

Der Textletter im Januar 2011 Hier finden Sie Ideen und Impulse rund um glaubwürdiges Marketing



Inhalt

Warum unternehmerisches Denken vielen Selbstständigen schwer fällt ... und warum es so wichtig ist

Mein neues Weblog geht online: www.viva-akquise.de

Aktuell: Support-Kontingente und mehr

Textletter empfehlen, abbestellen, Kontakt aufnehmen

Warum unternehmerisches Denken vielen Selbstständigen schwer fällt ...

Wie sehen Sie sich selbst - wie wollen Sie von anderen gesehen werden? Betrachten Sie sich als Unternehmer/in? Es ist wichtig, wie Sie von sich reden. Denn Worte haben große Kraft und machen oft einen gewaltigen Unterschied - sie drücken Ihr Selbstverständnis aus und unterstützen oder behindern Sie bei Ihren Zukunftsplänen.

Als ich mich vor fast 15 Jahren selbstständig gemacht habe, lag mir nichts ferner als mich als Unternehmerin zu bezeichnen. Ich hatte gerade eine mehrjährige Anstellung in einer PR-Agentur beendet und war nun auf dem Weg auf eigene Rechnung PR und Marketing anzubieten. Zunächst war ich als Freelancer überwiegend für eine Werbeagentur tätig - in gewissem Sinne war ich schein-selbstständig.

Aber auch als ich mit zwei Partnern eine eigene PR-Agentur gründete, ist mir die Aussage "Ich bin Unternehmerin" nicht über die Lippen gekommen. Als PR-Expertin, als Texterin, als Beraterin habe ich mich verstanden.

Das hat sich inzwischen geändert. Natürlich bin ich immer noch Marketingberaterin und Texterin, aber das ist nur die eine Seite. Zugleich erlebe ich mich als Unternehmerin. Vielleicht erst seitdem ich mich von meinen Geschäftspartnern getrennt und nun allein für mein business verantwortlich bin, ist mir die unternehmerische Einstellung ebenso wichtig wie die fachliche.

Von dem Moment an als ich mich als Unternehmerin erlebt habe, verschob sich mein Fokus. Meine Gestaltungskraft spielte plötzlich eine große Rolle. Das aktive Einflussnehmen auf die Geschicke des eigenen Geschäfts wurde mir mindestens genau so wichtig wie meine fachlich gute Leistung. Als Angestellte und Freiberuflerin war ich vor allem darauf bedacht, meine Vorgesetzten und Auftraggeber zufrieden zu stellen. Als Unternehmerin steht natürlich der Erfolg meiner Kunden auf Platz 1, aber das Wachsen und Gedeihen - also dauerhafte Florieren - meines Unternehmens befindet sich gleichberechtigt auf dem Siegereppchen. Denn ohne dieses Florieren würde ich schon bald schließen müssen und somit könnte somit keinen Menschen mehr zum Erfolg verhelfen.

Heute ist mir klar, warum es mir anfangs schwer fiel, als selbstständige Beraterin unternehmerisch zu denken. Es lag an Mustern, die viele Selbstständige verinnerlicht haben:

- Sich überwiegend mit seiner fachlichen Leistung identifizieren
- Sich in erster Linie als Lieferant von guter Qualität betrachten
- Sich in dem Glauben halten, dass einem die Arbeit - wie bei Angestellten und Freiberuflern - immer weiter automatisch auf den Tisch geschoben wird

Natürlich ist gegen das Engagement für fachliche Leistungen von guter Qualität nichts einzuwenden. Die Gefahr liegt in der Ausschließlichkeit. In meiner Entwicklung von der Angestellten über die selbstständige Freiberuflerin bis zur Unternehmerin habe ich gelernt: Es reicht nicht, fachlich gut zu sein. Es reicht einfach nicht. Wenn ich ein Unternehmen führen will, sind auch unternehmerische Qualitäten gefragt. Qualitäten, die helfen, ein business zum Florieren zu bringen:

- Verantwortung für das Wachsen und Gedeihen des eigenen Unternehmens übernehmen
- Lernen und umsetzen, was es braucht, sein Unternehmen auf eine qualitativ und finanziell solide Basis zu stellen
- Vorausschauen, Marktentwicklungen beobachten und Chancen für die Unternehmensentwicklung nutzen

Die unternehmerische Sichtweise fällt oft leichter, wenn die Beziehung zur verkauften Ware nicht so eng ist, wie das meist bei Dienstleistungen der Fall ist. Wenn Sie Stoffblumen in eigener Fabrik herstellen lassen und vertreiben, können Sie voller Leidenschaft dafür sein. Meist fällt es aber leichter auf eine gesunde Distanz zu dem Produkt zu gehen. Wenn zum Beispiel einmal eine Fuhre Mängel aufweist und Beschwerden ernet, nehmen Sie das hoffentlich ernst, aber nicht allzu persönlich. Dieser Abstand fällt vielen bei persönlichen ausgeführten Dienstleistungen nicht so leicht. Ich zum Beispiel konnte zu Anfang meiner Laufbahn Kritik an meinen Texten nur schwer verkraften. Heute will ich ehrlich herausfinden, ob die Einwände helfen könnten, den Text noch besser zu machen.

