

LEITFADEN FÜR KÜNSTLER, KUNSTSCHAFFENDE & UNTERNEHMER AUS DER KREATIVBRANCHE

"EIN BEIDARMIG ZU UMFASSENDE BAUM WÄCHST AUS DES SPRÖSSLINGS
FEINSTEM FLAUM,

EIN TURM, DER EINMAL NEUNSTÖCKIG WERDE, ERHEBT SICH
AUS EINEM HÄUFCHEN ERDE.

EINE REISE, TAUSEND MEILEN LANG, MIT EINEM ERSTEN SCHRITT FING SIE AN !"

DIESES ZITAT STAMMT VOM PHILOSOPHEN LAOTSE
(老子 Lǎozi 6. JAHRHUNDERT V. U. Z.).

WAS WILL UNS LAOTSE EIGENTLICH DAMIT SAGEN?

**– ZIELE ERREICHT MAN NICHT DADURCH, DASS MAN ALLES GENAU PLANT,
SONDERN DADURCH, DASS MAN DEN MUT BESITZT LOSZUGEHEN. –**

OSTASIENINSTITUT.COM, 14.05.2023



Wer schreibt hier eigentlich so schlau
daher?

Das solltest du wissen, bevor du
weiterliest.

Die Redaktion stellt sich vor



Hallo, ich bin Natalie. Seit 2017 verfolge ich Online-Kongresse, die mich dazu ermutigt haben 8 Monate durch Südostasien zu reisen um das Leben als Digitale Nomadin für mich zu erfahren. In dieser Zeit führte ich eine Homepage und einen Blog als Reise-Journal, für das ich täglich einen Beitrag erstellt habe und einen Newsletter verschickt habe. Ohne mit dieser Tätigkeit Geld zu verdienen, war sie trotzdem wie mein Job, für den ich jeden Tag aufstand und losging um zu erkunden, zu besichtigen und zu fotografieren, Neues zu erfahren und darüber zu schreiben. Ich tat es intuitiv, weil es mir Spaß machte Menschen zu informieren und auf meine Art zu zeigen.

Auch nach meiner Rückkehr hörte ich nicht auf zu Bloggen. Meine Reise durch Südostasien war zu Ende, aber es ergaben sich neue Themenfelder, eine neue Homepage und neue Projekte. So wie der Einstieg ins Network Marketing im Jahr 2019. Auch hier konnte ich meine digitale Affinität und mein Interesse für Digitales einsetzen. Auch wenn ich im Empfehlungsmarketing keinen richtigen Fuß fasste, ergab sich 2022 ein neues Projekt. Denn, da ich immerfort Online-Kongresse sah, reifte die Idee selbst Kongressveranstalterin zu werden. Im Februar 2023 war es schließlich soweit.

Natalie Becker

Chefredakteurin

WWW.GREENSOFGAIA.DE

GEMEINSAM NEUE WEGE GEHEN?

MEINE VISION EINER ZUSAMMENARBEIT



Kennst du Star Trek? Captain Kirk hatte Mr. Spock als seinen Navigator. Was Mr. Spock in der Navigation für Captain Kirk geleistet hat, übernehme ich in der digital-technischen Beratung und Unterstützung.

Die Aufgabe von Captain Kirk übernimmst du, als Projektleitung und angehende Online-UnternehmerIn.

Ich schlage "nur" den Kurs vor, du triffst die Entscheidungen.

Wenn dich meine Geschichte und meine Art zu arbeiten anspricht, kannst du dir überlegen, mit mir zu arbeiten.

Bei einem Kennenlern-Termin auf zoom können wir deine Ideen besprechen und herausfinden, ob mein Angebot für dich und zu dir passt.

Klicke hier oder auf das Bild und buche dir einen **kostenfreien & unverbindlichen Kennenlern-Termin.**



UND NUN WÜNSCHE ICH DIR
VIEL SPASS MIT DIESEM LEITFADEN !



VORWORT: ZUSAMMENFASSUNG

In diesem Ebook zeige ich dir, wie du dein Kunsthandwerk, deine Nähschule oder Kreativ-Werkstatt in ein erfolgreiches Online-Business umwandeln kannst. Auch wenn du als ErgotherapeutIn angestellt bist, kannst du dich online selbstständig machen und andere Menschen unterstützen.

Im Folgenden führe ich dich in 10 Schritten durch den Prozess zum Online-Business; von der Auswahl der passenden Zielgruppe bis zur Skalierung deines Online-Business.

Ich werde dir praxisnahe Tipps zur Erstellung einer Webseite, von Videos, Online-Kursen und (Live-)Workshops, Nutzung von E-Commerce-Plattformen, Marketing-Kanälen und -Prozessen geben.

Mit diesem Ebook wirst du einen Überblick bekommen, wie du deine Angebot digitalisieren und automatisieren kannst. Und wie du andere Menschen damit erreichst.



GENDER- HINWEIS

FORMULIERUNG & LESBARKEIT

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet.

Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Copyright © Natalie Becker

Titelbild: Wordcloud, selbst erstellt auf
www.wordclouds.com

Cover, Texte, Satz, Layout: Natalie Becker

Erstellt mit www.canva.com

Illustrationen: www.unsplash.com

Alle Rechte vorbehalten.

www.greensofgaia.de

EINLEITUNG

EINE CHECKLISTE, WIE DU DEINE KUNST-WERKSTATT, NÄHSCHULE ODER KREATIV-ANGEBOTE IN EIN ONLINE-BUSINESS UMWANDELN UND SO AUTOMATISIEREN KANNST, SO DASS DU MEHR ZEIT FÜR DICH UND ZUM REISEN HAST. DAMIT DU MEHR ZEIT MIT DEINER FAMILIE UND DEINEN KINDERN VERBRINGEN KANNST.

Dieser Leitfaden beginnt mit 10 Fragen, die dir dabei helfen herauszufinden, warum du ein Online-Business und digitale Angebote erstellen möchtest.

Schreibe dir deine Antworten auf diese 10 Fragen gerne auf. Dafür findest du auf Seite xx viel Platz zum Brainstormen und um deine ersten Ideen zu notieren.

Hier bist du eingeladen weit zu denken und groß zu träumen.

Im Anschluss daran erfährst du in 10 Schritten, wie dein Weg ins Online-Business aussehen kann.

Dieser Leitfaden zeigt dir einige der vielen Möglichkeiten, die du als Kreativ-Schaffender digital hast und die du für dich nutzen kannst.

Du wirst die Chancen und Perspektiven des digitalen Arbeitens kennenlernen und den Nutzen von digitalen Angeboten, sowohl für dich persönlich wie beruflich, als auch für deine Kunden.

Hier darfst du dir überlegen, ob du mit deinem Online-Business im Nebenerwerb arbeiten möchtest oder dein gesamtes Angebot digitalisiert und in Vollzeit online arbeitest. Und ob du dein Angebot nur teilweise automatisieren möchtest und einen Teil nach wie vor in Präsenz anbietest. Auch, wenn du weiterhin hauptsächlich in Präsenz tätig bleiben möchtest, kannst du deine Angebote parallel online anbieten und dich damit „digital absichern“ für den Fall einer Pandemie, Krankheit oder einfach nur Urlaub.

Ich finde, dass uns die G-Pandemie gezeigt hat, dass das Leben zwar generell auf unserer Seite ist, aber wir nicht immer auf der sicheren Seite sind. Und das kann leider bedeuten, dass durch Regierungsbeschlüsse und Lock-downs zeitweise keine Präsenz-Angebote möglich sind oder nur eingeschränkt.

EINLEITUNG

Diese Situation der beschränkten und sogar fehlenden Präsenz-Angebote hat viele Künstler und Unternehmer aus dem Kreativen Bereich und Kunsthandwerk sehr stark getroffen. Tagesstätten mit kreativen Angeboten waren zeitweise geschlossen oder nur für wenige TeilnehmerInnen zugänglich. Sowohl für die Kreativ-Branche sowie für alle Menschen, die von kreativen Angeboten zehren war diese Zeit beispiellos zermürend und teilweise alternativlos. Es sind Einnahmen weggefallen und Kosten entstanden, für die sie oft nicht ausreichend entschädigt wurden. Das bedeutet, hier geht es auch um deine Absicherung und darum, dir hier ein zweites Standbein aufzubauen, oder dein Angebot auf ein drittes, sicheres Bein zu stellen, womit du für zukünftige Krisen besser abgesichert bist.

Darüber hinaus, kannst du dir mehr Zeit für dich und deine Familie nehmen, wenn du automatisierte Online-Angebote hast. Damit hast du Zeit zur Verfügung, um dir mehr Freizeit zu nehmen.

Natürlich macht vielen von uns unser Beruf sehr viel Spaß, aber manchmal wollen wir einfach die Seele baumeln lassen. Vielleicht wollen wir einfach eine Stunde spazieren gehen, meditieren, uns weiterbilden oder kurzfristig wegfahren und verreisen. Und dann ist es schön, wenn wir einfach „Ja“ dazu sagen können. Mit diesen Online-Angeboten ist es möglich, sich als Unternehmer für eine gewisse Zeit aus dem Präsenz-Geschäft zurückzuziehen und zurück zu lehnen. Das können ein paar Tage sein, eine Woche oder länger; je nachdem was du dir vorstellst und vorhast. Denn damit ist es möglich räumlich flexibel zu sein und z.B. zu reisen, externe Weiterbildungen oder eine Sprachreise zu machen oder Bekannte zu besuchen und neue Orte kennenzulernen.

Dies sind nur einige der vielen Möglichkeiten, die wir mit einem kreativen online-basierten Business haben. Deine Angebote kannst du weiterhin in Präsenz anbieten und das Verhältnis von Online- zu Präsenz-Arbeit selbst steuern.

EINLEITUNG

Digitalisierte und (teil-)automatisierte Angebote bieten dir andere Vorteile:

Z.B. kannst du dich mehr darauf verlassen auch in deiner Abwesenheit ein Einkommen zu generieren. Interessenten können über deine Online-Präsenz trotzdem auf dich aufmerksam werden und deine Kunden können deine Angebote weiterhin nutzen. Wann immer du möchtest, kannst du mit Interessenten aus deiner Umgebung persönlich und in persona in Kontakt treten und in Präsenz mit ihnen arbeiten.

