

lillikoisser

Traumkunden- Challenge

Finde 30 Traumkund*innen
in 5 Tagen!

Dein Workbook für die nächsten 5 Tage

Wie cool, dass du dich für die Traumkunden-Challenge entschieden hast! Sie wird dir dabei helfen, als Dienstleister*in dein **Angebot** und deine **Zielgruppe** genauer zu definieren und **30 potenzielle Kund*innen** dafür zu identifizieren.

Bitte lies erst die Anleitungen und Erklärungen in den jeweiligen **E-Mails des Tages**, bevor du die **Aufgaben im Workbook** ausfüllst. Die E-Mails und das Workbook gehören zusammen und sollten nur gemeinsam bearbeitet werden.

Tritt gerne meiner **Facebook-Gruppe „Die NETTE Support-Gruppe für Selbstständige“** bei, wenn du das nicht schon getan hast, und tausche dich unter den 5 **Postings zu den jeweiligen Tagesaufgaben** mit den anderen Teilnehmer*innen aus. Und das erwartet dich in den nächsten 5 Tagen:

Inhalt

Tag 1: Formuliere dein Angebot in einem Satz.	Seite 3
Tag 2: Erstelle eine Liste an „Low Hanging Fruits“.	Seite 6
Tag 3: Finde deine Traumkund*innen bei Google.	Seite 7
Tag 4: Finde deine Traumkund*innen über Social Media.	Seite 8
Tag 5: Kreiere ein Promo-Posting für Social Media.	Seite 9
BONUS: Noch mehr Traumkund*innen!	Seite 10
Und jetzt?	Seite 12

Alle Inhalte der Traumkunden-Challenge, insbesondere die E-Mails und dieses Workbook, sind urheberrechtlich geschützt. Sie sind nur für den eigenen Gebrauch bestimmt und dürfen nicht kopiert, weitergegeben, geteilt oder online zur Verfügung gestellt werden. Danke und viel Spaß!

#traumkundenchallenge

Tag 1: Formuliere dein Angebot in einem Satz.

1. Deine Jobbezeichnung

Was machst du? Deine Kund*innen wollen dich in eine Schublade einordnen können. Und du willst ja online für diese **Keywords** von ihnen gefunden werden. Von allzu kreativen Jobbezeichnungen würde ich – aus **SEO- und Verständlichkeitsgründen** – daher abraten.

Du darfst nicht vergessen, dass deine Kund*innen in den meisten Fällen NICHT kreativ sind und mit **komplizierten Wortspielen** wie „Texterella“ vielleicht nichts anfangen können. Das wollen wir nicht riskieren!

Ich bin:

Texter*in

Journalist*in

Blogger*in

Autor*in

Social-Media-Berater*in

Lektor*in

Korrektor*in

Konzeptioner*in

Redakteur*in

Coach

Mentor*in

Übersetzer*in

Webdesigner*in

Grafiker*in

Trainer*in

Berater*in

Designer*in

Fotograf*in

Speaker*in

Virtuelle*r Assistent*in

Illustrator*in

Videograf*in

Event-Manager*in

Community-Manager*in

Tipp: Dieses Wort solltest du bei **Instagram** in deinen **Namen** (Lilli | Texterin und Coach) oder deinen **Benutzernamen** (@lillikoisser) einfügen, da nur diese nach Keywords durchsucht werden können – nicht aber deine Bio (der Steckbrief-Text in deinem Instagram-Profil).

2. Deine Zielgruppe

Definiere deine Zielgruppe möglichst präzise, damit du deine Traumkund*innen auch wirklich **verstehst** und zielgenau ansprechen kannst. Möchtest du z. B. eher für **Magazine, KMU, Online-Shops, EPU oder Werbeagenturen** arbeiten? Je nach deinen Präferenzen und Erfahrungen sind deine Kund*innen dann nämlich **Redakteur*innen, Unternehmer*innen, Verkäufer*innen, Freelancer oder Agenturchef*innen**.

Sie haben unterschiedliche Bedürfnisse und Ansprüche an deine Arbeit! Einen Chefredakteur interessieren z. B. die **Zugriffszahlen** eines Online-Artikels, während Unternehmerinnen vor allem **Umsatz** machen wollen. Welche **Rolle** hat dein Traumkunde in welcher **Art** von Unternehmen? Einige Beispiele:

Inhaber*innen oder Geschäftsführer*innen von kleinen bis mittelständischen Unternehmen (**KMU**)

z. B. Handwerksbetriebe, Gastronomie, Hotels, Friseursalons, IT-Dienstleister*innen Virtuelle*r Assistent*in

Marketingleiter*innen von größeren Unternehmen (**Konzerne**)

z. B. Banken, Versicherungen, (inter-)nationale Anbieter

Chefredakteur*innen von Zeitungen, Magazinen und Zeitschriften (**Verlage**)

