

Ausgebucht!

Erfolgreiches Online-Marketing für
Selbstständige

» Hier geht's
direkt
zum Buch

DAS VORWORT

Vorwort

Im Marketing wird gerne groß gedacht. Die Krux dabei, gängige Strategien und Taktiken sind meist nur auf große Unternehmen mit mehrköpfigen Teams und x-stelligen Budgets ausgelegt. Im Rahmen meiner Ausbildungen habe ich viele spannende Methoden, Frameworks und Fallbeispiele kennengelernt. Aber jedes Mal aufs Neue stellte ich mir die Frage: wie soll ich das als Selbstständige anwenden?

So entstand meine Mission, erfolgreiche Marketing-Methoden zu vereinfachen, herunterzubrechen und neu zu definieren, sodass sie auch von einer einzelnen Person umgesetzt werden können. Idealerweise noch dazu von jemandem, der selbst nichts mit Marketing am Hut hat. Denn als Selbstständige tragen wir sowieso schon so viele Hüte gleichzeitig.

Dieses Buch ist für dich, wenn du, so wie ich, Einzelunternehmer oder Solopreneurin bist.¹ Egal ob du noch ganz am Anfang deiner Selbstständigkeit stehst oder dir schon über die Jahre hinweg ein erfolgreiches Business aufgebaut hast, meine Anleitungen sind so gestaltet, dass sie in jeder Phase Anwendung finden können. Sogar Marketing-Profis werden vielleicht den einen oder anderen neuen Impuls entdecken.

Bevor du gleich tief in die Lektüre eintauchst, ist mir wichtig, dich vorzuwarnen: du bekommst hier keine Schritt-für-Schritt Anleitung zum Business-Erfolg. Denn, wie du noch öfter lesen wirst, gleicht kein Unternehmen und keine Strategie der anderen. Was für andere ganz großartig funktioniert, kann für dich ordentlich in die Hose gehen. Dieses Risiko nehme ich nicht in Kauf.

Viel eher bekommst du eine Anleitung zum »Selberdenken«, fundierte Methoden und inspirierende Fallbeispiele anhand derer du deine individuelle Marketing-Strategie ausarbeiten kannst. Auch das soll betont werden: es handelt sich hier um ein Arbeitsbuch. Nur wenn du wirklich in die Umsetzung kommst, werden meine vielen Anleitungen und Impulse auch Früchte tragen.

Neben der Motivation, das Gelernte anzuwenden, solltest du vor allem Neugierde mitbringen. Denn sie ist es, die uns dazu anregt, Neues unvoreingenommen auszuprobieren. Meine nicht zu sättigende Neugierde mache ich dafür verantwortlich,

Da ich sprachlich niemanden ausschließen möchte, wird in diesem Buch gegendert. Allerdings so, dass dein Lesefluss nicht eingeschränkt wird. Deshalb findest du eine bunte Mischung aus Gendersternchen, der weiblichen sowie männlichen Form. Du kannst aber jederzeit davon ausgehen, dass alle Personen, unabhängig ihres Geschlechts, ihrer Herkunft und Ethnie mitgemeint sind.

dass ich mir über die Jahre hinweg eine erfolgreiche Selbstständigkeit aufgebaut habe. Ich hinterfrage alles, höre nie auf zu lernen und scheue nicht davor, zu experimentieren. Schließlich möchte ich wissen, was für mich funktioniert und was eben nicht – sowohl im Marketing als auch im Business.

Dass diese beiden Bereiche gar nicht getrennt voneinander gedacht werden können, ist übrigens eines meiner Grundprinzipien als Marketing-Strategin. Zu oft habe ich die Erfahrung gemacht, dass Kampagnen in die Hose gingen oder viel Geld und Zeit verschwendet wurde, weil die angewendeten Marketing-Taktiken nicht auf ein klares Business-Ziel ausgerichtet waren. Du bekommst deshalb in Kapitel 1, »Start in die Selbstständigkeit«, und Kapitel 12, »So skalierst du dein Solo-Business«, Anregungen, deine Produkte oder Dienstleistungen so zu gestalten, dass sie sich beinahe von selbst vermarkten. Immer mit dem übergeordneten Ziel, dir mehr Umsatz zu erwirtschaften.