Viele von uns setzen sich oft unter Druck immer vor Ort und präsent oder ständig erreichbar sein zu müssen.

Mit online verfügbaren Angeboten kannst du deine Präsenz-Arbeitszeiten reduzieren und Öffnungszeiten vor Ort verkürzen oder flexibler gestalten.

Oder manche von uns müssen kontinuierlich selbst dafür sorgen, dass unsere Angebote kommuniziert werden und Menschen auf uns aufmerksam werden. Ob durch Flyer, Annoncen und Anzeigen oder per Mundpropaganda.

Wer keine starke Online-Präsenz hat, ist entweder darauf angewiesen, dass andere über uns erzählen und ein gutes Wort verbreiten, oder muss selbst Aushänge machen, inserieren oder Werbematerialien in Umlauf bringen. Das aber sind Dinge, die ganz leicht digitalisiert und mit wenigen Klicks öffentlichkeitswirksam verbreitet werden können.

Mit einer breiteren Medienpräsenz ist es z.B. nicht nötig Interessenten und potenzielle Kunden persönlich anzufragen damit Kurse voll belegt sind.

Außerdem können deine Angebote dann auch Menschen erreichen, die sonst in Präsenz nicht teilnehmen könnten, weil sie weniger oder nicht mobil sind z.B. aufgrund von körperlichen Einschränkungen oder weil es die Familiensituation mit Kindern so erfordert. Diese Menschen könnten von deinen digitalen Angeboten sehr profitieren.

Das alles und noch viel mehr kannst du erreichen, wenn du diesen Leitfaden Schritt für Schritt umsetzt. Wenn du dabei Hilfe benötigst, gibt es immer die Option dir professionelle Unterstützung zu holen.

Ich wünsche dir viel Spaß und erlaube dir groß zu denken und große zu träumen und dann sei gespannt auf das Ergebnis.

10 FRAGEN FÜR DICH

10 Fragen, die du dir stellen kannst, um deine beruflichen & privaten Ziele mit einem Online-Business herauszufinden:

1. Was sind deine wichtigsten beruflichen und privaten Ziele und wie stellst du dir eine ausgewogenen Work-Life-Balance vor?
2. Wie passen deine beruflichen und privaten Ziele zu einem Online-Business?
3. Wie könnte dein Leben in 5 oder 10 Jahren aussehen, wenn du deine beruflichen und privaten Ziele erreicht hättest?
4. Welche konkreten Schritte siehst du, um diese Ziele zu verwirklichen?
5. Welche Hindernisse und Herausforderungen könnten auf dem Weg der Verwirklichung dieser Ziele auftreten und was könnte dir helfen sie zu bewältigen?
6. Wie könntest du deine beruflichen und privaten Ziele so formulieren, dass sie spezifisch, messbar, erreichbar, attraktiv und zeitgebunden sind?
7. Welche Ressourcen stehen dir zur Verfügung, um deine Ziele zu erreichen und welche könntest du noch entwickeln?
8. Wie kannst du deine Ziele in kleinere Teilziele aufteilen und priorisieren, um sicherzustellen, dass du Fortschritte machst?
9. Wie kannst du deine Ziele mit anderen teilen, um Unterstützung und Feedback zu erhalten?
10. Wie kannst du deine Fortschritte auf dem Weg zu deinen Zielen verfolgen und messen, um deine Motivation und deinen Fokus aufrechtzuerhalten?



FOTO VON [PETER FOGDEN](#) AUF [UNSPLASH](#)

DEINE 10 SCHRITTE

01

*Ein Online-Business? -
Warum eigentlich?*

02

*Die richtige
Zielgruppe
finden*

03

*Das richtige
Angebot
erstellen*

04

*Technische
Grundlagen:
Webseiten &
Plattformen*

05

*Der richtige
Zahlungs-
anbieter*

06

*Automatisierung
von Marketing
& Vertrieb*

07

*Online-
Angebote
erstellen*

08

*Webinare als
Verkaufs-
instrument*

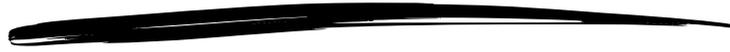
09

*Social-Media-
Marketing &
SEO*

10

*Skalierung
des Online-
Business*

HIER IST RAUM FÜR DEINE IDEEN & NOTIZEN:



"WENN WIR ANFANGEN WÜRDEN AUFZUHÖREN IMMER NUR ANZUFANGEN,
WÜRDEN WIR AUCH WEITERKOMMEN." (SELBSTZITAT)



FOTO VON [NOTE THANUN](#) AUF [UNSPLASH](#)

2. Deine Zielgruppe:

Die richtige Zielgruppe für deine Online-Angebote zu finden, ist einer der Schlüssel zum Erfolg deines Online-Business. Finde heraus, wer die von dir favorisierte Zielgruppe ist, was ihre Interessen, Bedürfnisse und Probleme sind und was sie im kreativen Bereich genau machen und lernen möchte. Erst dann weißt, wie du sie gezielt mit deinem Angebot ansprechen kannst.

