

# CHECKLISTE SELBSTVERMARKTUNG FÜR KREATIVE



MICHAEL OMORI KIRCHNER



Hallo,

mein Name ist Michael Omori Kirchner und ich arbeite seit vielen Jahren als **Trainer, Mentor und Coach** im Bereich Marketing und Kundengewinnung für Kreative.

In dieser Zeit habe ich viele Menschen kennengelernt, die hervorragende Arbeit leisten, aber Schwierigkeiten haben, von ihrer Arbeit leben zu können. Weil es immer wieder eine Herausforderung ist, sich seiner eigenen Stärken bewusst zu werden und Kunden zu überzeugen.

**Meine Mission ist, genau diesen Menschen zu helfen.**

Und zwar, indem ich ihnen einen Weg zu authentischem und persönlichem Marketing zeige.

**Marketing, das zu ihnen passt und auf eine angenehme Art Kunden überzeugt.**

Lass Dich von mir inspirieren und über-nimm die Dinge, die für Dich passen, in Deine tägliche Arbeit!

**Mach etwas. Jetzt!**

Beste Grüße Michael

P.S.: Ich wähle die Anrede als „Du“-Form und hoffe, dass das für Dich in Ordnung ist. Das soll kein mangelnder Respekt sein, sondern Ausdruck für Wertschätzung und Kollegialität.

## Dein Angebot

Wenn wir erfolgreich sein möchten, müssen wir in der Lage sein, die Bedürfnisse unserer Kunden aufzugreifen und unser Angebot dementsprechend auszurichten.

Dabei ist es hilfreich, Wert auf die folgenden Punkte zu legen:

### Kunden verstehen

Was möchte der Kunde eigentlich? Die naheliegende Antwort (unsere Dienstleistung) führt nicht weit genug.

Wir liefern nur auf den ersten Blick ein Produkt oder eine Dienstleistung.

Eigentlich

- lösen wir ein Problem
- bieten wir einen Nutzen
- erfüllen wir einen Wunsch.

Der Kunde eines Fotografen benötigt beispielsweise ein Porträtfoto für seine Website, das ihn vertrauenswürdig und kompetent zeigt, damit er neue Kunden von sich überzeugen kann.

Die Webdesignerin unterstreicht mit der Website für einen Steuerberater dessen professionellen Anspruch.

Nur wenn wir diese Wünsche genau kennen, können wir unsere Kunden davon überzeugen, dass wir ihre Anforderungen erfüllen können.

## Erstklassige Arbeit

Ohne eine erstklassige Qualität unserer Produkte ist jede weitere Kundengewinnungsmaßnahme sinnlos.

Mit unseren Arbeiten sollten wir den aktuellen Kundenbedarf treffen und dürfen uns nicht hinter Konzepten verstecken, die vielleicht vor 10 Jahren angesagt waren.

Um das zu erreichen, sind regelmäßige Schulungen und eine ständige Weiterentwicklung erforderlich.

### Persönlichkeit

Wir verkaufen nicht nur unsere Arbeit, sondern auch uns selbst als Person.

Wenn eine Zusammenarbeit mit uns keinen Spaß macht, werden wir einen Kunden kaum davon überzeugen können, noch einmal zu uns zu kommen oder uns weiterzuempfehlen.

Das fängt bereits beim ersten Kundenkontakt an:

Wenn ein Kunde anruft, sollte er bemerken, dass wir uns auf die Zusammenarbeit mit ihm freuen und es gar nicht abwarten können, endlich loszulegen.

Und wenn das Ergebnis dann auf dem Tisch liegt, sind wir voll und ganz von der Qualität überzeugt.

Wenn wir nicht davon überzeugt wären, wie sollten wir es unseren Kunden dann begreiflich machen?

## **Positionierung**

Als Allrounder wird es in der heutigen Zeit schwierig. Nur wer für seine Dienstleistung eine klare und einfache Botschaft hat, kann erwarten, dass sie in dem Marketing-Geklingel der vielen andere Anbieter nicht untergeht.