Chefredakteur*innen von Online-Magazinen und Blogs (**Online-Medien**)

Geschäftsführer*innen von kleineren, inhabergeführten Agenturen (**kleine Agenturen**)

Geschäftsführer*innen oder Creative Directors bei größeren Agenturen (**Werbeagenturen**)

Geschäftsführer*innen oder Gründer*innen von Startups (**Startups**)

Inhaber*innen von Einzelunternehmen (**EPU**)

z. B. kreative Freiberufler*innen, Mompreneurs, Berater*innen, Coaches, Dienstleister*innen, Ärzt*innen, Makler*innen

Kommunikationsleiter*innen von Non-Profit-Organisationen (**NGO**)

z. B. Umweltorganisationen, Verbände, Vereine

Projektleiter*innen von staatlichen Organisationen (**Öffentliche Unternehmen**)

z. B. Ministerien, Universitäten, Rundfunk, Verkehr

3. Das Ziel deiner Zielgruppe

Niemand bucht eine Dienstleistung, ohne ein **Problem** zu haben, das gelöst werden soll, oder ein **Ziel**, das erreicht werden will. Was versprechen deine Kund*innen sich von der **Zusammenarbeit** mit dir? Wobei brauchen sie Hilfe?

3 Tipps, um herauszufinden, was deine Zielgruppe erreichen will:

1. Stalken – Lies in Facebook-Gruppen und Foren (Quora, Reddit) mit, in denen sich deine Zielgruppe aufhält. Womit beschäftigen sie sich, was fragen sie sich, wobei brauchen sie Hilfe, worüber beschwerten sie sich, wofür suchen sie nach Lösungen?

2. Fragen – Wenn du schon bestehende Kund*innen hast, dann frag sie einfach, was sie eigentlich erreichen möchten oder was sie sich von der Zusammenarbeit mit dir erhoffen – am besten telefonisch oder persönlich. Vielleicht gibt es sogar Fragen, die dir deine Zielgruppe immer wieder stellt? Höre auch in Erstgesprächen oder Plaudereien bei Netzwerktreffen ganz genau hin, wie deine Zielgruppe ihre Probleme und Wünsche formuliert!

3. Nachlesen – Nimm dir alte E-Mails oder Briefings von deinen Kund*innen vor. Wie drücken sie ihr Problem / ihr Ziel / ihren Traum aus? Verwende dieses Wording für dein Marketing, damit zukünftige Kund*innen sich davon angesprochen fühlen.

Das Ziel / der Traum meiner Zielgruppe:

Mein Angebot:

Ich bin

und helfe / unterstütze

dabei,

Teile deine Ergebnisse und hol dir Feedback:

Poste dein **Angebot** als Kommentar unter den Beitrag zu Tag 1 in der Facebook-Gruppe! #traumkundenchallenge

Tag 2: Erstelle eine Liste an „Low Hanging Fruits“.

Notiere anhand der Beispiele aus der heutigen E-Mail mindestens **10 Kontakte**, für die du gerne arbeiten würdest.

Deine Low Hanging Fruits:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.

Teile deine Erkenntnisse mit uns:

Teile unter dem Posting zu Tag 2 in der **Facebook-Gruppe** deine **Geistesblitze**, für wen aus deinem Umfeld du arbeiten könntest. #traumkundenchallenge

Tag 3: Finde deine Traumkund*innen bei Google.

Führe, wie in der E-Mail beschrieben, 10 Suchanfragen zu unterschiedlichen Keywords durch und sieh dir jeweils die ersten 10 Suchergebnisse an. Wer erscheint dir wie ein absoluter Traumkunde? Notiere diese Ergebnisse!

Ein Beispiel:

Suchanfrage:
Yoga-Studio Wien

URL:
www.oneyoga.at

Deine Traumkund*innen bei Google:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.

Wiederhole diese Vorgehensweise beliebig oft und immer wieder mal!

Wie war diese Aufgabe für dich?

Poste deine Erfahrungen mit der Google-Suche als Kommentar unter den Beitrag zu Tag 3 in der Facebook-Gruppe. #traumkundenchallenge

Tag 4: Finde deine Traumkund*innen über Social Media.

Suche, wie in der E-Mail beschrieben, in den **sozialen Medien** nach deinen Traumkund*innen. Du kannst natürlich auch die **Suchfunktion** des jeweiligen Netzwerks nutzen, also z. B. im **Suchfeld bei Facebook** „Yoga Wien“ eingeben.

Notiere dir 10 (oder mehr!) Traumkund*innen! Hier ein Beispiel:

Netzwerk:	Firma:	URL:
Facebook	Bali Yoga Wien	www.facebook.com/BaliYogaWien

Deine Traumkund*innen in sozialen Netzwerken:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.