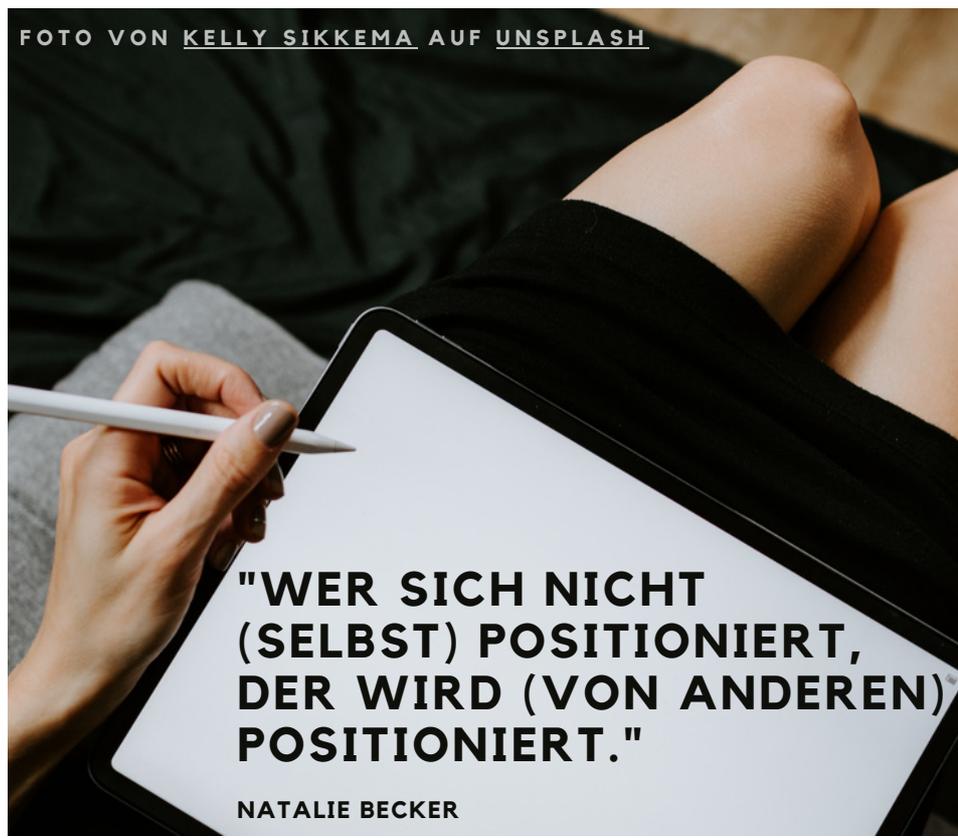
Eine derartige Zielgruppen-Analyse hilft dir, deine Dienstleistungen gezielt zu vermarkten und Marketingausgaben zu berechnen.

Benötigt deine Zielgruppe beispielsweise Basiswissen, Material, Beratung oder Anleitungen?

Beispiele:

- Eine Nähwerkstatt, die sich auf Vintage-Mode spezialisiert hat, kann ihre Zielgruppe in Liebhabern von Vintage-Mode finden und ihre digitalen Angebote entsprechend ausrichten.
- Eine Ergotherapeutin, die sich auf die Behandlung von Betroffenen von Schlafstörungen spezialisiert hat, kann ihre Traumreisen und imaginären Körper-Scans auf sie und ihr Umfeld einstellen.

FOTO VON [KELLY SIKKEMA](#) AUF [UNSPLASH](#)



**"WER SICH NICHT
(SELBST) POSITIONIERT,
DER WIRD (VON ANDEREN)
POSITIONIERT."**

NATALIE BECKER

3. Das richtige Angebot:

Das richtige Angebot ist entscheidend für den Erfolg Ihres Online-Business. Du solltest sicherstellen, dass dein Angebot zum Lifestyle deiner Zielgruppe passt. Dazu gehört auch die Preis- und Angebotsgestaltung sowie die Erstellung ansprechender Produktbeschreibungen.

Eine Nähwerkstatt kann sich überlegen, ob sie ihr Online-Angebot für Menschen aufbaut, die hobbymäßig nähen oder gewerblich nähen möchten. Du könntest Spezialkurse für Mütter, die Kleidung für ihre Kinder nähen möchten oder solche für Hunde- und Haustier-Bekleidung. Je präziser und spezieller dein digitales Angebot ist, desto spezifischer kann die Form der Ansprache potenzieller Kunden werden. Eine alleinerziehende Person mit mehreren Kindern zuhause könnte z.B. mehr von kürzeren Video-Einheiten profitieren als von solchen die 1 Stunde oder länger dauern.

Beispiele:

- Eine Ergotherapiepraxis könnte sich auf die Bedürfnisse von Kindern mit Lernschwierigkeiten konzentrieren und Online-Übungen für sie anbieten.
- Eine Nähwerkstatt, die Vintage-Mode anbietet, kann verschiedene Kleidungsstücke und Accessoires anbieten, die den Bedürfnissen ihrer Zielgruppe entsprechen.



