

Starter Guide

für Deine Selbstständigkeit

Glückwunsch!

Du wagst den Schritt in die Selbstständigkeit, du hast eine Vision und nimmst deine Arbeit selbst in die Hand - Das ist super! Das Workbook enthält eine Sammlung von Übungen und Fragebögen, die dir bei der Entwicklung deines Unternehmens helfen sollen. Es unterstützt dich auch dabei einen kühlen Kopf zu bewahren.

Bitte drucke es dir aus und fülle es handschriftlich aus, so hinterlässt das Gelernte den tiefsten Impact!

Wenn du Hilfe brauchst oder Fragen hast, dann melde dich jederzeit bei mir:

hallo@claudiavollmer.de

Lass uns loslegen!

Inhalt

Intro

Grundlagen für´s Gründen

- Allgemeines
- Business Model Canvas
- Fragebogen zur Erstellung eines Business Plans

Zielgruppen und Wunchkund*Innen

Checkliste

Reflexion

Ideenparkplatz

Design+Gründung Programm

Grundlagen

Als (angehende) Unternehmerin, musst du dich mit allerlei Dingen auseinandersetzen. Da kann man schonmal schnell den Durchblick und die Motivation verlieren. Damit dir das nicht passiert, habe ich dir ein paar grundlegende Fragen und Checkpunkte zusammengestellt.

Das hilft dir, Klarheit in deine Gedanken und Struktur in dein Business zu bringen.

Dieser Teil erfordert viel Konzentration und Ehrlichkeit. Nimm dir also ausreichend Zeit dafür und hole Feedback zu deinen einzelnen Gedanken ein!

Los geht's!

Grundlagen Gründung

Zu Beginn der Selbstständigkeit solltest du alle bürokratischen und gesetzlichen Voraussetzungen recherchieren. So vermeidest du böse Überraschungen.

1. Welche steuerlichen Voraussetzungen gibt es?

Die Art deines Unternehmens entscheidet darüber, was du alles regeln musst. Bist du also ein Einzelunternehmer, ein Kleinunternehmer oder bist du freiberuflich? Musst du vielleicht sogar Gewerbe anmelden? (zu dem Thema habe ich einen Newsletter geschrieben)

2. Welche Versicherungen musst du abschließen? Gibt es eine Berufsgenossenschaft? Hast du Angestellte?

3. Gibt es sonstige besondere Bedingungen für deine Selbstständigkeit, wie einen Gesellen- oder Meisterbrief, Hygieneauflagen oder anderes?

Business Model Canvas

Diese Methode ist praktisch denn sie macht alle wichtigen Fakten deiner Selbstständigkeit in einer Übersicht sichtbar. Die von Alexander Osterwalder entwickelte Übung kannst du bei jeder Neuorientierung innerhalb deines Unternehmens anwenden. Trage alle wichtigen Komponenten ein und du hast bereits einen großen Schritt in Richtung Businessplan geschafft!

<p>Schlüsselpartnerschaften Wen brauchst du oder wer kann dich unterstützen?</p>	<p>Schlüsselaktivitäten Was musst du tun damit der versprochene Nutzen eintritt?</p>	<p>Kundennutzen Welchen Nutzen haben die Kunden, die deine Dienstleistung kaufen?</p>	<p>Kundenbeziehungen Welches Verhältnis möchtest du zu deinen Kunden aufbauen?</p>	<p>Zielgruppe // Wunschkunde Wen willst du ansprechen?</p>
<p>Schlüsselressourcen Was ist notwendig damit du starten kannst?</p>			<p>Verkaufskanäle Wie erfahren die Kunden von deinem Angebot?</p>	
<p>Kostenstruktur Welche Ausgaben und Kosten fallen an?</p>			<p>Einnahmequellen Wie willst du Einnahmen generieren?</p>	

Fragebogen

Jetzt gehen wir mehr ins Detail. Hast du diese Fragen einmal beantwortet, ist ein Businessplan leicht geschrieben - also keine Angst davor! Jetzt geht's an Eingemachte!

1. Stelle dein Unternehmen kurz vor:

Art des Unternehmens:

Deine Geschäftsidee:

Deine Hauptgeschäftsfelder sind:

2. Welche Qualifikationen, Kenntnisse, Erfahrungen und Fähigkeiten befähigen dich zu deiner unternehmerischen Tätigkeit?

Fragebogen

3. Stelle hier kurz den Standort deines Unternehmens vor:

Lage:

.....

Erreichbarkeit:

.....

Umfeld:

.....

.....

Vor- und Nachteile:

.....

.....

.....

.....

4. Die Zielgruppe (hier nur grob, dazu später mehr)

Wer ist deine Zielgruppe:

.....

.....

Wo kannst du sie erreichen:

.....

.....

Wie willst du sie erreichen:

.....

.....

.....

.....

Fragebogen

7. Wie hoch muss dein monatlicher Umsatz sein, damit du davon leben kannst bzw es sich lohnt?

8. Wie legst du deine Preise fest?

9. Welche Ziele hast du?

In einem Jahr:

In fünf Jahren:

Fragebogen

10. Was hältst du für wichtig, um ein Unternehmen erfolgreich führen zu können?

Welche Kriterien erfüllst du bereits?

An welchen musst du noch arbeiten?

11. Warum wird sich dein Unternehmen positiv entwickeln?

Hier gehts zum interaktiven
Formular für die
Rentabilitätsvorschau und
zur Liquiditätsvorschau

Zielgruppe - Wunschkundin

Du hast dir bereits Gedanken über deine Zielgruppe gemacht. Doch wie weit ins Detail, bist du dabei gegangen? Es ist essentiell, dass du deine Zielgruppe verstehst. Du solltest ihre Wünsche, Bedürfnisse und Probleme kennen. Nur so, kannst du dein Produkt perfekt auf sie anpassen und dementsprechend deine Marketingstrategie ausrichten.

