Motiviert in die Selbständigkeit

SELBSTVERMARKTUNG **Endlich der eigene Chef sein. Das reizt viele junge Malermeister und Malermeisterinnen jährlich, den Schritt in die Selbständigkeit zu wagen. Wie erfolgreich dieser Weg wird, hängt von Beginn an vom Marketing ab. Es gilt: Qualität vor Quantität. Und: Kleine Brötchen backen, aber die richtigen.**

Matthias Eigel,
Kaleidoskop Marketing-Service

»Marketing ist nichts anderes, als mit seinen Mitteln den Markt zu finden, der zu einem passt – und einen in jeder Hinsicht nährt.«

Betriebsausstattung anschaffen, Behördengänge tätigen und sich in der Selbständigkeit einrichten: So sieht eine Unternehmensgründung zu Beginn meist aus. Als selbständiger Malermeister ist man Dreh- und Angelpunkt jedes Geschäfts. Man ist nicht nur für fachliche Aufgaben und reibungslose interne Abläufe zuständig, sondern man kümmert sich auch darum, genügend und vor allem lohnende Aufträge an Land zu ziehen. Denn ohne Aufträge keine Arbeit. Hinter jedem Auftrag steht ein potentieller Kunde, der gewonnen, zufriedengestellt und behalten werden möchte. Das richtige Marketing ist daher maßgeblich für jeden Existenzgründer, denn ein Betrieb ist nur dann erfolgreich, wenn er für seine Leistungen einen Markt findet und ihn ständig weiterentwickelt. Mit den richtigen Marketingmaßnahmen schafft der junge, motivierte Maler den Sprung in die Selbständigkeit.

Klarheit schaffen Doch mit welchen Vermarktungsmöglichkeiten fängt ein junger Chef an, ohne ein Riesenloch in das ohnehin knappe Budget zu reißen? Der erste und wichtigste Schritt kostet kein Geld, aber Hirnschmalz. Ein Jungunternehmer muss sich klar sein, was er genau unternehmen will – und für wen. Worin bin ich besonders gut – fachlich und menschlich? Welche dieser Stärken wird derzeit am Markt verlangt und füllt eine Lücke, und welche Art von Kunden ist die Zielgruppe für diese Leistungen und Services? Die Antworten auf diese Fragen sind die Basis jeder Vermarktung. Aus ihnen leitet sich der Kompass für alle weiteren Maßnahmen ab.

Sichtbar werden Wenn ein Existenzgründer weiß, was er kann und was er will, geht es im nächsten Schritt darum, sich von der Konkurrenz abzuheben, sich einen gewissen Bekanntheitsgrad zu verschaffen und sein Unternehmen an die Kunden heranzutragen. Ein Kunde, der einen noch nicht kennt, ist wenig motiviert, den Zuschlag zu geben. Die Aufgabe besteht deshalb darin, ein vertrauenswürdiges und motivierendes Bild von sich zu schaffen und dieses mit überschaubaren Mitteln bekannt zu machen. Mit dieser Vorstellung gilt es, in die Selbständigkeit zu starten. Sorgen Sie für ein attraktives Erscheinungsbild Ihres Unternehmens mit Firmenlogo, Briefbogen, Visitenkarte und Fahrzeugbeschriftung. Mit einer kleinen Website im Netz präsentieren Sie die eigenen Stärken. Eine Social-Media-Präsenz ist eine gute Möglichkeit, sich zu vernetzen, zugleich können aber auch klassische Handzettel im Ort verteilt oder Kleinanzeigen in der lokalen Presse geschalten werden, die das Betriebsprofil griffig und anziehend machen.

Kunden begeistern und multiplizieren Eine der wirkungsvollsten Marktstrategien ist und bleibt es, aus einem zufriedenen Kunden viele zufriedene Kunden zu machen. Stichwort: Weiterempfehlung. Neben besonders guter Beratung und einwandfreier Arbeit unterstreicht ein kleines Präsent zum Auftragsabschluss, wie wichtig Ihnen der Kunde ist. Als Existenzgründer sollten Sie immer zeigen, dass der Kunde und seine Wünsche im Vordergrund stehen. Kurbeln Sie außerdem Weiterempfehlungen aktiv mit einer netten Belohnung für die Auftraggeber an, wenn sie Sie an Freunde, Bekannte und Verwandte vermitteln.

Erkenntnisse reflektieren Schon nach kurzer Zeit des selbständigen Arbeitens wird man als Chef erkennen, dass zwischen Theorie und Praxis ein Unterschied besteht. Das ist nicht schlimm, sondern fruchtbar. Diese Erkenntnisse bringen Sie auf der Erfolgsspur weiter, wenn Sie die entsprechenden Schlüsse ziehen und umsetzen. Beispielsweise wollen Sie hochwertige Gestaltungstechniken an anspruchsvolle Bauherren verkaufen. Fachlich sind Sie topfit, trotzdem klappt es nicht. Schließlich teilt Ihnen ein ehrlicher Kunde mit, dass er Ihre Musterplatten erste Sahne findet, Ihren Auf- »

PCI®
Mit System verlegen

Die sichere Systemlösung

Damit Parkett auch auf kritischen Untergründen hält!