Folgende Punkte kannst du berücksichtigen, wenn du einen Online-Kurs erstellst:

- **Zielgruppen-Analyse:** Berücksichtige die kognitive Veranlagung, den Lerntyp und motorische Fähigkeiten deiner Zielgruppe, um einen passenden Kurs zu erstellen.
- **Strukturierung:** Ein übersichtlich strukturierter Kurs mit klaren Lernzielen und -Einheiten und einer überschaubaren Gliederung hilft den Kurs-Teilnehmern.
- **Interaktivität:** Interaktive Elemente, wie z.B. Quizfragen, Facebook-Gruppen oder Diskussionsforen, vernetzen die Teilnehmer und helfen ihnen das Gelernte besser zu verinnerlichen.
- **Qualität in der Form:** Ein gut produzierter Online-Kurs besteht aus hochwertigen Audioaufnahmen und hochauflösenden Videos. Das ist nicht nur benutzerfreundlich, sondern bewirkt eine höhere Zufriedenheit der Teilnehmer und kann zu einer höheren Empfehlungsrate führen.
- **Marketing:** Um deinen Online-Kurs zu verkaufen, kannst du eine gezielte und diversifizierte Marketingstrategie verfolgen und verschiedene Kanäle nutzen, wie z.B. Social Media, E-Mail-Marketing und bezahlte Werbe-Anzeigen in Google.

FOTO VON [VADIM BOGULOV](#) AUF [UNSPLASH](#)

4. Erstelle deine Online-Angebote

Online-Kurse sind eine hervorragende Möglichkeit, um das Wissen und die Fähigkeiten, die man besitzt, an andere weiterzugeben. Die Erstellung von Online-Kursen ist heutzutage relativ einfach, da es viele Tools und Plattformen gibt, die bei der Erstellung und Verwaltung von Kursen helfen können.

Mithilfe von loom kannst du Videos im Erklär-Stil erstellen und mit voomly ganze Video-Kurs-Schleifen und -Reisen erstellen.

Beispiel:

Ein Online-Nähkurs für Anfänger könnte in themen-zentrierte Module unterteilt sein, z.B. das Nähen von Knöpfen, das Abstecken von Stoffen oder das Abnehmen von Schnitten.

In der Ergotherapie wäre ein Online-Kurs mit Übungen zur Verbesserung der Achtsamkeit umsetzbar.

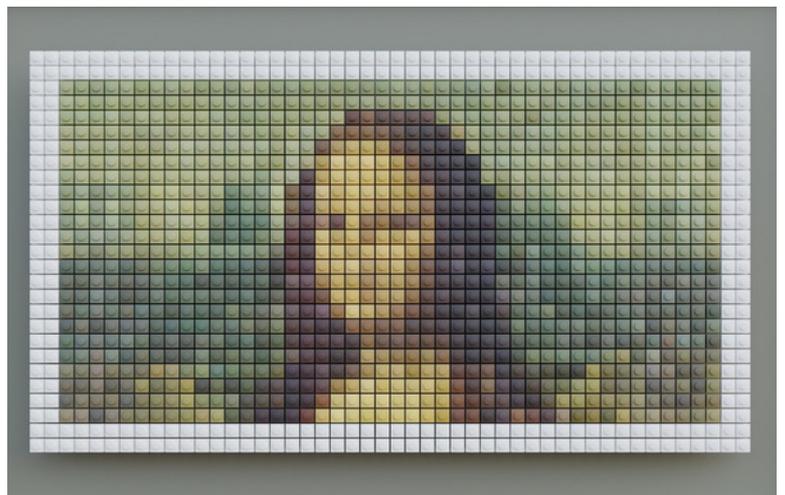


FOTO VON [SIMON LEE](#) AUF [UNSPLASH](#)



FOTO OBEN: VON [DISTINCT MIND](#) AUF [UNSPLASH](#)

FOTO UNTEN: VON [SIMON LEE](#) AUF [UNSPLASH](#)

5. Nutzung von automatisierten Prozessen

Automatisierte Prozesse helfen dabei, Zeit und Ressourcen zu sparen und können dabei helfen, den Arbeitsalltag zu vereinfachen. Im Rahmen der Digitalisierung können viele Abläufe automatisiert werden, z.B. der Versand von E-Mails, die Terminplanung oder die Erstellung von Rechnungen.

Ein Beispiel für automatisierte Prozesse ist eine automatische Terminerinnerung per E-Mail. Hierbei kann man einen Prozess einrichten, bei dem alle Kurs-Teilnehmer automatisch E-Mails zu ihrem Termin zu erhalten. Auch Rechnungen nach dem Verkauf eines Online-Kurses automatisch erstellt werden.

Beachte gerne folgendes:

- Analyse der Prozesse: Finde heraus, welche Abläufe deiner Tätigkeit du automatisieren kannst und möchtest. Gibt es Aufgaben, die dir weniger Spaß machen oder repetitiv sind? Vieles ist leicht digitalisierbar und es gibt entsprechende Apps, Programme und Tools, die diese Aufgaben übernehmen könnten.
- Schreibe dir am Besten alle Tätigkeiten und Abläufe auf, die du im Tagesverlauf durchführen musst damit dein Tagesgeschäft reibungslos funktioniert. Anschließend kannst du deine Liste analysieren.

Z.B. kannst du eine Online-Plattform verwenden, um deine Kurse anzubieten, automatisierte E-Mails versenden oder ein Buchungssystem einsetzen.

