

Selbstständig mit Profit | Vermeide die Top-3-Anfängerfehler, warum sich gute Arbeit nicht lohnt.

Sich selbständig zu machen ist oft ein Wechselbad der Gefühle. Es ist wunderbar und aufregend, weil du endlich tust, was deins ist. Was du gut kannst und das dir Freude macht und dein Herz jubilieren lässt.

Sich selbständig machen ist frustrierend und anstrengend, weil du zuerst KundInnen gewinnen „musst“. Weil du mit der Arbeit, die du liebst, plötzlich Geld verdienen sollst um deine Rechnungen zu bezahlen oder um endlich den oft ungeliebten „Brotberuf“ hinter dir zu lassen.

Leider machen viele, die sich selbständig machen, dieselben im Grunde einfach vermeidbaren Fehler. Diese Anfängerfehler machen nicht nur die Aufgabe KundInnen zu gewinnen mühsam. Sie verhindern, dass sich deine wunderbare Arbeit lohnt.

Lies hier 3 Selbständig mit Profit Tipps, wie du das vermeiden kannst.

3 einfach vermeidbare Anfängerfehler,

die Freude und Erfolg sabotieren und verhindern dass sich deine wunderbare Arbeit lohnt

1. Über dich und deine Methoden reden

Gerade zu Beginn machen sich viele Selbstständige das Leben schwer, weil sie ihren zukünftigen KundInnen zu erklären versuchen, was sie konkret anbieten und warum und wie das funktioniert.

KundInnen interessiert das meist überhaupt nicht. Solange KundInnen nicht verstehen, warum dein Angebot für sie wichtig ist, fühlen sie sich von deinen Erklärungen bedrängt und sind wenig interessiert. Hier kann ganz viel Frust entstehen, den du einfach vermeiden kannst.

Zukünftige KundInnen interessieren sich zuerst für sich selbst – und nicht für dich.

KundInnen in spe hören dir zu, sobald du über sie sprichst – über ihre Wünsche Bedürfnisse, Probleme und Träume.

Selbständig mit Profit Tipp 1:

Hör auf Techniken und Methoden wie z.B. Yoga, Cranio Sacrale Balance, Aufstellungen, EFT, NLP, Systemisches Coaching anzubieten. Solange du Techniken und Methoden verkaufst, bist du austauschbar, Denn meist gibt es noch viele andere, die ähnliches wie du anbieten – zumindest in den Augen deiner KundInnen.

Wenn du das für dich überprüfen willst, schau mal auf deine Webseite und überprüfe deine Angebote. Schreibst du über deine Methoden und Techniken oder über die Träume, Wünsche,

Bedürfnisse und Probleme deiner KundInnen? Dasselbe gilt übrigens für deine Vorstellung und alle KundInnengespräche.

Für zukünftige KundInnen sind Techniken und Methoden wenig interessant, weil sie erstens voraussetzen, dass es funktioniert (und du es kannst), zweitens weil zukünftige KundInnen oft gar nicht verstehen, warum diese Methode für sie wichtig ist. – Oft hören KundInnen dir nicht zu, weil sie gar nicht verstehen, dass dein Angebot genau das Richtige für sie wäre.



Rede nicht länger über dich und was du gibst. Für zukünftige KundInnen ist das nicht wichtig.

Für KundInnen ist wertvoll, was sich für sie verändern könnte – was sie davon haben.

Den Wert deiner Arbeit bestimmt daher nicht, wie viel du gibst, sondern welchen Nutzen es für den KundInnen hat.

Für dich bedeutet das:

Wie viel du für deine Arbeit bekommst, hat nichts damit zu tun, wie viel du gibst.

Wertvoll wird deine Arbeit für zukünftige KundInnen, wenn sie verstehen, dass du ihnen helfen kannst zu bekommen, zu erreichen oder zu erleben, was sie sich (schon lange) wünschen. Oder hinter sich zu lassen, was sie Tag für Tag nervt.

Sobald du für KundInnen vorstellbar machst, was ihnen deine Arbeit bringt, wird deine Arbeit für deine KundInnen in spe wertvoll und wichtig – etwas ganz Besonderes, auf das sie nicht mehr verzichten wollen.

Ja ich weiß, über Inhalte, Methoden und Techniken zu reden ist für uns DienstleisterInnen so verführerisch einfach. Hier kennen wir uns aus. Hier fühlen wir uns sicher. Hier liegt unsere Kompetenz.

Doch verkaufen wird erst dann einfacher und freudvoller, wenn du über deine KundInnen und ihre Bedürfnisse, Wünsche, Träume und Probleme redest und schreibst.

