



FREELANCING IN CREATIVE

mit BlahMage

GESCHÄFTSIDEE

Aller Anfang

- Gibt es formale Voraussetzungen, um mit meiner Idee Geld zu verdienen?
(Zulassungsbeschränkungen)

GESCHÄFTSIDEE

Aller Anfang

- Was genau möchte ich machen?
- Kann ich meine Idee in einem Satz zusammenfassen?
- Ist meine Idee langlebig oder baut sie auf einen Trend?
- Wie groß ist meine Zielgruppe?

GESCHÄFTSIDEE

Aller Anfang

- Möchte ich all mein Geld damit verdienen, oder nur nebenher?
- Habe ich die finanziellen Mittel für wahrscheinlich 3-4 Jahre wenig Einnahmen?
- Gibt es eine andere, konsistente Einnahmequelle?

GESCHÄFTSIDEE

Administration

- Brauche ich Gerätschaften?
- Brauche ich Software?
- Was ist vorherrschend im Markt?
- **BACK UPS**
- Dateimanagement
- Förderungen

DER RECHTLICHE DRISS

ACHTUNG - kein Profi

- Steuernummer
(ggf Personengesellschaft)
- **STEUERBERATER**
- Gewerbeanmeldung
- Versicherungen
- Diverses (zB Verpackungslizenz)

VERSICHERUNGEN

ACHTUNG - kein Profi

- Krankenversicherung (KSK)
- Berufshaftpflicht
- Sachversicherung
- private Rente
- Berufsunfähigkeit
- Krankentagegeld

DER MARKT

Was und wen gibt es noch?

- Wer ist meine direkte Konkurrenz?
- Gibt es indirekte Konkurrenz?
- Wo findet sich die Konkurrenz?
(Plattformen, Verkaufsplattformen, physisch zB auf Märkten)
- Wie sieht die Preisgestaltung der Konkurrenz aus?

EUER „WERT“

Stundensätze berechnen

- Welche Fixkosten habe ich (Strom, Heizung, Miete, Versicherungen, Essen etc?)
- Wieviel Zeit verwende ich auf Administration?
- Bedenkt Steuern die ihr Zahlen müsst!

EUER „WERT“

Stundensätze berechnen

Es gibt in verschiedenen Branchen Tools zur Berechnung von Stundensätzen, zB hier für den Bereich Kommunikation:

<https://kajy.calculate.design>

KOMMUNIKATION

Eure Zielgruppe

- Wer ist meine direkte Zielgruppe?
- Gibt es eine indirekte Zielgruppe?
- Wo hält sich meine Zielgruppe im Netz und physisch auf?
- **Erstelle ein Persona!**
Eine Beispiel-Person. Wie lebt sie?

KOMMUNIKATION

Die Copy Strategie

- Cola: ein Getränk
das euch wach macht
- hält euch wach
- **Der USP/UAP** - euer Alleinstellungsmerkmal (tatsächlich oder emotional)
- **Der User Benefit** - was hat euer Kunde von euch?

KOMMUNIKATION

Die Copystrategie

- Ist Koffein drin
- fröhlich, aufgeweckt, leistungsstark
- **Der Reason Why** - Begründung eures User Benefits anhand von Produktmerkmalen
- **Die Tonality** - euer Stil, die Stimmung eurer Kommunikation

PORTFOLIO

Beispiele eurer Arbeit

- kein Kunde kauft die Katze im Sack
- Macht eure EIGENE Webseite, ein Social Media Kanal ist kein adäquates Portfolio
- besorgt euch eure eigene Top-Level Domain und E-Mail-Adresse

PORTFOLIO

Beispiele eurer Arbeit

- Je nach Zielgruppe braucht ihr ein Portfolio nicht nur im Web, sondern auch gedruckt oder in PDF-Form
- Zeigt einen Querschnitt durch alles
- Erneuert euer Portfolio regelmäßig

CORPORATE DESIGN

Wie ihr euch präsentiert

- Ein Corporate Design beschreibt die Gestaltung eurer Geschäftsausstattung - vom Logo, über die Visitenkarte bis zur Webseite (bis hin zu T-Shirts oder Tassen...)
- Es sorgt für eure Wiedererkennbarkeit

CORPORATE DESIGN

Wie ihr euch präsentiert

Partypooper here:

Weil ihr malen und zeichnen könnt,
könnt ihr nicht zwangsläufig gestalten,
holt euch ggf Hilfe bei der Gestaltung.