Beispiele:

- Wenn du eine Nähsschule betreibst, könntest du eine Online-Plattform wie Udemy oder Teachable nutzen, um deine Kurse anzubieten und den Zahlungsprozess automatisiert abzuwickeln.



FOTO VON MERVE SEHIRLI NASIR AUF UNSPLASH

6. Erstelle deine Online-Kurse

Sobald du dir klar bist, wer deine Zielgruppe ist und welche Bedarfe sie hat, kannst du deine digitalen Angebote erstellen. Hierbei kannst du sowohl bestehende Angebote in Video-Kurse umwandeln als auch neue (Dienst-)Leistungen kreieren und z.B. als Selbstlern-Videos, Video-Serien oder digitalen Anleitungen anbieten.

Beispiel 1: Ein Ergotherapeut bietet eine Achtsamkeitsgruppe für Erwachsene an, die Entspannungs-Probleme haben. Er entscheidet sich dazu, diese Gruppe als Online-Gruppe anzubieten und erstellt zudem Audio-Dateien zum Nachhören oder weitermachen.

Beispiel 2: Eine Nähschule bietet Näh-Workshops und fortlaufende Kurse an. Sie entscheidet sich dazu, ihre bestehenden Angebote als Online-Video-Kurse anzubieten, um ihren Kunden die Möglichkeit zu geben, von zu Hause aus Nähen zu lernen.

Beispiel 3: Eine Künstlerin bietet bisher Einzelsitzungen an. Sie erstellt einen Online-Kurs, den sich ihre Kunden dazu buchen können, um die Einzel-Termine nachzuarbeiten und ihre kreativen Fähigkeiten zuhause weiter zu verbessern

Tipp:

Wenn du deine Online-Angebote erstellst, achte darauf, dass diese interaktiv und abwechslungsreich sind. Verwende zum Elemente wie Kapitel in Videos, Pause-Sequenzen mit Quizfragen, Abschnitte mit kunsthistorischem Wissen oder humoristische Einlagen um deine Kunden zu motivieren und ihre Aufmerksamkeit zu halten.



FOTO VON MERVE SEHIRLI NASIR AUF UNSPLASH

7. Schritt: Vermarktung deiner Online-Angebote

Ein erfolgreicher Online-Kurs benötigt eine effektive Vermarktungsstrategie. Hierbei solltest du dir vor Augen halten, wer deine Zielgruppe ist und in welchen Medien du sie am besten erreichst. Nutze Social-Media-Plattformen, wie Facebook oder Instagram, um deine Kurse zu bewerben.

Erstelle optisch ansprechende und selbsterklärende Werbemittel, wie Videos, bebilderte Schritt-für-Schritt-Anleitungen oder Infografiken, um potenzielle Kunden anzusprechen. Weitere Möglichkeiten der Vermarktung sind Kooperationen mit anderen Kreativ-Schaffenden oder die Nutzung von Empfehlungs-Programmen. Bei Empfehlungs-Programmen können andere Menschen deine Angebote bewerben und erhalten von dir eine Provision pro verkauften Produkt oder gebuchtem Kurs.

Beispiele:

- Erstelle eine (gewerbliche) Facebook-Seite für dein Online-Business und bewerbe deine Kurse über Facebook-Ads. Du kannst auch gewerbliche Anzeigen in Nachbarschaftsportalen erstellen.
- Nutze Instagram, um Fotos und Videos von deinem Kunsthandwerk zu posten und verlinke auf deine jeweiligen Online-Angebote.
- Kooperiere mit anderen Kreativ-Schaffenden und bietet gemeinsame Workshops, Kurs-Pakete oder Kombi-Rabatte für eure Angebote an.
- Erstelle ein Empfehlungs-Programm auf einer digitalen Handelsplattformen wie digistore24 oder copecart und biete damit anderen Menschen eine Provision für jede erfolgreiche Vermittlung deines Online-Kurses an.



MARKETING

FOTO VON [MERAKIST](#) AUF [UNSPLASH](#)

8. Vermarkte deine Online-Kurse und wähle die passende Plattform

Wenn du deinen Online-Kurs anbieten möchtest, benötigst du eine Plattform, auf der du ihn hosten und verkaufen kannst.

Es gibt verschiedene Plattformen zur Auswahl, wie z.B. Udemy, Teachable oder Kajabi. Überlege dir genau, welche Anforderungen du an die Plattform hast und welches Budget du dafür einplanen möchtest.

Beispiel: Wenn du deine Kurse auf einer Plattform wie Teachable anbieten lässt, kannst du sie verwalten und verkaufen lassen. Teachable bietet verschiedene Funktionen, wie z.B. die Erstellung eigener Verkaufsseiten zu oder die Nutzung von Empfehlungs-Programmen.

Sobald du deine Online-Angebote erstellt hast, solltest du diese pro-aktiv vermarkten, um Kunden zu gewinnen.

Zum Einen kannst du deine Online-Kurse über deine Website zu bewerben. Zum Anderen kannst du Social-Media-Plattformen wie Facebook, Pinterest oder Instagram zu nutzen, um Werbung für deine Kurse zu schalten.

Beispiel 1: Eine ErgotherapeutIn bewirbt ihre Online-Meditation über ihren YouTube-Channel und verweist darin mit einem Link zur Vollversion im Shop auf ihrer Website.