Um seine Positionierung zu finden, kann man sich beispielsweise die Fragen stellen:

- Was kann ich besser, als jeder andere Anbieter?
- Was ist das Besondere an meinen Arbeiten?

Erst wenn ich das selber ganz genau weiß, kann ich diese Botschaft überzeugend meinen Kunden vermitteln.

## **Sichtbarkeit**

Kunden finden nur dann zu uns, wenn wir sichtbar genug sind.

Dafür sind wir genau dort präsent, wo unsere Kunden nach unserem Produkt oder unserer Dienstleistung suchen.

Privatkunden beispielsweise nutzen häufig die Google-Suche oder sind auf Facebook und anderen sozialen Netzwerken. Daher ist eine gute Suchmaschinenoptimierung sowie ein Präsenz in den sozialen Medien wichtig.

Business-Kunden legen Wert auf eine persönliche Beziehung, bevor ein großer Auftrag vergeben wird. In diesem Umfeld sind Akquisegespräche und

persönliche Kontakte zielführend.

Besonders wertvoll ist das eigene Netzwerk, denn viele Beauftragungen kommen durch Weiterempfehlungen und persönliche Beziehungen zustande.

## **Kollegialität**

Andere Selbstständige sehen wir nicht als Konkurrenten an, sondern suchen eine vertrauensvolle Zusammenarbeit. Manch ein Auftrag lässt sich gemeinsam besser bewältigen und Anfragen, die wir selber nicht wahrnehmen können, geben wir in die guten Hände des Kollegen.

## Marketing-Maßnahmen

Wenn Du Dich für meinen Newsletter angemeldet hast, werde ich Dir ab sofort jede Woche neue Anregungen zuschicken. Ich stelle Dir viele Möglichkeiten vor, Kunden von Dir zu überzeugen.

Hier vorab schon einmal ein paar Anregungen:

### 1. Deine eigene Website

Eine ansprechende, moderne Website, die auch auf Mobilgeräten gut dargestellt wird, sich einfach navigieren lässt und sehr schnell einen Eindruck von deinem Angebot bietet, ist eine Grundvoraussetzung für erfolgreiches Marketing.

Eine gute Website erfüllt vor allem folgende Ziele:

- Sie weckt Interesse und zeigt den Nutzen auf.
- Sie baut eine Beziehung zum Besucher auf.
- Sie animiert dazu, Kontakt aufzunehmen.

Ein Verkauf muss nicht unbedingt bereits auf der Website erfolgen. Dafür ist im persönlichen Gespräch noch Gelegenheit.

### 2. Suchmaschinenoptimierung

Über eine funktionierende Suchmaschinen-Optimierung finden die richtigen Interessenten auf Deine Website.

Zur Suchmaschinenoptimierung (SEO) gehören vor allem

- Onpage-Optimierung: Darstellung der Inhalte auf der Website, sodass sie von Suchmaschinen als relevant und hochwertig eingeschätzt wird.
- Externe Links: Verlinkungen von anderen Webseiten und dem sozialen Netzwerk beweisen die Relevanz und Beliebtheit der eigenen Seite.
- Benutzer-Erfahrung: Die Suchmaschinen registrieren heute sehr genau, wie zufrieden ein Besucher mit der Website ist und richten das Ranking daran aus. Daher optimieren wir unsere Seite so, dass sie wertvolle Information enthält und die Erwartungen des Besuchers erfüllt.

### 3. Google Adwords

Wir können uns mit einem Werbebudget in die Suchergebnisliste von Google einkaufen und holen die Nutzer in dem Moment ab, in dem sie offensichtlich einen Bedarf haben.

Wer z.B. nach dem Begriff „Steuerberater Frankfurt“ bei Google sucht, plant sehr wahrscheinlich tatsächlich einen Steuerberater zu beauftragen.

Bezahlt wird pro Klick auf deinen Link (ca. 1,00 bis 2,00 Euro).

### 4. Content Marketing

Über Veröffentlichung, beispielsweise im eigenen Blog oder Podcast, lieferst Du wertvolle Inhalte und zeigst Du Deine eigene Kompetenz. So baust Du

Vertrauen auf und bindest Interessenten an Dich.

