

Elke Fleing

Kommunikation verkaufen

[Marketing, Design, Text]

Realistisch kalkulieren – klare
Angebote erstellen – erfolgreich
verhandeln



Das Praxisbuch für
Kontakter, Konzeptioner, Texter, Grafiker,
Fotografen, Illustratoren, Webdesigner,
Audio- und Videoworker

Nutzungshinweise für Ihr BusinessVillage eBook

Lesen Sie bitte den eBook-Lizenzvertrag auf der folgenden Seite sorgfältig durch. Sie sind nur dann berechtigt, dieses eBook zu nutzen, wenn Sie den Bestimmungen dieses Lizenzvertrages zustimmen.

Bitte beachten Sie hierbei insbesondere folgende Punkte:

- Die eBook-Lizenz räumt Ihnen lediglich das Recht ein, dieses Dokument für den persönlichen und nicht übertragbaren Gebrauch zu nutzen.
- Sie sind nicht berechtigt dieses Dokument – auch nicht auszugsweise – anderen Personen zugänglich zu machen, insbesondere es zu verleihen, zu vermieten oder zu verkaufen. Unternehmensversionen erhalten Sie auf Anfrage.
- Das Anfertigen von Vervielfältigungen und das Ausdrucken oder Speichern auf anderen Computern ist jederzeit gestattet, jedoch nur dann, wenn dies für Ihren persönlichen Gebrauch geschieht und Dritten dadurch nicht der Zugang dazu ermöglicht wird.
- Sie dürfen dieses Dokument nicht verändern. Schon bei dem Versuch einer Veränderung erlischt das Recht zur Nutzung.
- Das Recht zur Nutzung wird zeitlich unbegrenzt erteilt, solange die Lizenzbestimmungen vom Lizenznehmer erfüllt werden.
- Ihr BusinessVillage eBook ist speziell für Sie erstellt worden. Sichtbare und nicht sichtbare Kennzeichnungen zur Individualisierung innerhalb des eBooks erlauben die Identifizierung des Lizenznehmers im Falle eines Verstoßes gegen die Lizenzbedingungen.
- BusinessVillage übernimmt für Inhalte des eBooks keine Haftung.



BusinessVillage
Update your Knowledge!

BusinessVillage eBook-Lizenzvertrag

Indem Sie dieses eBook speichern, kopieren oder in einer anderen Art und Weise nutzen, erklären Sie, dass Sie die Bestimmungen der nachfolgenden Lizenzbedingungen akzeptieren. Durch das Speichern, Kopieren oder durch eine anderweitige Benutzung dieses eBooks wird ein rechtsgültiger Vertrag zwischen Ihnen (entweder als natürliche oder juristische Person) und BusinessVillage GmbH und deren Rechtsnachfolgern geschlossen. Falls Sie den nachfolgenden Bestimmungen nicht zustimmen, sind Sie nicht berechtigt, dieses eBook zu speichern, zu kopieren, zu lesen oder in einer anderen Art zu nutzen. In diesem Fall sind Sie verpflichtet, dieses eBook sofort zu löschen!

eBook-Nutzungslizenz: Das vorliegende eBook ist rechtlich als SOFTWARE zu qualifizieren und wird sowohl durch Urheberrechtsgesetze und andere internationale Urheberrechtsverträge geschützt als auch durch andere Gesetze und Abkommen über geistiges Eigentum. Wenn Sie den Lizenzvertrag akzeptieren, wird Ihnen dieses eBook lizenziert, nicht verkauft.

I. LIZENZGEWÄHRUNG

Durch diesen Lizenzvertrag werden Ihnen folgende Rechte gewährt:

a) Verwendung des eBooks

Diese Lizenz räumt Ihnen lediglich das Recht ein, das eBook für den persönlichen und nicht übertragbaren Gebrauch zu nutzen. Sie sind nicht berechtigt – auch nicht auszugsweise – das eBook zu vervielfältigen, zu kopieren oder zu verbreiten, zu verleihen, weiterzugeben o.ä., es sei denn, es wird Ihnen mit diesem Lizenzvertrag ausdrücklich gestattet. In jedem Fall ist eine Veränderung des eBooks (z.B. Änderungen im Text, Kürzungen oder Ergänzungen etc.) oder ein Eingriff in oder eine Änderung an dem Quellcode des eBooks (insbesondere eine Veränderung oder Entfernung der personalisierenden Elemente des eBooks) strengstens untersagt.