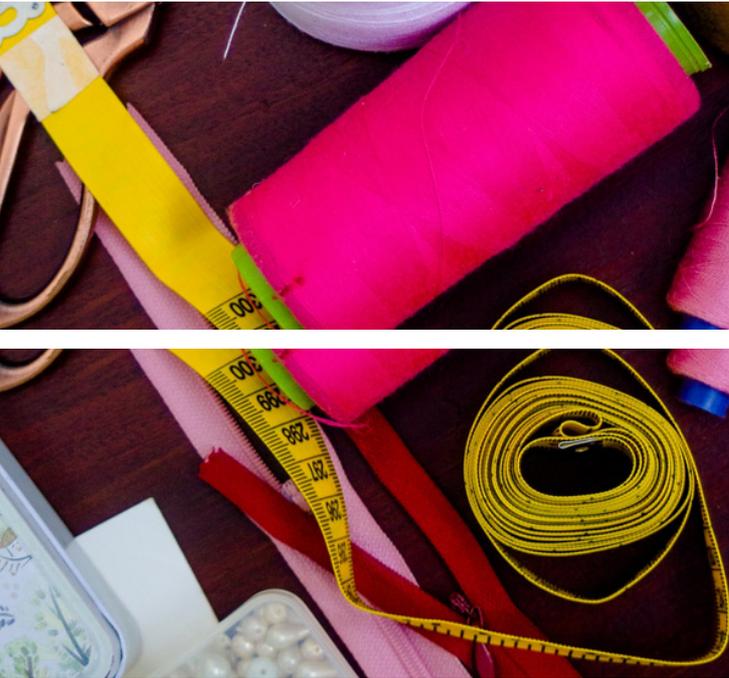
Beispiel 2: Eine Nähschule nutzt Werbeanzeigen auf Facebook, um ihre Online-Kurse zu bewerben und gibt blendet ein limitiertes Angebot mit ein.

Beispiel 3: Eine Künstlerin nutzt Instagram, um ihre Online-Workshops zu bewerben und Personen, die ihr folgen, durch einen Link auf ihre Website einzuladen.

Es ist wichtig, dass du deine Zielgruppe und ihre Social-Media-Kanäle kennst um sie zu erreichen.

Beispiele:

- **Social-Media-Marketing:** Du kannst deine Live-Workshops über Facebook oder Instagram bewerben, indem du gezielt Event-Anzeigen schaltest oder deine Beiträge in relevanten und passenden Gruppen teilst.
- **Suchmaschinen-Optimierung (SEO):** Durch die Optimierung deiner Website für Suchmaschinen können dich potenzielle Kunden besser finden, wenn sie nach verwandten Themen suchen.



9. Schritt: Deine Marketingstrategie

Jetzt geht es darum, eine Online-Marketing-Strategie für dein digitales Angebot zu erstellen. Eine erfolgreiche Online-Marketing-Strategie kann dir dabei helfen, deine Zielgruppe besser zu erreichen und den Umsatz zu steigern.

3 Schritte für eine erfolgreiche Online-Marketingstrategie:

1. Identifiziere deine Zielgruppe:

Wer genau sind deine (bevorzugten) Kunden und welche Online-Medien nutzt sie? Wann hat sie Zeit und wann ist sie schwerpunktmäßig online?

2. Definiere deine Ziele:

Was möchtest du mit deiner Online-Marketingstrategie erreichen? Möchtest du mehr Interessenten auf deine Website bringen oder deinen Umsatz steigern?

Welche **Online-Marketing-Kanäle** passen am besten zu dir als Person, deinem Angebot und deinen Zielen?

Beispiele für Plattformen & Tools:

- Social Media: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest
- E-Mail-Marketing: Newsletter, automatisierte E-Mails, Kampagnen
- Suchmaschinen-Marketing: Google AdWords, Bing Ads
- Content-Marketing: Blogging, Videos, Infografiken, eBooks

1. **Inhalte:** Erstelle Inhalte, die auf die Bedürfnisse deiner Zielgruppe zugeschnitten sind und diese dazu animieren, deine Produkte oder Dienstleistungen zu kaufen.
2. **Suchmaschinenoptimierung (SEO):** Optimierte deine Website für Suchmaschinen, um mehr Traffic zu generieren und dein Ranking in den Suchergebnissen zu verbessern.
3. **Bezahlte Werbung:** Nutze bezahlte Werbung, um mehr Interessenten auf deine Website zu leiten.
4. **Messung & Analyse:** Überwache deine Online-Marketing-Kampagnen und analysiere die Ergebnisse, um zu sehen, was funktioniert und was nicht. Nutze diese Erkenntnisse, um zu optimieren.

Beispiele:

- Eine Ergotherapeutin, die eine Online-Mediathek kreiert hat, erstellt eine Facebook-Seite und Instagram-Account, um ihre Zielgruppe zu erreichen.
- Ein Künstler, der Online-Kurse für Aquarellmalerei hat, erstellt eine Übersichtsseite (Landingpage), um Interessenten durch Google AdWords-Anzeigen zu seinem Angebot zu leiten.
- Eine Nähschule, die einen Online-Shop für Nähzubehör hat, nutzt E-Mail-Marketing, um Produkte zu bewerben und Sonderaktionen anzukündigen.