## **5. Social Media Marketing**

In welchen sozialen Medien sind Deine Kunden unterwegs? Dort solltest Du auch präsent sein, Menschen helfen und damit Deine Marke aufbauen.

Außerdem findet in den sozialen Medien wie Facebook, Instagram etc. eine Weiterempfehlung statt. Lieferst Du gute Arbeit, spricht sich das sehr schnell herum.

## **6. Facebook Werbung**

Facebook bietet sehr zielgerichtete Werbemöglichkeiten (nach Alter, Geschlecht, Wohnort, Interessen, Beruf, Hobbies etc.). Du kannst also genau festlegen, wer deine Werbung sehen soll.

Im Gegensatz zur Google Werbung triffst Du die Benutzer zu einem anderen Zeitpunkt, nämlich dann, wenn sie sich eigentlich unterhalten möchten.

## **7. eMail Marketing:**

Deine eigene eMail Liste ist ein wertvoller Kanal zu Interessenten und Kunden. Mach nicht den Fehler, diese Liste ausschließlich für Werbenachrichten einzusetzen, sondern versende wertvolle Informationen und nur gelegentlich etwas Werbung für Deine Leistung.

Ganz wichtig: Die eMail Liste ist in Deiner eigenen Hand. Eventuelle Algorithmus-Änderungen bei Facebook oder Google haben so keinen Einfluss auf

die Möglichkeit, Nachrichten an Deine Interessenten zu verschicken.

## **8. Customer Relationship Management**

Du bleibst mit einmal gewonnenen Kontakten in Verbindung und machst so aus Interessenten Kunden und aus Kunden Stammkunden.

Wichtig ist die Nutzung einer guten Systematik, damit dieser wertvolle Kanal nicht dem Zufall überlassen bleibt.

## **9. Projekte**

Über Projekte im Umfeld Deiner eigenen Zielgruppe wirst Du wahrgenommen und kommst mit Interessenten ins Gespräch.

Diese Strategie hat mir selbst immer dann geholfen, wenn ich neue Tätigkeitsfelder erschließen wollte und funktioniert sehr gut.

Wichtige Randbedingung: Arbeite nur dann kostenlos, wenn Du selbst ein Interesse an dem Projekt hast. Die Hoffnung auf eventuell gut bezahlte Folgeaufträge gehört nicht dazu und erfüllt sich in der Praxis nie.

## **10. Netzwerk**

Je mehr Menschen wissen, was Du anzubieten hast, desto mehr können Dich empfehlen. Achte also darauf, Dein Netzwerk ständig auszubauen und den Leuten zu helfen. Dann brauchst Du auch keine Scheu zu haben, deinerseits um Hilfe zu bitten.

Das Netzwerk ist kein Konto, von dem

man genauso viel ausgezahlt bekommt wie man einzahlt. Hilf also erst einmal völlig absichtslos. Wenn etwas zurückkommt: Gut. Wenn nicht, ist es auch in Ordnung.

### **11. Partner / Kooperationen:**

Überlege einmal, welche Anbieter eine ähnliche Zielgruppe, aber ein anderes Angebot haben als Du. Mit denen kannst Du Kooperationen vereinbaren und so Deine Kundenbasis verdoppeln.

### **12. Kalt-Akquise**

Im Bereich B2B ist die telefonische Neukunden-Akquise sinnvoll und direkt umsetzbar. Du solltest Dich sehr gut auf das Telefonat vorbereiten und Dich auf eine (relativ hohe) Quote von Absagen einstellen. Und natürlich rufst Du nur Leute an, die aller Wahrscheinlichkeit nach ein Interesse an Deinem Angebot haben.

Bei Privatkunden ist Telefonakquise meist nicht erwünscht und erfordert eine vorherige Einwilligung des Interessenten.

### **13. Empfehlungsmarketing**

Empfehlungen durch zufriedene Kunden sind sehr wertvoll und glaubhaft. Ein guter Weg ist es, diese Empfehlungen aktiv anzufragen.