b) Speicherung/Netzwerkverwendung

Sie sind lediglich berechtigt, das eBook für Ihren persönlichen Gebrauch zu speichern. Dieses Recht schließt eine Speicherung auf mehreren Computern ein, solange diese ausschließlich von Ihnen genutzt werden. Eine Speicherung dieses eBooks auf einer zentralen Speichervorrichtung, wie etwa einem Netzwerkspeicher, ist Ihnen nur dann erlaubt, wenn Sie diese Speichervorrichtung ausschließlich dazu verwenden, das eBook über ein internes Netzwerk auf Ihren anderen Computern zu nutzen. Anderen Nutzern darf dieses eBook nicht überlassen werden oder der Zugriff über ein Netzwerk eröffnet werden. Sie sind ebenfalls nicht berechtigt, das eBook über ein externes Netzwerk oder das Internet direkt oder indirekt (beispielsweise durch Einstellen in eine Homepage, Speicherung auf einem File-, FTP- oder anderen Servern, Verweis darauf durch einen Link etc.) Dritten zur Verfügung zu stellen oder anderen den Zugang zu ermöglichen.

c) Sicherungskopie

Zusätzlich zu den unter Punkt b) genannten Speichermöglichkeiten sind Sie lediglich berechtigt, von dem eBook eine Sicherungs- oder Archivierungskopie zu fertigen. Auch diese Kopie ist ausschließlich für Ihren persönlichen Gebrauch und darf nicht an Dritte weitergegeben werden oder Dritten Zugang dazu verschafft werden.

d) keine Weitergabe/Übertragung der Nutzungsrechte

Da dieses eBook ausschließlich für Ihren persönlichen Gebrauch ist, ist eine – auch unentgeltliche – Weitergabe nicht gestattet. Sie sind auch nicht berechtigt, die Nutzungsrechte an diesem eBook entgeltlich oder unentgeltlich zu übertragen.

II. Laufzeit und Kündigung

BusinessVillage erteilt Ihnen die Nutzungslizenz zeitlich unbegrenzt, solange Sie die Lizenzbestimmungen erfüllen. Unbeschadet sonstiger Rechte ist BusinessVillage berechtigt, Ihre Rechte aus diesem Lizenzvertrag zu kündigen, sofern Sie gegen die Bestimmungen dieses Lizenzvertrages verstoßen. In einem solchen Fall sind Sie verpflichtet, dieses eBook und sämtliche Kopien unwiderruflich zu löschen.

III. Kennzeichenrechte

Diese Lizenzvereinbarung gewährt Ihnen keinerlei Rechte in Verbindung mit Kennzeichenrechten von BusinessVillage.

IV. Prüfrechte

Der Kunde wird über die Anzahl der Anwender bzw. der von der Software erstellten Kopien sowie über deren Installationsort genaue Angaben nachhalten. BusinessVillage ist berechtigt, 5 Werktage nach vorheriger schriftlicher Ankündigung die Geschäftsräume des Kunden während der allgemeinen Geschäftszeiten zu betreten, um zu überprüfen, ob der Kunde seine Vertragspflichten einhält. Unter Berücksichtigung berechtigter Belange des Kunden wird BusinessVillage gegebenenfalls einen zur Berufsverschwiegenheit verpflichteten Sachverständigen mit dieser Überprüfung beauftragen. Der Kunde unterrichtet den Sachverständigen oder BusinessVillage umfassend, hält seine Mitarbeiter zur Auskunftserteilung an und gewährt Einblick in die für die Überprüfung erforderlichen Unterlagen. BusinessVillage trägt die Kosten dieser Überprüfung, es sei denn, es würde eine Vertragsverletzung durch den Kunden festgestellt.

