



Erreichen Sie mit

Klarheit und der richtigen Strategie

Ihre Wunschkunden on- und offline.

Workbook

Wie werden Solo-
Selbständige und
Freelancer zur Marke?

Haben Sie sich auch schon mal gefragt, warum es anderen Selbständigen scheinbar leichtfällt, überall und ständig präsent zu sein? Die von den richtigen Kunden gefunden werden und deren Erfolg direkt aus jedem Bild und jedem Text spricht? Arbeiten diese Solo-Selbständigen und Freelancer anders? Oder sind sie vielleicht sogar besser in dem, was sie tun?

Das Geheimnis dahinter: Solo-Selbständige und Freelancer, deren Erfolg auf Sichtbarkeit und Reichweite aufbaut, arbeiten mit einer durchdachten Strategie. Einem roten Faden in ihrer Kommunikation, der ihren Content lesenswert macht und deren Inhalte ihre Wunschkunden ohne Umwege erreicht.

Die gute Nachricht: Erfolgreiche Unternehmer müssen nicht immer und überall gleichzeitig präsent sein. Sie brauchen auch kein Raumfahrt-Studium abschließen oder teure Software kaufen. Content Marketing ist unaufdringliches Marketing, das die Werte Ihrer Arbeiten in den Vordergrund stellt, auch ohne, dass Sie zum Marktschreier werden müssen.

Dieses Workbook ist Teil meines neuen Formats #faktenfreitag, einer Reihe von Kurzvideos, die ich jeden Freitag auf Instagram und Facebook veröffentliche und deren Inhalte Sie dabei unterstützen, Ihre individuelle Sichtbarkeits-Strategie zu finden und umzusetzen.

Die dazugehörigen Workbooks stehen jeweils ab der Folgeweche gratis auf meiner Internetseite www.die-Textmanufaktur.de/gratis zur Verfügung. Sie vertiefen zum einen die Impulse aus den Kurzvideos, enthalten aber auch Anregungen und Tests, die Sie unterstützen.

Das Ziel: Klarheit über Ihre individuelle Sichtbarkeits-Strategie, mit der Sie sich als Solo-Selbständiger wohlfühlen und die Sie auch in Ihrem Tagesgeschäft umsetzen können. Und eine Anleitung, mit der Ihnen genau das problemlos gelingt.

Viel Erfolg! 😊

Alexandra Wittke

Können Solo-Selbständige und Freelancer überhaupt zur Marke werden?

Wenn wir Marken hören, denken wir direkt an Nivea, Ikea oder auch Obi, eher seltener an Personen. Dabei gibt es sie. Und sie müssen auch nicht immer auf den ganz großen Bühnen der Popularität zuhause sein. CR7 (Christiano Ronaldo) ist es zwar, aber auch sein deutscher Kollege Thomas Müller ist eine Marke. Genauso wie Axel Prahl oder Greta Thunberg.

Wir verbinden mit ihnen bestimmte positive Eigenschaften und Verhaltensweisen, die sie charakterisieren und sie damit einzigartig machen. Sie haben einen hohen Wiedererkennungswert und können auf den ersten Blick direkt zugeordnet werden. Alle Eigenschaften, die wir auch von den großen, bekannten Marken aus den Anfangsbeispielen kennen.

Also ja: Auch Solo-Selbständige und Freelancer können – und sollten sogar – zur Marke werden!

Warum ist das Personal Branding für Solo-Selbständige und Freelancer so wichtig?

Wenn Einzelunternehmer nicht gerade in einer absoluten Nische tätig sind – und das sind die wenigsten! – stehen dem Erfolg zwei grundsätzliche Herausforderungen im Weg:

- 1.) Der Markt ist heiß umkämpft, die Anzahl der Marktbegleiter und Wettbewerber entsprechend hoch. Dadurch fällt es schwer, in der Masse von Angeboten sichtbar zu werden und Reichweite zu generieren.
- 2.) Die Positionierung ist nicht eindeutig (genug), eigentlich gute Angebote & Dienstleistungen gehen unter, werden nicht oder von den falschen Kunden wahrgenommen.