Dabei besinnst du dich nicht nur auf deine eigenen Stärken und Interessen, sondern immer auch auf die Bedürfnisse des Marktes. Wir alle wissen, dass wir unsere Zielgruppe definieren müssen, aber die wenigsten verstehen, was das wirklich bedeutet. Noch immer höre ich von meinen Kund*innen Sätze wie »Ich bin Coachin für Frauen Mitte 30.« Sorry, aber das ist keine Zielgruppendefinition. Wie du deine Wunschkundin wirklich verstehen lernst, um deine Angebote und Marketing-Taktiken passgenau auf sie zuzuschneiden, erfährst du in Kapitel 2, »Erste Schritte zu deiner Marketing-Strategie«.

Dieses bildet neben Kapitel 3, »Selbst zur Marke werden«, und Kapitel 4, »Deine erste Kundin gewinnen«, das Fundament für die erfolgreiche Umsetzung deiner Strategie. Du solltest die ersten vier Kapitel also genau in dieser Reihenfolge lesen und durcharbeiten.

Danach bist du aber völlig flexibel und darfst dich auf diejenigen Kapitel konzentrieren, die dich gerade am besten unterstützen. Bastelst du aktuell an deiner Website, wirf einen Blick auf Kapitel 5, »Dein digitales Schaufenster: deine Website«. Bist du dir unsicher, ob du nicht doch auf TikTok aktiv werden sollst, oder ob Instagram wirklich die richtige Plattform für dich darstellt, findest du hilfreiche Ratschläge in Kapitel 6, »Social Media für Selbstständige«. Die übrigen Kapitel beschäftigen sich mit weiteren Taktiken wie Content- und E-Mail-Marketing, dem Formulieren von Verkaufsbotschaften, dem Aufsetzen von Werbeanzeigen und dem Zeitmanagement als Selbstständige. Denn nur wenn du strukturiert und effizient arbeitest, wirst du die vielen Anleitungen und Impulse aus diesem Buch auch umsetzen können.

Du solltest aber nicht den Anspruch haben, dieses Buch von vorne bis hinten durcharbeiten. Betrachte es lieber als Nachschlagewerk, als treuen Begleiter auf

deiner Reise ins Abenteuer Selbstständigkeit, den du jederzeit wieder zur Hand nehmen kannst, wenn du vom Weg abgekommen bist oder dich verrannt hast.

Danksagung

Ein Buch entsteht keinesfalls im Alleingang. Auch wenn die Idee ein Marketing-Buch für Soloselbstständige zu schreiben von mir stammt, waren bis zum finalen Produkt, das du in den Händen hältst, zahlreiche großartige Menschen beteiligt. Allen voran danke ich meinem Lektor Stephan Mattescheck und dem Team vom Rheinwerk Verlag. Danke, dass ihr einer Gruppe Gehör verschafft, die sonst im Marketing gerne übersehen wird.

Ich bin selbst treue Rheinwerk-Leserin und fühle mich geehrt nun neben hochkarätigen Autor*innen wie Andreas Berens, Anne Grabs, Bianca Fritz, Carsten Bolk, Daniela Rorig, Irene Michl, Miriam Löffler und Thomas Herzberger in die Rheinwerk-Bibliothek einzuziehen. Sie alle haben mein Denken und Arbeiten beeinflusst und ohne sie wäre dieses Buch nicht das, was es ist.