2. Es den falschen anbieten,

= jenen nachlaufen, die zögern, zaudern, nicht zuhören oder nicht zahlen wollen

Wenn du so bist, wie viele selbstständige Herzens-Unternehmerinnen, dann machst du eine wunderbare Arbeit. Du hast zufriedene, vielleicht sogar begeisterte KundInnen. Doch wenn du neue KundInnen für deine Arbeit interessieren willst, hören dir potentielle KundInnen nicht richtig zu. Sie zaudern und zögern bis sie einem Termin zustimmen und diskutieren über die Preise.



Der häufigste Grund für mangelndes Interesse, ist nicht die Qualität deiner Arbeit (wie manche insgeheim befürchten).

Der wichtigste Grund, warum KundInnen zögern, zaudern und um Preise diskutieren, ist: Du bietest deine Arbeit den falschen an.

Selbständig mit Profit Tipp 2:

Wenn du KundInnen willst, die bereit sind, für deine Arbeit gut zu bezahlen, beginne dir deine Kunden sorgfältig auszusuchen.

Pick dir die Rosinen-KundInnen raus und konzentriert dich auf jene, die deine Arbeit wertschätzen und dafür gut zu zahlen bereit sind

Ja ich weiß, zu Beginn (und wenn du zu wenige KundInnen hast oft auch später), klingt die Idee sich KundInnen auszusuchen fast utopisch. – Schließlich bin ich schon glücklich, wenn überhaupt wer ja sagt. Oder?

Doch beachte: ***Wenn sich bisher nur wenige für deine Arbeit interessieren, beweist das nicht, dass es keiner will. Es zeigt nur, dass du es nicht jenen anbietest, die es wollen.***

Trau dich dir zu überlegen: für wen, wann und warum deine Arbeit wertvoll ist.

Der Knackpunkt dabei ist, dass du dir vorstellen musst: Meine Arbeit ist wertvoll und wichtig. Viele, viele, viele wollen und brauchen meine Arbeit.

3. Kein Angebot zu dem KundInnen sofort ja-sagen-können

Auf den meisten Webseiten gibt es viel zu viele Angebote (meist Aufzählung von Abläufen und Beschreibung von Methoden). Für Kunden ist das mühsam, weil sie gar nicht so viel lesen wollen oder sich durch die große Auswahl oft verwirrt fühlen.

Das ist mühsam für dich, wenn du so viele Angebote beschreibst. Viele, die sich gerade selbstständig machen, legen sich mit der ersten Webseite für Monate lahm. Oft dauert das unglaublich lange und ist überaus frustrierend. Weil es ziemlich schwierig ist, das zu beschreiben, was noch im Entstehen ist.

Meist werden die Angebote nie überarbeitet und bleiben vage und wenig konkret.

Die meisten Dienstleistungen sind viel zu persönlich, individuell und vertrauensabhängig um direkt von der Webseite gekauft zu werden. Das funktioniert nur in wenigen Ausnahmefällen – zumeist wenn KundInnen gezielt nach Angeboten suchen.

Deine zukünftigen KundInnen wollen zuerst mit dir reden. Viele suchen deine Beratung und Begleitung schon für die Entscheidung, wie sie ihre Situation am einfachsten verändern können.

Selbständig mit Profit Tipp 3:

Dein erstes und wichtigstes Ziel ist daher, mit KundInnen in Kontakt und ins Gespräch zu kommen. Konzentriere dich deshalb auf dein Kontaktangebot.

Eine InteressentIn wird sich aus eigenem Antrieb bei dir melden, wenn es ein Angebot gibt, zu dem er hier und jetzt einfach ja sagen kann.

Genau dieses konkrete, spezielle Angebot fehlt auf den meisten Webseiten und bei vielen Werbeaktionen. Doch ohne Angebot gibt es meist kein ja und keiner bucht.

Ein Kontaktangebot ist ein Angebot zu dem KundInnen sofort ja sagen können. Ein Kontaktangebot kann eine Umfrage, eine Studie, ein Schnupper-Termin oder ein vergünstigtes oder kostenfreies Erstgespräch sein oder auch ein Tag der offenen Tür, ein Workshop, ein Vortrag oder Webinar.

Wichtig ist, dass dein Kontaktangebot deinen zukünftigen KundInnen erleichtert sich bei dir zu melden.

Ein Kontaktangebot kann dir das Leben sehr erleichtern.

Mit einem attraktiven Kontaktangebot zeigen alle deine Marketing- und Werbeaktionen mehr Wirkung. Weil zukünftige KundInnen einfacher ja sagen können, melden sich mehr bei dir.