Gerade Coachs, Trainer, Therapeuten, Kreative wie Grafiker, Fotografen, Texter und Berater aller Branchen identifizieren sich oft stark mit der eigenen Leistung. Sie sind Produzent und Verkäufer zugleich. Ein Rollenwechsel, der schwer fallen kann. Schnell schnappt die Perfektionismus-Falle zu: Die Produkte (Coaching-Sitzungen, Seminare, grafische Arbeiten, Texte etc.) können aus fachlicher Sicht vermutlich immer weiter verbessert werden. Auch ich halte Top-Leistung für anstrengenswert. Aber: Die Wertschätzung für unternehmerisches Denken und Handeln darf dabei nicht auf der Strecke bleiben.

Wer seine gesamte Energie ausschließlich in die fachliche Seite seines Unternehmens steckt, wird über kurz oder lang in einer Sackgasse landen. An einem "dead end", an dem es nicht mehr weiter geht und Umkehr gefragt ist. Es gibt in der echten Selbstständigkeit eben keinen Zuschieber von Aufträgen, der dafür sorgt, dass der Schreibtisch immer gleichmäßig gut gefüllt ist mit Arbeit. Wir selber müssen uns darum kümmern, Leistungen nicht nur gut zu verkaufen, indem die Qualität überzeugt, sondern auch, indem wir sie gut vermarkten. Wir müssen uns Marketing in seinem umfassenden Sinne kümmern. Ich rede von den berühmten 4 P - Produkt / Preis / Platzierung / Promotion. In aller Kürze betrachtet: Welche Produkte wollen wir wem anbieten? Welchen Preis sollen die Produkte erzielen? Wie und wo wollen wir sie platzieren - also an Kunden bringen? Wie wollen wir für unsere Angebote werben?

Marketing ist eine entscheidende Säule für jeden Unternehmer - nicht die einzige, aber eine der wichtigsten.

Deshalb betreibe ich zum Beispiel diesen Newsletter und neuerdings auch wieder ein Blog. Weil ich gerne mein Erfahrungswissen in meinem Fach mitteile - und weil ich es aus unternehmerischer Sicht für wichtig halte, mit Interessenten wie Ihnen regelmäßig in Kontakt zu bleiben und neue potenzielle Kunden aktiv anzusprechen.

Was werden Sie tun, um 2011 ein florierendes Unternehmen zu führen?

Vielleicht wollen Sie sich gleich zu Jahresanfang unterstützen lassen auf Ihrem Weg zum unternehmerischen Denken und Handeln? Dann könnten meine Support-Kontingente das Richtige für Sie sein. Damit können Sie sich sehr flexible Hilfe beim Marketing holen. Bei Ihren Texten für Website, Broschüre, Briefe etc. und bei den Strategien für Ihr Unternehmen in Bezug auf Ihr Angebot und deren Verbreitung.

Lesen Sie weiter unten mehr darüber (Aktuelle Angebote).

VIVA-Akquise-Blog geht online

Unter viva-akquise.de finden Sie ab sofort meinen neuen Blog. Darin schreibe ich über alles, was glaubwürdiges Marketing betrifft. Schauen Sie doch mal vorbei. Es geht um Akquise für Dienstleister / Corporate Identity / Text + Text-Coaching und vieles mehr. Sie können auch einen RSS-Feed abonnieren (orange-weißer Button) und so immer informiert werden, wenn ein neuer Beitrag erschienen ist.

Auf meinem VIVA-Akquise-Blog können wir miteinander ins Gespräch kommen und Erfahrungen austauschen. Schreiben Sie einfach Ihre Gedanken, Fragen und Ansichten als Kommentar im Blog. Führen Sie auch ein Blog? Dann vernetzen Sie sich mit mir!
www.viva-akquise.de

Aktuelle Angebote

Support-Kontingente sind mein Angebot an Sie, mit dem ich Ihren Unternehmenserfolg auf besonders flexible Weise unterstützen kann. Sie holen sich genau dann, wann Sie es brauchen genau so viel Hilfe, wie Sie gerade benötigen.