Beispielsweise kannst Du nach einem erfolgreich verlaufenen Auftrag Deinen Kunden fragen: „Wen kennst Du noch, der als Kunde für mich in Frage kommt? Kannst Du uns miteinander bekannt machen?“

### **14. Pressearbeit**

Berichte von dir in der Zeitung oder im Fernsehen erhöhen deine Bekanntheit und Glaubwürdigkeit.

Journalisten werden kein Interesse daran haben, Deine Werbebotschaft zu verbreiten. Wenn Du aber ein Thema hast, das spannend und zeitgemäß ist, kann es gut sein, dass Dein Vorschlag auf fruchtbaren Boden fällt.

Ich war mehrfach in Zeitschriften und auch im Fernsehen vertreten und habe von diesen Auftritten gut profitiert.

### **15. Veranstaltungen**

Auf Messen und Veranstaltungen kannst Du die Vertreter deiner Zielgruppe treffen und von dir überzeugen.

Oft findet auf der Messe nur der Erstkontakt statt. Wichtig ist, anschließend mit den neuen Kontakten zu telefonieren und die Beziehung zu verstärken.

## Sofort-Maßnahmen

### Was Du jetzt konkret tun kannst

Um ab sofort mehr Kunden zu gewinnen, schlage ich Dir die folgenden 3 konkreten Wege vor.

Damit Du **sofort mehr Kunden gewinnst**, werde am besten **sofort aktiv**.

#### 1. Website

Deine Website sollte vor allem die folgenden Fragen beantworten, am besten direkt auf der Einstiegsseite:

- Was bekommt Deine Kunde hier und ist es das, was er braucht?
- Was hat er konkret davon, wenn er Dich als Anbieter auswählt?
- Hast Du die erforderliche Expertise und Erfahrung? Was sagen andere Kunden?
- Was für ein Mensch bist Du und möchte der Kunde mit Dir zusammenarbeiten?
- Wie kann man Dich am besten erreichen?

Daher mein Vorschlag: Zeige Deine Website einer unbeteiligten Person und bitte sie, **nach einer Minute** zu bewerten, ob sie Antworten auf diese Fragen bekommen hat.

Wenn ja: Herzlichen Glückwunsch.

Wenn nein, dann hast Du eine **Opti-**

**mierungsmöglichkeit, an der Du ansetzen solltest.**

#### 2. Geh hin, wo Deine Kunden sind

Wenn Du weißt, wer Deine idealen Kunden sind, dann wirst Du auch abschätzen können, wo Du diese Kunden persönlich triffst.

Ideale Gelegenheiten sind Unternehmer-Treffen, private Interessensgruppen oder Veranstaltungen und Feste.

Mein Vorschlag: Nimm Dir für die nächsten 30 Tage **mindestens 3 Termine** vor, bei denen Du mit Leuten aus Deiner Zielgruppe persönlich sprichst.

Und wenn Du Dich einer neuen Person vorstellst, bringst Du sehr schnell (in maximal 2 Minuten) auf den Punkt, wer Du bist und was Du zu geben hast.

Danach interessierst Dich vor allem für die Ziele und Wünsche Deiner Gesprächspartner.

#### 3. Aktiviere Deine bestehende Kontakte

Schau in die Liste Deiner Kontakte (Kunden, ehemalige Kunden, Interessenten, Netzwerk-Kontakte, etc.) und rufe daraus **heute mindestens fünf Personen** an.

Nachdem Du (falls erforderlich) einen Bezug hergestellt hast, damit Dein Kontakt weiß, woher ihr Euch kennt, erkundigst Du Dich einfach danach, was es bei ihm oder ihr Neues gibt. Und das



Ganze ehrlich und interessiert.

Einen Hinweis auf Dein eigenes Produkt oder Deine Dienstleistung lässt Du weg. Du wirst sehen, 95% der Leute, die Du anrufst, werden sich darüber

freuen.

Und wenn sie das nächste Mal Bedarf an Deiner Leistung haben, bist Du der erste, den sie anrufen.