V. Urheberrecht

Alle Rechte und geistigen Eigentumsrechte an dem eBook (einschließlich, aber nicht beschränkt auf Text, Bilder, Fotografien, Grafiken, Animationen, Video, Audio, Musik und „Applets“, die in dem eBook enthalten sind), den gedruckten Begleitmaterialien und jeder Kopie des eBooks liegen bei BusinessVillage oder seinen Autoren. Jeder Fall einer Verletzung der Urheberrechte von BusinessVillage und jeder Verstoß dieser Lizenzvereinbarung wird ausnahmslos verfolgt. Jede Verletzung der Urheberrechte oder eine Missachtung der Lizenzbestimmungen verpflichtet zum Schadenersatz. Jede unerlaubte Vervielfältigung, Verbreitung oder öffentliche Wiedergabe kann mit einer Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft werden. Bei einer gewerbsmäßigen unerlaubten Verwertung droht eine Freiheitsstrafe bis zu fünf Jahren oder Geldstrafe.

VI. Haftungsausschluss

BusinessVillage übernimmt für den Inhalt des eBooks keine Haftung. Die Verantwortlichkeit für den Inhalt liegt ausschließlich bei dem jeweiligen Autor. Dies gilt insbesondere für fachspezifische Inhalte wie rechtliche, steuerrechtliche, medizinische, pharmazeutische o.ä. Inhalte. Im Übrigen ist die Haftung von BusinessVillage und seinen Erfüllungsgehilfen beschränkt auf Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit.



BusinessVillage
Update your Knowledge!

Elke Fleing

Kommunikation verkaufen [Marketing, Design, Text]

**Realistisch kalkulieren – klare Angebote erstellen –
erfolgreich verhandeln**



BusinessVillage

Update your Knowledge!

Elke Fleing

Kommunikation verkaufen [Marketing, Design, Text]

Realistisch kalkulieren – klare Angebote erstellen – erfolgreich verhandeln

1. Auflage 2012

© BusinessVillage GmbH, Göttingen

Bestellnummern

ISBN 978-3-86980-164-3 (Druckausgabe)

ISBN 978-3-86980-165-0 (E-Book, PDF)

Direktbezug unter www.businessvillage.de/bl/875

Bezugs- und Verlagsanschrift

BusinessVillage GmbH

Reinhäuser Landstraße 22

37083 Göttingen

Telefon: +49 (0)5 51 20 99-1 00

Fax: +49 (0)5 51 20 99-1 05

E-Mail: info@businessvillage.de

Web: www.businessvillage.de

Layout und Satz Sabine Kempke

Illustration www.istockphoto.de, © MightyIsland

Druck und Bindung Druckerei Hubert & Co, Göttingen

Copyrightvermerk

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigung, Übersetzung, Mikroverfilmung und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Alle in diesem Buch enthaltenen Angaben, Ergebnisse usw. wurden von dem Autor nach bestem Wissen erstellt. Sie erfolgen ohne jegliche Verpflichtung oder Garantie des Verlages. Er übernimmt deshalb keinerlei Verantwortung und Haftung für etwa vorhandene Unrichtigkeiten. Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürfen.

Inhaltsverzeichnis

Über die Autorin	6
1. Weder Zufall noch Zauberwerk – Wie Sie es als Kommunikationsdienstleister schaffen, dass Ihr Auftragsbuch und Ihr Bankkonto gut gefüllt sind	7
2. Ihr Leistungsangebot – Denn Sie wissen nicht, was Sie tun?! ..	11
2.1 Gute Gründe, Ihr Leistungsangebot eindeutig, gut verständlich und ansprechend zu kommunizieren.....	13
2.2 Konkretisieren Sie Ihr Leistungs-Angebot.....	21
3. Angeln Sie im richtigen Teich – Zielgruppen und Wunschkunden bestimmen	29
3.1 Ihre Zielgruppe zuspitzen	30
3.2 Wie finden Sie heraus, auf welche Zielgruppen Sie sich vornehmlich stürzen wollen?.....	33
3.3 Checkliste Zielgruppen definieren	34
4. Ich kann was, was du nicht kannst – Alleinstellungsmerkmale und Marktnischen finden	37
4.1 Ansätze, um Alleinstellungsmerkmale als Kommunikationsdienstleister zu finden.....	40
5. Ihr Honorarsatz – Damit am Ende vom Geld nicht so viel Monat übrig ist	43
5.1 Ihren Bedarfs-Stundensatz kalkulieren	44
5.2 Ein Vergleich mit Gehältern von Festangestellten liefert nur über Umwege realistische Zahlen.....	54
5.3 Akzeptieren Sie die Fakten und gehen Sie konstruktiv damit um.....	56