Teile dein bestes Netzwerk mit uns:

Bei **welchem sozialen Netzwerk** hast du die meisten Traumkund*innen gefunden? Poste unter dem Beitrag zu Tag 4 in der **Facebook-Gruppe** einen Kommentar dazu! #traumkundenchallenge

Tag 5: Kreiere ein Promo-Posting für Social Media.

Heute kreierst du einen Beitrag für Social Media, der dein Angebot und im Idealfall einen **Link zu deiner Website** enthält. Verkünde selbstbewusst, dass du selbstständig bist – egal, wie lange du es schon machst!

Das Ziel ist, in deinem Umfeld die **Bekanntheit deines Unternehmens** zu steigern. Wenn deine Kontakte dein Posting teilen, erreichst du durch den **Multiplikatoreffekt** sogar noch mehr Menschen mit deinem Angebot.

Schreibe z. B.,

- dass du dich gerade selbstständig machst oder seit Kurzem selbstständig bist,
- worauf du spezialisiert bist und wem du helfen willst,
- welches Problem du mit deiner Dienstleistung lösen kannst,
- welches Ziel deine Kund*innen dank deiner Hilfe erreichen können,
- dass du in den nächsten Monaten noch ein paar neue Projekte annimmst,
- ob jemand jemanden kennt, der deine Dienstleistung brauchen könnte, oder
- ob deine Follower so nett wären, deinen Kontakt mit ihren Bekannten zu teilen, wenn jemand einen Texter / Designer / Social-Media-Manager etc. braucht!

Tipp: Beachte dabei den **optimalen Zeitpunkt** für dein Posting. Wann ist dein*e **Traumkund*in online**? Eine Mompreneur ist wahrscheinlich abends auf Instagram online, wenn ihre Kinder schon im Bett sind. Ein Verlagsmitarbeiter checkt wahrscheinlich nachmittags Twitter. Viele Angestellte schauen auf Facebook rein, wenn sie ins Büro kommen, also gegen 8 oder 9 Uhr morgens.

Mein Promo-Posting:

Foto / Video:

Text:

Link:

Trage dein Angebot in die Welt hinaus:

Teile dein **Promo-Posting** innerhalb der nächsten 7 Tage in mindestens einem sozialen Netzwerk und als Kommentar in unserer **Facebook-Gruppe!**
#traumkundenchallenge

BONUS: Noch mehr Traumkund*innen!

Als zusätzliche Inspiration findest du hier noch weitere Fragen nach Traumkund*innen aus deinem unmittelbaren Umfeld:

Unternehmen in deiner Stadt, für die du arbeiten möchtest (Gelbe Seiten!)



Personen aus deinem Umfeld, die selbstständig sind:

Freunde und Bekannte, die bei interessanten Unternehmen arbeiten:



Alte Arbeitskolleg*innen, die jetzt in einem anderen Unternehmen arbeiten:

Gespräche über eine mögliche Zusammenarbeit, die im Sand verlaufen sind:

Traumkund*innen, denen du schon auf Facebook oder Twitter folgst:

Interessante Profile auf Instagram:

Deine Lieblings-Accounts bei Pinterest:

Potenzielle Kund*innen auf XING oder LinkedIn:

Deine liebsten deutschsprachigen YouTube-Kanäle

Und jetzt?

Du hast jetzt eine **Liste mit mindestens 30 Traumkund*innen** vor dir liegen und dein bestehendes Netzwerk genutzt, um dich und dein Unternehmen bekannter zu machen.

Glückwunsch, du hast die Traumkunden-Challenge erfolgreich absolviert!

Dein nächster Schritt könnte jetzt die gute alte **Kaltakquise per Post** sein – so kannst du schnell und zielgerichtet mit deinen Traumkund*innen in Kontakt treten.

Natürlich kannst du auch über **soziale Netzwerke** mit deinen Traumkund*innen interagieren und so versuchen, sie auf dich aufmerksam zu machen.

Für mich persönlich ist aber die **Optimierung deiner Website für deine Traumkund*innen** die bequemste und langfristige Methode, um neue Kund*innen über Google zu gewinnen. Denn für mich funktioniert das seit 2013 wunderbar!

Wenn du lernen willst, wie neue Kund*innen (die schon kaufbereit sind!) **dich online finden** und von selbst bei dir anfragen, dann sieh dir gerne meinen **Onlinekurs „Deine Website als Kundenmagnet“** an:

www.lillikoisser.at/kundenmagnet

#kundenmagnetkurs

Danke fürs Mitmachen bei der Challenge. Ich wünsche dir viel Freude und Erfolg bei der Kundengewinnung!

Lilli Koisser
Texterin und Coach für Selbstständige

www.lillikoisser.at

Impressum

Datenschutz