FOTO VON [VOLHA FLAXECO](#)
AUF [UNSPASH](#)

10. Erfolgsmessung und Optimierung

Hier geht es darum, den Erfolg deines Online-Business zu messen und zu optimieren. Dafür ist es wichtig, dass du vorab definiert hast, wie "Erfolg" für dich aussieht (siehe Schritt 9 - Definiere deine Ziele). Damit kannst und solltest du regelmäßig überprüfen, ob deine Maßnahmen erfolgreich und ggf. Anpassungen vorzunehmen sind.

Mit **Google Analytics** kannst du Besucherzahlen, Verweildauer und Absprungrate deiner Website messen und analysieren.

Skalierung des Online-Business:

Zuletzt kann es darum gehen, mehr Kunden zu erreichen und dein Business zu vergrößern; sprich: zu 'skalieren'.

Hier einige Möglichkeiten:

- Du kannst **dein Angebot erweitern**, indem du es durch neue Produkte oder Dienstleistungen ergänzt. Dies kann auch durch Partnerschaften oder Kooperationen mit anderen Unternehmen geschehen.
- Durch die **Automatisierung** von Prozessen kannst du Zeit und Kosten sparen und dein Online-Business skalierbarer machen.

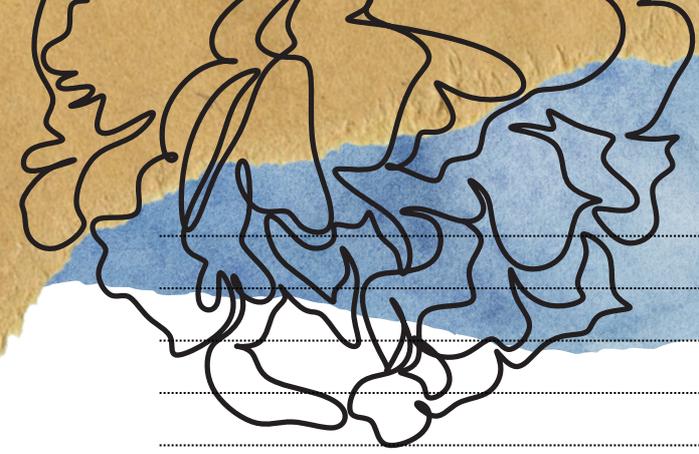
Social-Media-Plattformen wie Facebook, Instagram und YouTube sind gute Möglichkeiten, um dein Business bekannter zu machen.

Überwachung und Optimierung:

Nachdem die automatisierten Verkaufs- und Marketingprozesse eingerichtet sind, ist es wichtig, diese ständig zu überwachen und zu optimieren.

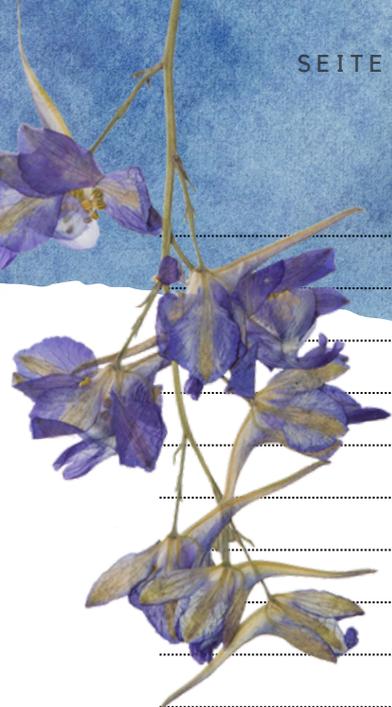
Hier sind einige hilfreiche Tools:

- **Analyse-Tools** können Daten wie Traffic, Verkaufszahlen und Conversion-Rates sammeln und anzeigen, um den Erfolg des Geschäfts zu überwachen und zu messen.
- Durch **A/B-Tests** kann getestet werden, welche Verkaufs- und Marketingstrategien am besten funktionieren und welche Optimierungspotenziale es gibt.
- **Kundenfeedback**: Durch regelmäßige Umfragen kann das Feedback der Kunden genutzt werden, um das Angebot und den Service zu verbessern.
- **Anpassung an Marktveränderungen**: Da sich der Markt ständig ändert, ist es wichtig, das Angebot und die Strategien regelmäßig zu überprüfen anzupassen.
- **Kontinuierliche Weiterbildung**: Um auf dem neuesten Stand zu bleiben, Trends und Entwicklungen im Blick zu haben, ist es wichtig, sich regelmäßig weiterzubilden.



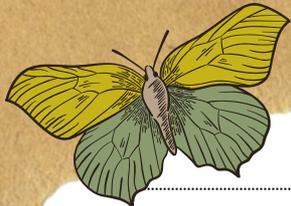
A large central area of the page is filled with horizontal dotted lines, providing a space for writing or drawing.





A series of horizontal dotted lines spanning the width of the page, providing a guide for writing.





A series of horizontal dotted lines for writing, spanning the width of the page.





WER KEINE ZEIT ZU
SPIELEN HAT,
HAT KEINE ZEIT ZU LEBEN.

NATALIE BECKER