6. Was sind meine Leistungen denn wert? – Ermitteln Sie den Marktwert Ihrer Leistungen	57
6.1 Verschiedene Honorare für unterschiedliche Leistungen?.....	58
6.2 Regional unterschiedliche Honorar-Niveaus beachten	60
6.3 Recherche-Quellen zur Ermittlung des Marktwerts	63
7. Was tun, wenn der marktübliche und Ihr Bedarfsstundensatz auseinanderklaffen?	67
7.1 Ihren Finanzbedarf senken oder die produktive Arbeitszeit erhöhen	68
7.2 Einen höheren Stundensatz fordern als bislang veranschlagt.....	69
7.3 Zu schlechter bezahlten Projekten auch mal ›Nein, danke!‹ sagen	70
7.4 Leistungen mit höherem marktüblichen Stundensatz ins Portfolio aufnehmen	71
7.5 Zielgruppen und Wunschkunden verändern	73
7.6 Ihrem Unternehmen mehr produktive Arbeitszeit dazuholen	75
8. Köder auswerfen – Vertrauen schaffen	81
8.1 Vertrauen in die Kompetenz Ihres Unternehmens schaffen ..	84
8.2 Lassen Sie sich empfehlen	94
8.3 Positionieren Sie sich als Experte.....	96
8.4 Online-Königsdisziplin: Ein Blog schreiben	97
8.5 Newsletter und regelmäßige Infos per E-Mail	102
8.6 Workshops leiten, Vorträge halten.....	104
8.7 Fachartikel und Whitepapers veröffentlichen	105
8.8 Die zweite Königsdisziplin: Ein Sachbuch veröffentlichen	105
9. Aktiv Kunden fischen – Ihrer Akquise auf die Sprünge geholfen	109
9.1 Schenken Sie Ihrer Akquise mehr Leichtigkeit	111
9.2 Präparieren Sie Ihre Angelausrüstung – bereiten Sie Ihre Akquise-Unterlagen für den Ernstfall vor.....	116
9.3 Auf zu den Angelteichen! – Tummeln Sie sich	124
9.4 Interessantes Projekt gefunden. Und nun?	132

10. ... dann klappt's auch mit der Chemie: Gelungene Geschäftsgespräche sind keine Geheimwissenschaft	145
10.1 Gesprächskultur für gelungene Geschäftsanbahnungen ...	146
11. Kein heikles Thema: Das Honorar	149
11.1 Freundlich, aber bestimmt	151
11.2 Begeisterung signalisieren, aber nicht um jeden Preis	152
11.3 Machen Sie sich begehrenswert.....	152
11.4 Damit es im Gespräch nicht holpert.....	153
11.5 Hilfen für die Diskussion des Honorars selbst	153
11.6 Dumping-Preise oder gratis arbeiten?	155
12. Das Auftrags-Angebot – Sauber kalkulieren, exakt und geschickt formulieren	157
12.1 Die Auftrags-Kalkulation	158
12.2 Das schriftliche Angebot.....	161
12.3 Der Schlüssel für schnelle Angebote: Muster-Angebote und Textbausteine	163
13. Abgelehnt. Und abgehakt? – Wie Sie auch aus einem >Nein< Nutzen generieren	179
13.1 Die guten ins Töpfchen, die schlechten: Nein danke! – Auswahlkriterien für Ihre Aufträge	180
13.2 Man sieht sich immer zwei Mal – wenn der Auftraggeber ablehnt	183
Anhang: Wichtige Informations-Ressourcen und Jobangebote für Kommunikationsdienstleister	185
Informations-Ressourcen für Kommunikationsdienstleister	186
Jobangebote für Kommunikationsdienstleister.....	188
Zum Immer-wieder-Weiterlesen	190
Bildquellen.....	190

Über die Autorin



Elke Fleing war mehr als fünfzehn Jahre lang als Musikmanagerin und Tournee-Promoterin in der Eventbranche selbstständig. Seit gut zehn Jahren ist sie auf die Unternehmensberatung spezialisiert und steht Unternehmen und Kreativen in Fragen zu Positionierung, Marketing und Kommunikation zur Seite. Außerdem ist sie selbst Texterin, Bloggerin und Webworkerin.