Möglicherweise sieht deine Zielgruppe so aus:

- *Weiblich
- *24-44 Jahre
- *gebildet
- *interessiert sich für Thema xy

Das reicht nicht, um eine gute Strategie zu entwickeln! Nutze bspw. als erstes die [Sinus Milieus](#) um näheres über deine Zielgruppe zu erfahren.

Es passen mehrere Gruppen auf dein Angebot? Ok! Such dir zwei bis drei Milieu-Gruppen aus und nun stelle dir eine Person aus jeder Gruppe vor und erstelle eine Persona:

Die Persona steht sozusagen stellvertretend für eine Gruppe und ist eine Beispielperson anhand der du herausfinden kannst, was deiner Zielgruppe wichtig ist.

Viel Spaß!

Bild zB. durch
Google
Bildersuche

Zur Person

Name:

Geschlecht:

Alter:

Wohnort:

Haus, Wohnung, Platte:

Hintergrund

Beruf, Familie, etc.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Was macht die Persona zur Zielgruppe?

Verhalten, Interessen, Vorlieben...

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Erwartungen, Ziele, Emotionen

zB: Auf der Suche nach neuem Partner, neugierig...

Welchen Herausforderungen begegnet die Persona?

Wie sieht die ideale Lösung für die Persona aus?

Von deinem Angebot ausgehend

Bild zB. durch
Google
Bildersuche

Zur Person

Name:

Geschlecht:

Alter:

Wohnort:

Haus, Wohnung, Platte:

Hintergrund

Beruf, Familie, etc.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Was macht die Persona zur Zielgruppe?

Verhalten, Interessen, Vorlieben...

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Erwartungen, Ziele, Emotionen

zB: Auf der Suche nach neuem Partner, neugierig...

Welchen Herausforderungen begegnet die Persona?

Wie sieht die ideale Lösung für die Persona aus?

Von deinem Angebot ausgehend

Bild zB. durch
Google
Bildersuche

Zur Person

Name:

Geschlecht:

Alter:

Wohnort:

Haus, Wohnung, Platte:

Hintergrund

Beruf, Familie, etc.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Was macht die Persona zur Zielgruppe?

Verhalten, Interessen, Vorlieben...

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Erwartungen, Ziele, Emotionen

zB: Auf der Suche nach neuem Partner, neugierig...

Welchen Herausforderungen begegnet die Persona?

Wie sieht die ideale Lösung für die Persona aus?

Von deinem Angebot ausgehend

Von der Persona zur Wunschkundin

Du hast nun zwei oder sogar drei Personas entwickelt. Jetzt wird es Zeit, dich für eine zu entscheiden! Du kannst nämlich nicht alle ansprechen. Denn so erreichst du niemanden. Also konzentrieren wir uns auf eine Person.

Und das ist ganz einfach: Mit welcher deiner Personas möchtest du am liebsten zusammenarbeiten?

Klingt irgendwie nach Wunschdenken? Stimmt! Aber warum auch nicht? Es ist dein Business und es ist deine Neue Arbeit, also warum sollst du dir nicht aussuchen können, mit wem du arbeiten möchtest?

Und das Beste daran: Wenn du Bock auf deine Arbeit hast und dich auf deine Kund*innen freust, dann spürt das auch die Kund*in und zwischen euch kann richtig gute Beziehung entstehen.

Und jetzt, da du dich entschieden hast, kannst du die Infos über deine Persona für dein Marketing nutzen!

Wie das genau geht, erkläre ich dir in meinem Design+Gründung-Programm.

Checkliste

Das hast du schon geschafft: Yeah!

- Du weißt welche Voraussetzungen du erfüllen musst
- Du weißt Bescheid, was den Steuer-Kram angeht
- Du hast deine Konkurrenz im Blick
- Du weißt, was dein Angebot besonders macht
- Du weißt welche Skillz du noch brauchst, um loszulegen
- Du kennst Deine Zielgruppe bzw. Wunschkund*in
 - Du weißt was sie für Probleme hat
 - Du hast die passende Lösung
 - Du weißt wo du sie finden kannst

Das können wir gemeinsam schaffen

- Du hast dir ein Ziel gesetzt und einen Plan erstellt
- Du hast ein Markenkonzept entwickelt, das auf deinen Werten basiert
- Du weißt, was deine Mission und deine Vision ist und kannst das klar kommunizieren
- Du weißt, welche Farben, Schrift und Bildsprache die richtigen für deine Marke sind
- Du hast Design-Templates für dein Daily Business erstellt
- Du weißt welche Kanäle du brauchst, um deine Produkte bzw. Dienstleistungen zu verkaufen
- Du weißt wie diese Kanäle funktionieren und was du tun musst, um sie erfolgreich zu nutzen

Reflexion

Hinter dir liegt eine Menge Arbeit und es wird Zeit den Prozess zu reflektieren. Los geht's!

Wie fühlst Du Dich? Was lief gut? Welche Themen fielen dir leicht?

Was lief weniger gut und wo hast Du vielleicht Probleme? Wo mangelt es dir vielleicht an Motivation?

Haben sich weitere Fragen oder Themen ergeben?

Haben wir etwas übersehen oder vergessen?

Ich würde mich sehr freuen, wenn Du mir Deine Reflexion per Mail zukommen lässt. Vielen Dank für Dein Vertrauen und ich bin gespannt auf Dein Feedback.

Ich wünsche Dir alles Gute für Deinen Weg! Wenn du dir dabei Unterstützung wünschst, würde ich mich freuen, dich begleiten zu dürfen. Check mein Webseite und schreib mir gerne: hallo@claudiavollmer.de