Danke Robert Weller für den fachlichen Input und die hilfreichen Frameworks, die ich im Rahmen deines Content-Marketing-Kurses im Masterstudiengang Content-Strategie an der FH Joanneum kennenlernen durfte, die auch Einzug in dieses Buch gefunden haben. Danke auch für den Anstoß, in meiner Masterarbeit die Zusammenhänge zwischen Marketing- und Business-Strategie zu analysieren. Ich selbst hätte mir dieses Thema nicht zugetraut, obwohl es mir so am Herzen liegt.

An meine Co-Autorinnen Katja Hatvan und Lisa Koch: ohne euch wäre dieses Buch nicht möglich gewesen. Euer Wissen, eure Erfahrungen und Sichtweisen sind eine Bereicherung für die Marketing-Welt. Auch den weiteren Expertinnen, die in diesem Buch zu Wort kommen, Juristin Marie Micheel, Onlineunternehmerin Victoria Weber, Web-Designerin Steffi Friedel, Markenstrategin Isabel Reinhard und systemische Coachin Valerie Junger sowie allen Unternehmer*innen, die spannende Geschichten und Beispiele beigetragen haben, gebührt mein großer Dank.

Für das ehrliche Feedback und den unermüdlichen Einsatz danke ich meinen beiden Testleserinnen Steffi Friedel und Nadja Wolf-Fischer. Manchmal ist es gar nicht so einfach, seine Expertenbrille abzulegen. Danke, dass ihr mit eurem scharfen Blick dazu beigetragen habt, dieses Buch zugänglicher und verständlicher zu machen.

Das größte Dankeschön gebührt meiner Familie für die Unterstützung in diesem – doch manchmal nervenaufreibenden – Prozess. Danke Brandon, dass du mich so liebevoll umsorgt hast, wenn ich wieder einmal im Schreibtunnel war. Ohne dich hätte ich mich wahrscheinlich monatelang nur von Nudeln und Brot ernährt. Danke

auch, dass du so viele Tage und Nächte auf mich verzichtet hast, ohne ein einziges Wort darüber zu verlieren. Nur mit deiner Hilfe konnte ich meinen Traum, ein eigenes Buch zu schreiben, in Erfüllung bringen.

Dass ich diesen Traum überhaupt hege, verdanke ich meiner Mama. Danke, dass du mir Wissbegierde und Freude am Lernen schon in die Wiege gelegt hast. Danke fürs viele Vorlesen und die sprachliche Förderung von klein auf. Denn würde ich nicht so gerne schreiben, gäbe es dieses Buch nicht.

An Emily, die kurz nach diesem Buch das Licht der Welt erblicken wird: du stellst schon jetzt mein Leben auf den Kopf. Auch wenn ich meine Arbeit liebe, gibt es nichts mehr Wichtigeres als dich. Ich kann es kaum erwarten, dich kennenzulernen.

Und zum Schluss danke ich dir, liebe Leserin und lieber Leser. Ich weiß es zu schätzen, dass du mir dein Vertrauen schenkst und ich dir mit Rat und Tat zur Seite stehen darf. In einer Zeit, in der wir Wissen am liebsten häppchenweise unterhaltsam aufbereitet bekommen, bedeutet es so viel, dass du dir die Zeit nimmst, mein Buch zu lesen. Da Bücher jedoch eine sehr einseitige Form der Kommunikation darstellen, würde ich mich freuen, persönlich mit dir in Verbindung zu treten. Wir alle haben so spannende Geschichten zu erzählen, auch du. Teile sie gerne mit mir. Du findest mich auf

- meiner Website: anna-turner.com
- Instagram: [instagram.com/annaturnersocial](https://www.instagram.com/annaturnersocial)
- und LinkedIn: [linkedin.com/in/annaturnersocial](https://www.linkedin.com/in/annaturnersocial)

Jetzt aber viel Freude beim Lesen von »Ausgebucht!«.

Alles Liebe und pass auf dich auf

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'A. Turner'. The signature is fluid and cursive, with a long horizontal stroke at the end.