Kontakt:

Web: www.berufung-selbststaendig.de

E-Mail: fleing@berufung-selbststaendig.de

1.

**Weder Zufall noch Zauberwerk –
Wie Sie es als Kommunikations-
dienstleister schaffen, dass Ihr
Auftragsbuch und Ihr Bankkonto
gut gefüllt sind**



Kontakter, Konzeptioner, Texter, Grafiker, Fotografen, Illustratoren, Programmierer, Webdesigner, Audio- und Video-Worker – wir alle bieten Dienstleistungen im Bereich der Kommunikation an. Unsere Kunden sind Unternehmen, Agenturen, Institutionen oder Privatpersonen. Bei manchen von uns brummt das Geschäft richtig. Sie sind nicht nur gut, sie sind auch gefragt, ziemlich bekannt – jedenfalls bei ihren potenziellen Kunden – und offensichtlich verdienen sie auch recht ordentlich. Bei anderen will das Geschäft so gar nicht rund laufen, auch dann nicht, wenn sie ebenfalls richtig gut sind in dem, was sie tun.

Zufall? Schicksal? Sind die einen einfach zufällig immer zur richtigen Zeit am richtigen Ort und die anderen haben einfach immer Pech?

Mitnichten. Klar, Fortuna spielt auch eine Rolle: Die richtigen Leute zu kennen, zufällig gerade dann mit jemandem ins Gespräch zu kommen, wenn er gerade einen schicken Auftrag an jemanden wie Sie zu vergeben hat ... – das können schon ausschlaggebende Punkte für den einen oder anderen Auftrag sein.

Aber die grundsätzliche Rolle der Glücksfee wird maßlos überschätzt. Oder besser: Wir können uns unsere Glücksfee selbst züchten. Wir können an vielen Punkten Einfluss darauf nehmen, ob und welche Aufträge wir bekommen. Und wir haben Einfluss darauf, wie gut wir dafür bezahlt werden.

Und genau darum geht es in diesem Buch:

- Wie Sie als Kommunikationsdienstleister dafür sorgen können, dass Sie und Ihre Wunschkunden einander finden,
- was Sie dafür tun können, dass Sie für Ihre Wunsch-Aufträge dann auch den Zuschlag erhalten,
- und wie Sie Einfluss darauf nehmen können, zu welchen Konditionen Sie den Zuschlag erhalten.

Viel Spaß und vor allem: Viel Erfolg!

Anmerkungen zu Links und geschlechtsspezifischer Ansprache

Ab und an nenne ich Ihnen Internetadressen. Sie finden Sie in [eckigen Klammern]. Für manche Internetadressen verwende ich einen URL-Kürzer, wenn die URLs sehr lang sind, damit Sie sich in Ihrem Browser keinen Wolf tippen müssen. Sie können die angegebenen Kurz-URLs bedenkenlos in Ihre Browser-Adress-Zeile eintippen, es verbirgt sich garantiert keine Malware dahinter.

Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit werde ich in den Formulierungen nicht gendern. Selbstverständlich sind immer Frauen und Männer gemeint, auch wenn explizit nur eines der Geschlechter angesprochen wird.

2.

Ihr Leistungsangebot – Denn Sie wissen nicht, was Sie tun?!



Sich dezidiert Gedanken über Ihr Leistungsangebot zu machen, erscheint Ihnen banal und überflüssig, weil's doch sonnenklar ist? Für Sie als Kommunikationsdienstleister ist das im Groben sicher so: Sie sind Texter, liefern also Texte. Sie sind Grafiker, liefern also Grafiken. Als Fotograf liefern Sie Fotos, als Illustrator Zeichnungen, als Programmierer Code, als Konzeptioner Konzepte ...

Aber können Sie Ihr Gesamtangebot auch fundiert in Detail-Leistungen aufsplitten?

- Wissen Sie genau, **was** Sie **wem** anbieten?
- Können Sie diese Detail-Angebote gut verständlich, Keyword-optimiert und mit Fokus auf den Nutzen für Ihre Kunden formulieren?
- Können Sie sauber abgrenzen, welche Detail-Leistungen Ihrer Gesamt-Tätigkeit Sie tatsächlich anbieten und welche (lieber) nicht?
- Können Sie die Sammlung all Ihrer Tätigkeiten unter einem Dachbegriff, einem übergeordneten Thema versammeln? Welches ist der rote Faden, der aus einem ›Gemischtwarenladen‹ ein stimmiges, rundes, für jeden gut zu merkendes Unternehmenskonzept macht?