WEBSEITE

Warum eine Webseite?

- Ihr könnt eure eigene Webseite komplett nach euren Wünschen aufbauen
- Ihr seid nicht einem Plattformbetreiber ausgeliefert
- Ihr teilt euch nicht die Ausstellungsfläche mit jemand anderem

WEBSEITE

Was sollte drauf?

- Euer Portfolio
- Informationen über euch
- Informationen über eure Leistungen
- Eine Kontaktmöglichkeit
- Pflichtseiten (Impressum, Datenschutzerklärung, Cookie-Richtlinie)

WEBSEITE

Selbst hosten

- Erfordert eine gewisse Einarbeitung oder Betreuung durch jemand anderen
- Bietet euch maximale Flexibilität
- kann über ein CMS trotzdem durch euch gepflegt werden

WEBSEITE

hosten lassen

- Erfordert so gut wie keine Vorkenntnisse
- Auswahl von Vorlagen ist eingeschränkt
- Keine Wartung notwendig

KUNDEN

Akquisewege

- Mund-zu-Mund ist eure beste (und häufigste) Akquise
- Social Media ist ein Weg, aber overrated
- E-Mail Marketing
- Vor-Ort-Vertrieb (zB Cons)

KUNDEN

Social Media

- Welche Plattformen benutzt eure Zielgruppe?
- Könnt ihr euren Betrachtern Mehrwert bieten?
- Langsames Wachstum ist meistens besser als schnelles
- pflegt eure Community

KUNDEN

Social Media

- Der Algorithmus ist König, und die ganze Zeit darüber jammern wird ihn nicht ändern
- Social Media ernsthaft betreiben ist VIEL Arbeit

KUNDEN

E-Mail Marketing

- „Newsletter“ bieten sich vor allem an, wenn ihr einen Mehrwert bieten könnt
- zB Inspiration, Veranstaltungen, Educational Content
- Wenn ihr bereits ein Following aufgebaut habt, zur Information

KUNDEN

Vor-Ort-Vertrieb

- Ihr könnt mit der Zielgruppe direkt ins Gespräch kommen
- Ihr macht euch Nahbarer
- Ihr könnt euch an Veranstaltungen beteiligen, um auf euch aufmerksam zu machen (zB Workshops, WBs...)

KUNDEN

Gute Kunden, weniger gute Kunden

- Regelmäßige Aufträge sind Brot & Butter
- Gute Kunden diskutieren keine Preise
- Gute Kunden sind organisiert
- Balance finden sollte das ein- oder andere nicht gegeben sein (zB viel Geld, wenig Organisation)

KUNDEN

AGB und Co

- Schickt mit jedem Angebot eure aktuellen AGB!
- AGB könnt ihr selbst schreiben oder Vorlagen nutzen und ergänzen
- Klärt ob Nutzungsrechte übertragen werden, und welche, haltet das für den Kunden fest!

KUNDEN

AGB und Co

- Wenn ihr Marken oder Produkte entwickelt, klärt eine potentielle Gewinnbeteiligung ab!
- Am sichersten sind Angebot, Bestätigung und Vertrag (in der Praxis wird das aber so manchmal schwierig)

KUNDEN

Zusammenarbeit

- Klärt Deadlines und macht klar, dass diese für beide Seiten gelten
- Klärt genau wie Korrekturprozesse aussehen und was eine Korrektur ist
- Kommuniziert Mehraufwand und lasst ihn bestätigen
- Setzt Grenzen

KUNDEN

Zusammenarbeit

Kunden haben oft nur eine sehr verwaschene Vorstellung was sie möchten - **erarbeitet einen Fragen-/Briefingkatalog** der euch hilft herauszufinden was der Kunde wirklich will.

KUNDEN

Vorleistung

Geht nicht in hohe finanzielle Vorleistung für Kunden, die ihr nicht kennt (zB Materialkosten, Bestellungen über euch)

KUNDEN

Vertrieb

- Vertrieb vor Ort: Läden
- Vertrieb vor Ort: Veranstaltungen
- Vertrieb Online: eigener Shop
- Vertrieb Online: Plattform

DANKE <3

Kommt mit mir ins Gespräch

blahmage.com