Mit Personal Branding

- stehen Sie für klare Botschaften und Werte.
- werden Sie als Experte oder Fachmann auf Ihrem Gebiet wahrgenommen.
- Assoziieren Käufer bestimmte Nutzen und Eigenschaften mit Ihnen, Ihren Produkten oder Dienstleistungen.
- stechen Sie durch eine klare Positionierung aus der Masse heraus und werden wahrgenommen.
- finden Kunden zu Ihnen, aufwendige Akquise entfällt.

Wie entwickeln Solo-Selbständige und Freelancer ihren „Personal Brand“?

Schritt 1: Über Ihre Positionierung

Ja, vermutlich mussten Sie gerade schmunzeln: In allen #faktenfreitag-Folgen taucht das Wort Positionierung auf. Und ja, es stimmt, Sichtbarkeit, Reichweite und Erfolg hängen unmittelbar mit Ihrer Positionierung zusammen. Auch, wenn Sie bereits seit Jahren am Markt sind, überprüfen Sie daher regelmäßig, ob Ihre Positionierung noch aktuell und vor allem spitz genug ist.

Wenn Sie gerade erst am Anfang Ihrer Selbständigkeit stehen, auch hier meine Empfehlung:

Positionierung, Positionierung und nochmal Positionierung!

Erst, wenn Sie hier Klarheit haben, sind Sie in der Lage, all das, was Ihnen wichtig ist auch zu kommunizieren!

Das beginnt bereits mit Ihrer Webseite: Welche Inhalte können Sie erstellen, wenn Ihnen nicht klar ist, was Sie für wen anbieten?

Die folgenden Faktoren unterstützen Sie bei Ihrer Positionierung:

Wofür stehen Sie als Solo-Selbständiger oder Freelancer?

Was ist Ihr Thema? Wie können Sie andere bei ihren Herausforderungen unterstützen? Welche Dinge können Sie ganz besonders gut? Was schätzen andere an Ihnen, Ihren Produkten und Dienstleistungen?

Was ist Ihr „Warum“, Ihr Antrieb und Ihre Motivation?

Jeder Unternehmer hat eine Vision, der er mit seiner Selbständigkeit folgt. Das können Eigenschaften sein, aber auch Vorstellungen oder bestimmte Werte. Ein Beispiel: Sie sind Fotograf und Sie sind überzeugt davon, dass jeder fotogen ist. Ihr Antrieb ist es also, Ihre Wunschkunden davon zu überzeugen, dass jeder schöne Fotos von sich machen lassen kann.

Kompetenzen, Fertigkeiten und Fähigkeiten können auch Teil Ihrer Motivation sein. Im Beispiel mit dem Fotografen wäre das etwa, dass Sie empathisch und einfühlsam sind und Ihren Wunschkunden damit die Scheu vor der Kamera nehmen.

Für wen arbeiten Sie, wem helfen Sie bei seiner Herausforderung?

Zu einer Positionierung gehört auch die Zielgruppe, also die Personen, die von Ihren Produkten oder Dienstleistungen profitieren. Verschaffen Sie sich auch hier Klarheit und definieren Sie Ihre Zielgruppe so transparent wie möglich. Je mehr Sie über Ihre Wunschkunden wissen, um so leichter fällt es Ihnen, Ihre Positionierung im weiteren Schritt zu kommunizieren.

Mein Tipp: Wenn Sie unsicher sind, wie Sie Ihre Zielgruppe konkret definieren können, im Workbook zum Teil 2 des #faktenfreitag gibt es eine detaillierte Anleitung, die Sie dabei unterstützt. Laden Sie es sich gerne herunter, auch hierbei ist keine Anmeldung notwendig.

Was ist Ihre Lösung, warum sollten Ihre Wunschkunden bei Ihnen (und nicht woanders) kaufen?