Klar können Sie all das. Und das sollten Sie auch unbedingt tun, falls noch nicht geschehen: Fangen wir mit dem ›Warum‹ an, denn es ist immer einfacher, sich an eine Arbeit zu setzen, wenn man im Kopf hat, welche Ziele damit erreicht werden sollen.

2.1 Gute Gründe, Ihr Leistungsangebot eindeutig, gut verständlich und ansprechend zu kommunizieren

Es lohnt sich für Sie in mehrerer Hinsicht, sich wirklich gründlich Gedanken über Ihr Leistungsangebot zu machen. Jede dieser Begründungen ist auch gleichzeitig **ein Baustein auf dem Weg zu Ihrem unternehmerischen Erfolg.**

Das Portfolio vor sich selbst auf den Prüfstein legen

Wenn man etwas exzellent und auf den Punkt formuliert nach außen kommunizieren will, muss man es vorher natürlich selbst gründlich unter die Lupe nehmen. Das ist gut so und wichtig. Denn betriebsblind, wie man leicht wird, wenn man Dinge schon länger und intensiv tut, hinterfragt man sonst irgendwann gar nicht mehr, ob am Leistungsangebot mal wieder was geändert werden sollte:

- Haben Sie noch zu allem Lust, was Sie bisher so anbieten?
- Sind alle angebotenen Leistungen noch lukrativ genug, um sie weiterhin aktiv anzubieten?
- Haben Sie neue Fähigkeiten oder Kenntnisse erworben, so dass Sie Ihr Angebot erweitern oder verändern könnten?
- Wollen Sie vielleicht einige Angebote ergänzen, andere weglassen?

Indem Sie sich also dransetzen, um Ihr Leistungsangebot schick, schick für Ihre Unternehmenskommunikation aufzubereiten, nehmen Sie gleichzeitig eine Überprüfung des Status Quo vor. Bei der Formulierung einiger Angebote grummelt vielleicht ein massives Unlustgefühl in Ihrem Bauch, das Sie nicht einfach ignorieren sollten. Ich bin der festen Überzeugung, dass man vor allem in den Bereichen richtig, richtig gut ist, die man mit Leidenschaft tut. Also könnten Sie ja mal überlegen, ob Sie die eine oder andere Leistung zukünftig nicht mehr forciert anbieten.

Und sicher blitzen beim Basteln am Portfolio auch Gedanken auf wie: ›Ui, ich hätte ja mal richtig Lust, X auch anzubieten. Da war doch dieses tolle Seminar, in dem ich gemerkt hab, dass ich dazu richtig Talent hab. Und das hat mir so viel Spaß gemacht!‹ oder: ›Hm, wenn ich y anbiete, wäre es doch eigentlich naheliegend, auch z anzubieten. Danach haben schon mehrere mögliche Kunden gefragt. Könnte ich das vielleicht? Oder kenne ich jemanden, mit dem ich mich zusammentun könnte, um gemeinsam auch z anzubieten?‹

Ein Leistungsangebot sollte lebendig bleiben – es verändert und entwickelt sich. Geben Sie ihm den Raum dazu, indem Sie bereit sind, es immer wieder mal ein wenig zu modifizieren. Das ist ja einer der Riesenvorteile für uns als Selbstständige: Wir sind grundsätzlich frei in unseren Entscheidungen, mit welchen Tätigkeiten und Themen wir unseren Beruf füllen. Nur müssen wir diese Freiheit auch nutzen und uns nicht trotzdem im Hamsterrad langweilen.

Von potenziellen Kunden gefunden werden

Vordergründig ist der folgende der wichtigste Grund, warum Sie Ihr Angebot dezidiert kommunizieren sollten: **Helfen Sie Ihren Wunschkunden, Sie als goldene Nadel im Mitbewerber-Heuhaufen zu finden.**

Wir spielen die klassische Suche nach einem passenden Kommunikationsdienstleister mal am Beispiel durch:

Typische Auftragsvergabe für eine Unternehmensbrochüre
Herr Müller möchte eine neue Unternehmens-Broschüre erstellen lassen. Unternehmens-Corporate Design und Style Guide existieren bereits. Die Broschüre muss also gemäß der bestehenden Vorgaben konzipiert, getextet und bebildert werden. Benötigt

werden also ein Konzeptioner, ein Texter und ein Grafiker. Oder ein Kommunikationsdienstleister, der alle Aufgaben in Personalunion erledigen kann.