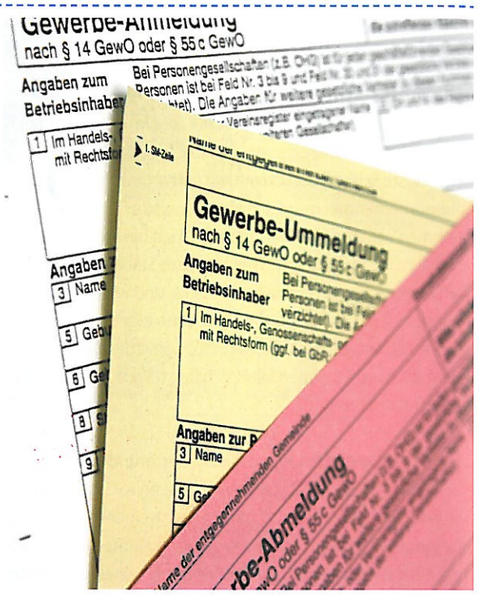
PCI bietet Ihnen bei der Renovierung und Verlegung von Parkett auf gerissenen Untergründen und Mischuntergründen die richtigen Systemkomponenten, die überbrücken, Spannungen verteilen und stabilisieren.

Die Systemvorteile auf einen Blick:
- Einfacher Einbau und schneller Baufortschritt.
- Geringe Aufbauhöhe (ab 5 mm).
- Hohe Anwendungssicherheit und Wirtschaftlichkeit.

A brand of BASF
We create chemistry

www.pci-bodenleger.com

Vor jedem Auftrag steht ein potentieller Kunder, der gewonnen, zufriedengestellt und behalten werden möchte



Betriebsausstattung, Behördengänge und wirkungsvolles Marketing sind wichtige Maßnahmen in Richtung Selbständigkeit

tritt in verdreckten Baustellenklamotten beim Beratungsgespräch aber gar nicht. Leicht zu ändern.

In einem anderen Beispiel haben Sie sich auf Innenraumrenovierungen bei Senioren spezialisiert. Sie haben fünf vielversprechende Angebote abgegeben, aus denen jedoch nichts wurde. Beim sechsten abgelehnten Angebot fragen Sie nach und hören, dass die alte Dame einfach grundsätzlich Angst vor dem ganzen Drumherum hat. Die Erkenntnis: Ein Aus- und Einräumservice muss mit auf die Leistungspalette.

Auch solche Dinge sind Marketing. Denn Marketing heißt nicht nur, ein Image und Leistungen zu kommunizieren, sondern auch das Image, die Leistungen und den Service optimal auf die Wunschkundschaft auszurichten.

Offen und gezielt weiter Sie haben den Einsatz von Pressearbeit und Werbemaßnahmen wie Broschüren und Direktwerbebriefen, von Veranstaltungen zur Kundenbindung und vieles weitere in den bisherigen Tipps vermisst? All das und noch viel mehr wird nach und nach ganz automatisch zum unternehmerischen Leben hinzukommen. Allerdings niemals als Selbstzweck. Im Marketing stehen immer Ihre Ziele als Unternehmer und die Bedürfnisse Ihrer Kunden im Mittelpunkt, niemals Werbe- und Vermarktungsmaßnahmen um ihrer selbst willen. Entscheidend ist immer folgende Denkweise: Wie finden die Leistungen, die ich als Unternehmer gut und gerne biete und hinter denen ich als ganzer Mensch stehe, ihre Abnehmer? Wie werde ich von den Kunden für diese Leistungen als erste Adresse glaubwürdig wahrgenommen und wie hebe ich mich vom Wettbewerb ab? Und damit einher geht auch die Frage, welche Vermarktungsmaßnahmen darin unterstützen finanziell und inhaltlich darin, mit der Selbständigkeit glücklich zu werden? Die Antworten darauf verhelfen zu einem effektiven Marketing, das sich so individuell gestalten lassen wird wie Ihr Unternehmen es ist.

Matthias Eigel

DAS WÜNSCHT IHR KUNDE!

Davon auszugehen, dass es wahrlich Wichtigeres gebe als sich als Jungunternehmer auch noch um die Vermarktung zu kümmern, ist die falsche Einstellung. Kunden legen großen Wert auf eine ansprechende Präsentation und erhoffen sich vielversprechende Anregungen von neuen Betrieben.

- **Kunden sind immer auf der Suche nach frischen Malerideen,** die ihnen ihr bisheriger Handwerker nicht bieten konnte.
- **Kunden lassen sich** heute mehr denn je von wirklich gutem Service **begeistern.**
- **Kunden wollen** endlich davon **überzeugt werden,** dass alle negativen Klischees, die sie mit Handwerkern verbinden, durch Sie der Vergangenheit angehören.

Und genau das sollten Sie ihnen sagen und beweisen – durch Ihre Leistungen und Ihr Marketing, das die Brücke zwischen Ihnen und Ihren Kunden schlägt.

Fotos: Jamrooferpix/Fotolia, RRF/Fotolia/, S. Kobold/Fotolia/