIKATION

**Notion** Projektmanagement & Lebensplanung

**Trello** Terminkalender & Kalender

**Evernote** Notizen von überall synchronisierbar

**Google Drive** Cloud Speicherplatz - synchronisiert geräteübergreifend

**Google Docs** - Cloud Dokumente die in Google Drive gespeichert werden. Können mit anderen geteilt werden.

**Google Tabellen** - Cloud Dokumente die in Google Drive gespeichert werden. Können mit anderen geteilt werden.

**Google Calender** Kalender-App

**Libre Office** Textverarbeitung für Rechnungen etc / Tabellenkalkulation

**Dropbox** Datensicherung und zum Teilen von großen Dateien mit Mitarbeitern & Kollegen

**Wetransfer** Für einmalige Datenübertragungen großer Dateien & Ordner

**Zapier** Damit kommunizieren Apps untereinander und können sich Daten hin und herschicken, so dass diese automatisiert funktionieren

## FOTO-EQUIPMENT

**Kamera 1** [Apple Iphone 12](#)

**Kamera 2** [Fuji X-M1 mit 18-55 mm Objektiv](#)

**Tageslichtlampe** [Walimex Daylight-Set](#)

**Kamera-Stativ** [K+F Concept Stativ](#)

**Handyhalter** [SHAWE Handyhalter](#)

**Funkfernauslöser** [ayex AX-1](#)

**Foto-Hintergrund Stoff** [verschiedene Hintergründe aus Stoff](#)

**Foto-Hintergrund Starter-Set** [MVPower Hintergrund & Ständer](#)

**Ringleuchte** [Neewer Ringleuchte-Set](#)

## GRAFIK &amp; FOTO SOFTWARE

**Muster-Design & Grafikdesign** [Adobe Illustrator CC](#)

**Fotobearbeitung** [Adobe Photoshop CC & Adobe Lightroom CC](#)

**Foto-Übertragung/Organisation** [Adobe Bridge CC](#)

**Layoutprogramm** [Adobe InDesign CC](#)

**Grafikdesign auf die Schnelle** [Canva](#)

**Zeichnen unterwegs** [Procreate](#)

## GRAFIK DESIGN RESSOURCEN

**Creative Market** Grafik-Design Ressourcen

**Unsplash** Foto-Datenbank

**Design Cuts** Grafik Design Ressourcen

**Font Squirrel** kostenlose Schriftarten

**MyFonts** Schriftarten

**Adobe Stock** Foto-Datenbank

## PRINT-ON-DEMAND SEITEN

**Stoffn** Deutscher POD-Anbieter für Stoffe

**Spoonflower** POD-Anbieter für Stoffe

**CottonBee** POD-Anbieter für Stoffe

**Zazzle** POD-Anbieter mit Anbindung an Photoshop

**Redbubble** POD-Anbieter mit grossem Sortiment

**Spreadshirt** POD-Anbieter

**Society6** POD-Anbieter

**Posterlounge** POD-Anbieter für Poster

## MALEN &amp; ZEICHNEN

**Papier** [Canson Mixed Media Paper A3](#)

**Buntstifte** [Castle Stifte Set](#)

**Handlettering** [Tombow Lettering-Set](#)

**Malfarben** [Zenacolor Aquarellfarben](#)

**Pinsel** [Artify Pinsel-Set](#)

## DRUCKEREIEN

**Overnightprints** Sehr gute und günstige Postkarten-Aktionen

**Flyeralarm** Top Qualität mit umfangreichen Angebot

**Print24** Sehr gute Qualität mit guten Preisen

**Moo** Kleine Mengen verfügbar

**Tassendruck** Tassen & Porzellan

**Formpress** Tablett

**Ricolor** Frühstücksbrettchen