## Checkliste

Bitte denke dran: Erst durch die Umsetzung kannst Du Erfolge erzielen. Daher lade ich Dich ein, hier konkret zu notieren, was Du wann umsetzen wirst:

Dein Angebot: Bitte stelle Dich in 2 – 3 Sätzen vor:

Drei Marketing-Maßnahmen, die du in Zukunft regelmäßig einsetzen wirst:

- 1.
- 2.
- 3.

Bitte notiere genau, wie oft und in welcher Menge Du diese Maßnahmen umsetzen wirst.

Drei Sofort-Maßnahmen, die Du in den nächsten 3 Tagen umsetzen wirst:

- 1.
- 2.
- 3.

Bitte notiere genau, wie oft und in welcher Menge Du diese Maßnahmen umsetzen wirst



## Mein Geschenk für Dich

Marketing ist kein Sprint, sondern ein Dauerlauf. Erfolgreich sind wir nur, wenn wir uns regelmäßig mit unserer Selbstvermarktung beschäftigen und die geplanten Maßnahmen umsetzen.

### eMail-Kurs

Daher sende ich Dir gerne regelmäßig (ca. alle 1 - 2 Wochen) eine wertvolle Anregung für Dein Marketing, eine Inspiration, ein Aha-Erlebnis.

Wenn Du diese Checkliste in Händen hältst, bist Du wahrscheinlich bereits in meinem eMail Verteiler eingetragen. Wenn nicht, kannst Du es gerne hier nachholen:

<http://echtes-marketing.de/news>

## Wertvolle Inhalte

Ich stecke sehr viel Erfahrungen und Herzblut in meine eMail-Nachrichten, um Dir einen erstklassigen Mehrwert zu bieten.

### Warum?

Manche Leser erhalten meine eMails über viele Monate. Dadurch wächst das Vertrauen und irgendwann einmal entscheiden sie sich, zu einem Seminar oder Mentoring zu mir zu kommen.

Ich höre dann oft: „Michael, ich weiß wie Du tickst und bin mir sicher, dass Du mir helfen kannst.“

Genau das möchte ich mit meinen eMails erreichen. 😊



## **Arbeite mit mir als Mentor**

### **Meine Hilfe für Deinen Erfolg**

Ich lade Dich ein, mit mir gemeinsam die Basis für Dein erfolgreiches Business zu legen und Deine Kundengewinnung zu systematisieren.

Ich habe in den letzten Jahren mehreren Hundert Menschen geholfen, ihr Business aufzubauen und erfolgreich zu betreiben.

Mit mir findest Du einen klaren Weg zu einem authentischen und wirkungsvollen Marketing, das Deine individuellen Stärken und Fähigkeiten berücksichtigt.

Dabei zeige ich Dir erprobte Schritt-für-Schritt Lösungen, helfe Dir bei der Umsetzung und gebe Dir Feedback und

Unterstützung.

Die Zusammenarbeit mit mir ist sehr praxisnah und führt zu einer schnellen Umsetzung.

### **Ich freue mich auf Deinen Anruf**

Lass uns einfach unverbindlich telefonieren und wir besprechen, wie ich Dir ganz konkret helfen kann:

Telefon +49 6221 - 87 95 26

eMail: [mk@echtes-marketing.de](mailto:mk@echtes-marketing.de)

## **Kontakt**

### **Website**

<https://echtes-marketing.de>

### **Social Media**

Facebook: <https://www.facebook.com/fotografr/>

Facebook-Gruppe: <https://www.facebook.com/groups/echtesmarketing/>

Instagram: [https://www.instagram.com/michael\\_omori\\_kirchner/](https://www.instagram.com/michael_omori_kirchner/)

### **Impressum**

Michael Omori Kirchner

Ingeborg-Bachmann-Str. 35

69221 Dossenheim, Germany

eMail: [mk@echtes-marketing.de](mailto:mk@echtes-marketing.de)

Tel. +49- 62 21 – 87 95 26

USt.-IdNr. DE218874643

### **Bildnachweis:**

Seite 7: Patrick Reimann, Momentesammler

Seite 12: Picturemakers Uwe Reinert

### **Datenschutz**

<https://echtes-marketing.de/datenschutz/>