„Dieser Punkt bereits in der Positionierung?“ Ja, unbedingt, Ihre Lösung gehört definitiv auch zu Ihrer Positionierung! Menschen kaufen Lösungen, keine Produkte. Sie wollen eine Herausforderung meistern und suchen den besten Weg dafür. Bleiben wir beim Fotografen:

Er verkauft zwar ein Produkt, die fertigen Fotos, die Herausforderung, die seine Kunden bewältigen müssen, ist, ein natürlicher Umgang mit der Kamera, um die Scheu zu verlieren:

„Als empathischer Fotograf setzte ich Sie in Szene und erstelle Fotos, die natürlich wirken und Sie von Ihrer besten Seite zeigen.“

Schritt 2: Über Ihre Sichtbarkeit

Haben Sie Ihre Positionierung klar definiert, müssen die darin enthaltenen Botschaften auch kommuniziert werden. Dazu geeignet ist Ihre Webseite, aber auch soziale oder berufliche Netzwerke, Presse- und Fachartikel oder Blogbeiträge. Wichtig ist, dass Sie konsistent kommunizieren und Ihre Werte und Botschaften für Ihre Kunden greifbar machen. Seien Sie authentisch, bleiben Sie persönlich und verbindlich in allem, was Sie kommunizieren. Das steigert auch Ihren Wiedererkennungswert, da Ihr Name mit bestimmten Faktoren in Verbindung gebracht wird.

Reichweite bedeutet übrigens nicht, Tausende Follower oder Fans zu haben. Entscheidend ist die Qualität Ihrer Kontakte, die sich mit einer eindeutigen Positionierung auch automatisch erhöht.

Schritt 3: Über Ihre Reichweite

Gute Arbeit spricht sich herum, zufriedene Kunden empfehlen weiter, kaufen wieder und steigern damit Ihre Reichweite. Zusätzlich machen Sie sich wiedererkennbar, indem Sie transparent und klar kommunizieren, Ihre Sichtbarkeit also weiterhin ausbauen.

Zusammenfassung

Personal Branding bedeutet gerade für Solo-Selbständige und Freelancer, Ihre Produkte und Dienstleistung einer breiten Öffentlichkeit zu präsentieren, ohne in der Masse unterzugehen. Dabei muss ein Markenbranding nicht unbedingt teuer und langwierig sein. Mit den genannten Schritten und deren konsequente Umsetzung gelingt ein sukzessives Branding auch ohne riesiges Markenbudget! Und es hilft, sich als Experte zu positionieren und von den richtigen Kunden wahrgenommen zu werden.

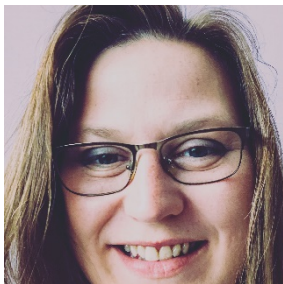
Wie geht es jetzt weiter?

Folgen Sie mir unter dem Hashtag #faktenfreitag auf Instagram (@alexandra.wittke) oder Facebook (@ContentMarketingmitMehrwert), um keine Impulse und Anregungen zu verpassen.

Schauen Sie gerne auch mal hinter die Kulissen meiner Arbeiten auf meiner Webseite www.die-Textmanufaktur.de. Auf meinem Blog gibt es außerdem weitere Impulse zu den Themen Sichtbarkeit, Reichweite und Business-Mindset.

Sie möchten bereits jetzt mit Ihrer individuellen Sichtbarkeits-Strategie starten, Ihnen fehlen aber noch Impulse? Mein 1:1 Mentoring-Programm für Solo-Selbständige und Freelancer startet wieder ab Ende August. Schicken Sie mir für weitere Informationen gerne eine E-mail mit dem Betreff „Sichtbarkeits-Mentoring“ an alexandra.wittke@die-Textmanufaktur.de

Bis nächsten Freitag! 😊



Ich bin Alexandra Wittke und ich unterstütze Solo-Selbständige und Freelancer dabei, den roten Faden in ihrer Kommunikation zu finden und mit der richtigen Strategie ihre Wunschkunden on- und offline zu erreichen.

Als Content Creator und Expertin für organische Sichtbarkeit & Reichweite bin ich Texterin, Ideenfinderin und Impulsgeberin zugleich. Ich liebe es, für meine Kunden den Mehrwert ihrer Arbeit in Worte zu fassen, die Bilder im Kopf entstehen lassen und nachwirken.

Und ich bin überzeugt davon, dass jeder Solo-Selbständige mit der richtigen Strategie auch ohne riesiges Marketingbudget sichtbar werden kann.