Support-Kontingente gibt es als 5-, 10- oder 20-Stunden-Paket und sie sind günstiger als die Buchung von Einzelstunden. Wir arbeiten per Telefon und E-Mail an Ihren aktuellen Themen - ich unterstütze sie bei Ihren Texten und Strategien - und liste für Sie im Detail auf, was wir wann bearbeitet haben. So behalten Sie immer den Überblick über Ihr Kontingent, das Sie so schnell oder langsam verbrauchen können, wie es Ihre unternehmerische Entwicklung erfordert.

Fordern Sie die ausführliche Leistungsbeschreibung "Support-Kontingente" an - per Telefon unter +49(0)30 / 45 03 10 35 oder per E-Mail an info@annjaweinberger.eu

VIVA-Akquise-Programm

Gleich im neuen Jahr Kunden gewinnen mit dem VIVA-Akquise-Programm

Mein VIVA-Akquise-Programm - mit 90-seitigem Selbstlern-Ratgeber sowie persönlichen Beratungs- und Unterstützungseinheiten - gibt es in mehreren Varianten - je nachdem, wie viel „Eigenleistung“ Sie beim Bau Ihrer individuellen Akquise-Strategie einbringen wollen. Sie eignen sich das Know how an, das Sie zur Kundengewinnung benötigen, lernen viel über unaufdringliche und zugleich effektvolle Akquise, starten chancenreiche Akquise-Aktionen, verbessern Ihre Marketing-Texte - alles mit meiner intensiven Unterstützung. Hier erfahren Sie mehr über das [VIVA-Akquise-Programm](#).

Tipp-Booklet "So verlieren Sie Ihre Scheu vor Akquise"

Sie können nicht an einem Seminar in Berlin teilnehmen? Für alle, die sich noch etwas genauer mit der Kundengewinnung beschäftigen wollen: Bestellen Sie mein Tipp-Booklet "So verlieren Sie Ihre Scheu vor Akquise" für 10,- Euro inkl. MwSt. mit 30 sofort umsetzbaren Gedankenanstößen bringen Sie Schwung ins Kunden gewinnen. Sie bestellen einfach, indem Sie das Stichwort "Tipp-Booklet Akquise" sowie Ihre Rechnungsadresse mailen an info@annjaweinberger.eu

Cleverreach auch für Ihren Newsletter

Informieren Sie sich über den Service von Cleverreach unter www.cleverreach.de - und wenn Ihnen das Angebot gefällt, melden Sie sich über folgenden Link an:
<http://www.cleverreach.de/frontend/?rk=4223uirsvny>

Textletter weiter empfehlen, abbestellen, Kontakt aufnehmen
Bitte empfehlen Sie den Textletter weiter, wenn er Ihnen gefällt. Verschicken Sie einfach den [Anmelde-Link](#).

Wenn Sie den Textletter nicht mehr erhalten möchten, melden Sie sich einfach ab (siehe unten). Auch wenn Sie sich mit einer veränderten E-Mail-Adresse eintragen wollen, nutzen Sie bitte diesen Link und melden sich anschließend mit Ihrer neuen E-Mail-Adresse wieder an.

Wenn Sie diese E-Mail (an: {EMAIL}) nicht mehr empfangen möchten, können Sie diese [hier](#)

abbestellen.
IMPRESSUM

Herausgeber:

Annja Weinberger
Annja Weinberger Communications
Agentur für Authentische Kommunikation
Ilsestrasse 23
D-12051 Berlin

UST-ID-NR.: DE 255 38 3772

E-Mail: info@annjaweinberger.eu
Telefon 0049 (0) 30 / 45 03 10 35
<http://www.annjaweinberger.eu>
<http://www.flyeroptimal.de>
<http://experimentier-blog.im-blog.de/>

Ich unterstütze Unternehmer/innen dabei, sich glaubwürdig und erfolgreich zu vermarkten.

BUCH-NEUERSCHEINUNG

„Corporate Identity - Großer Auftritt für kleine Unternehmen

Mit der VIVA-Formel zum Erfolg“

von Annja Weinberger

Stiebner Verlag

<http://www.stiebner.com/controller.php?cmd=detail&isbn=9783830713784&verlag=0>

April 2010, 176 Seiten, 4-farbig, 24,- Euro

BUCH-VERÖFFENTLICHUNG

"Flyer optimal texten, gestalten, produzieren"

von Annja Weinberger

Mit 36 farbigen Beispielen, 14 Checklisten und vielen Praxis-Tipps

Verlag: <http://www.stiebner.com/controller.php?cmd=suche&verlag=0&suche=Flyer>

Zweite Auflage: März 2009; 168 Seiten, 4-farbig, 24,- Euro