Wenn er seine Hausaufgaben gut macht, überlegt Herr Müller sich vor Beginn seiner Dienstleistersuche genau, welche Leistungen der oder die Dienstleister seiner Wahl erbringen sollen. Durch diese Vorab-Eingrenzung erspart er sich nämlich viel unnötigen Recherche-Aufwand. Herr Müller hat nun prinzipiell drei Möglichkeiten, den oder die Dienstleister seines Vertrauens zu finden:

1. **Er folgt Empfehlungen von Freunden, Bekannten, Geschäftspartnern.**
Empfehlungen bilden tatsächlich den häufigsten Auslöser für Kaufentscheidungen oder Engagements von Dienstleistern. Was Sie selbst dafür tun können, empfohlen zu werden, erfahren Sie in Kapitel 8.
2. Er schaltet eine Anzeige für die **Projektausgeschrieben**, damit sich passende Dienstleister von sich aus bei ihm melden. Welche Job- und Auftragsbörsen für Kommunikationsdienstleister interessant sind, erfahren Sie im Anhang.
3. Herr Müller **recherchiert selbst im großen Internet-Pool** der Kommunikationsdienstleister. Was wird er also tun?
Genau: Er wird googeln. Er sucht nach ›Grafiker‹, ›Texter‹, ›Konzeptioner‹. Falls er sich noch nicht sicher ist, welche Art Dienstleister er genau braucht, gibt er vielleicht als Suchbegriffe ein: Text, Design, Unternehmensflyer, Flyer, oder Unternehmensbroschüre.

Damit Sie in Herrn Müllers Suchergebnissen auftauchen, müssen Sie sich also klar und deutlich auf Ihrer Website als Grafiker, Texter, Konzeptioner ausweisen. Und zwar unter Verwendung der häufigsten Suchbegriffe. Die Bezeichnung Ihrer

Tätigkeit sollte also – möglichst öfter, möglichst auch in Seiten-Überschriften und möglichst auch mit diversen Synonymen – auf Ihrer Website auftauchen.

Wenn Sie erwähnen, für welche Zwecke Sie texten, designen oder konzipieren, erhöhen Sie die Wahrscheinlichkeit, in Herrn Müllers Suchergebnissen aufzutauchen, weiter: Schreiben Sie also, dass Flyer, Broschüren, Bücher, Fachartikel ... zu Ihrem Leistungsspektrum gehören, auch wenn Ihnen selbst diese ausdrückliche Nennung überflüssig oder selbstverständlich erscheint.

Kurz: Definieren und kommunizieren Sie Ihr Leistungsangebot im Internet so eindeutig wie möglich.

Praxistipp: Nutzen Sie die Keyword-Suche von Google Adwords [bit.ly/h1WELR]

Nutzen Sie die Keyword-Suche von Google Adwords, um herauszufinden, mit welchen Begriffen Menschen nach den Tätigkeiten suchen, die Sie anbieten. Das Tool können Sie auch nutzen, wenn Sie kein Google-Adwords-Konto haben, bekommen dann nur etwas weniger Begriffe angezeigt. Aber für Ihre Zwecke reichen die angezeigten Begriffe absolut aus. Und verwenden Sie diese Begriffe dann natürlich auch in den Texten auf Ihrer Website.

Die Suchmaschinen werden es honorieren und Herr Müller wird ihnen danken.

Auch die Bildersuche können Sie sich zu Diensten machen

Wenn Herr Müller einige Recherche-Routine im Internet hat, kann er bei seiner Dienstleister-Suche auch noch anders vorgehen. Er geht über die Google-Bildersuche und gibt dort seine Suchbegriffe ein. Dann schaut er sich einfach die Beispiele an, die er dort findet. So kann er gleich feststellen, welche Arten von Layout und Stil ihm besonders zusagen. Wenn Herr Mül-