



FREELANCING IN CREATIVE

mit BlahMage

GESCHÄFTSIDEE

Fragen an euch

Beantworte ein paar Fragen zu dir und deiner Geschäftsidee.

GESCHÄFTSIDEE

Fragen an euch

- Bin ich kompetent?

Formelle Kenntnisse vs Autodidakten, Fachwissen, Kompetenz auf dem Gebiet der Zielgruppe, Rechtfertigung vor euch selbst/ Impostor Syndrom

- Kann ich mich selbst organisieren?

- Ist mir bewusst, wieviel uncreative

Arbeit dazu gehört?

Administration, Kundenarbeit die euch nichts sagt

GESCHÄFTSIDEE

Fragen an euch

- Ist mir die Verantwortung klar?
Haftung, Beziehung zu Kunden, mit Konsequenzen von Fehlern leben
- Kann ich mit Rückschlägen und Kritik umgehen?
- Kann ich längere Zeit ohne ein größeres Einkommen leben?

GESCHÄFTSIDEE

Fragen an die Idee

- Ist meine Idee langlebig, oder baut sie ausschließlich auf einen Trend?
- Kenne ich das/die Problem(e) meiner Kunden?
- Wie groß ist die Zielgruppe?

GESCHÄFTSIDEE

Definition eurer Idee

Notiert eure Geschäftsidee und seid so **spezifisch** wie möglich.

„Ich möchte Kommunikation für Arztpraxen und Gesundheitsberufe gestalten“

„Ich möchte Musik für storydriven Videogames machen“

„Ich möchte Artikel für den Kulturbereich schreiben“

„Ich möchte Kurse für Eltern anbieten, die mit ihren Kindern kreativ sein wollen“

INTERMEZZO

Administration

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

INTERMEZZO

Versicherungen

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

INTERMEZZO

Sonstiges

- Gerätschaften
- Software
- Was ist vorherrschend im Markt?
- Dateimanagement
- Backups
- Förderungen

DER MARKT

Was und wen gibt es noch?

- Wie groß ist der Markt?
- Wer ist meine direkte Konkurrenz?
- Gibt es indirekte Konkurrenz?
- Wo findet sich die Konkurrenz?
- Wie sieht die Preisgestaltung der Konkurrenz aus?

DER MARKT

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?

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

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

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 (eigene E-Mail, kein Freemail)
- 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 längerfristige Produkte entwickelt, klärt eine potentielle Gewinnbeteiligung ab!
- Am sichersten sind Angebot, Bestätigung und Vertrag (in der Praxis wird das aber so fast immer 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