



Maßnahme: Gruppenweiterbildung durch Online-Webinare

Small Business Boost

Als Solo-Selbständiger oder Kleinunternehmer ist man häufig so sehr in die Abwicklung der Kundenprojekte vertieft, dass man nur noch „im Unternehmen“ arbeitet, aber die Arbeit „am Unternehmen“ zu sehr vernachlässigt. Die Folge ist eine viel zu langsame Entwicklung, die Ausbleibende Realisierung höherer Stundensätze und/oder einer besseren Auslastung. Dieser Kurs hilft dir, dein Business von verschiedenen Perspektiven zu betrachten und systematisch strategisch auf ein neues Level zu bringen.

Kursziele:

- Stabilere Auftragslage und höhere Auslastung
- klarere Positionierung
- Ausbau des Expertenstatus
- Zielorientiertere Marketingstrategie
- Entdecken von Multiplikatoren und Nutzen von Kooperations-Chancen
- Sicherheit in Social Media, Nutzen neuer Kanäle
- Suchmaschinen: Optimierung der Website, Advertising-Strategien
- Marketing-Automation mit Tools und Strategien
- Marketing-Controlling zur Messung des „Return on Marketing Invest“
- Aufbau eines Maßnahmen-„Werkzeugkoffers“ für Marketing&Vertrieb
- Tools und Strategien zur Selbstmotivation, um laufend am Unternehmen zu arbeiten, und nicht an der Arbeit „im“ Unternehmen gefangen zu sein

Zielgruppe:

Solo-Selbstständige, die ihre Arbeit am Unternehmen systematisch angehen wollen

Zugangsvoraussetzungen:

- Solo-Selbständige (gewerblich, freiberuflich) mit maximal einem Mitarbeiter
- bereits gegründet und erste Erfahrungen gesammelt

Methodik:

Online-Webinare mit einer Symbiose aus Know-how-Transfer und Einbringung individueller Stati der Teilnehmer und derer Herausforderungen.

In den Webinaren werden anhand zahlreicher Beispiele Tipps für die eigene Umsetzung gegeben, jeder Teilnehmer nimmt aus jeder Session weiterbringende Learnings mit. Zwischen den Sitzungen gibt es teilweise Aufgaben mit dafür bereitgestellten Workbooks für die Integration des Gelernten in das eigene Business.

Jeder Teilnehmer hat außerdem die Möglichkeit, zu einem Thema seiner Wahl 2x ein Einzelcoaching á 1 Std. mit Martin Stiffel kostenfrei zu nutzen.

Durchführung:

- Kursdauer: 40 Stunden, 10 Wochen
- berufsbegleitend 2x2 Stunden pro Woche (ausgenommen Schulferien)
- 2 Einzelcoachings á 60 Minuten mit Martin Stiffel



- Online via Zoom-Meeting
- ab 4 Teilnehmern, max. 12 Teilnehmer
- Evaluation: während des Kurses und nach Abschluss
- Aktuelle verfügbare Starttermine siehe <https://businessboost.biz>

Kosten: 2.970,- Euro netto gesamt, zahlbar in einem Betrag oder in 3 Monatsraten

Träger: Maßnahmenträger/Veranstalter ist die Projekt B Akademie GmbH, <https://projektb-akademie.de/>

Coach: Martin Stiffel, Geschäftsführer der rückenwind Marketing GmbH, München. Unternehmer-Coach seit 1999, 6 eigene Unternehmensgründungen. Mehr als 350 gecoachte Unternehmer in Einzel-/Gruppencoachings.

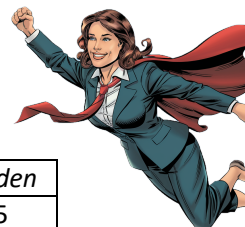
BAFA-Listung, zugelassen für Förderprogramme der IHK, IfB, HWK, AfA.

Kursplan:

Kapitel 1: Einführung		
<i>Thema</i>	<i>Inhalte</i>	<i>Stunden</i>
Einführung	<ul style="list-style-type: none"> • Vorstellung Teilnehmer und Projekte • Zielsetzung • Vorstellung Tools & Workbook • Vision 	2
Herausforderungen	<ul style="list-style-type: none"> • Warum Unternehmer ihren Erfolg oft ausbremsen • Gründe, die zum Scheitern führen 	1
Tools	<ul style="list-style-type: none"> • Tools für Selbstmanagement bezüglich Zielsetzung und Motivation • Tipps für das stringente Erfüllen von Zielen und das „dranbleiben“ an den Vorsätzen 	1
		Σ: 4

Kapitel 2: Schärfung der Positionierung		
<i>Thema</i>	<i>Inhalte</i>	<i>Stunden</i>
Positionierung	<ul style="list-style-type: none"> • Begeisterung • Spezialisierung (Vorteile/Nachteile/Vorgehen) • Story • Megatrends 	2,5
Expertentum	<ul style="list-style-type: none"> • Vorteile • Vorgehensweise 	1
MVP	<ul style="list-style-type: none"> • Veränderte Positionierung ohne großen Aufwand testen 	0,5
Business Model Canvas	<ul style="list-style-type: none"> • Vorstellung, Sinnhaftigkeit für Soloselbständige • Beispiele • Übergabe Vorlage 	1
		Σ: 5

Kapitel 3: Eigene Marke stärken
--

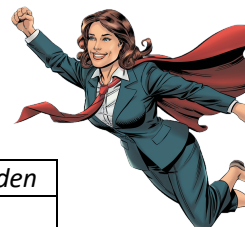


<i>Thema</i>	<i>Inhalte</i>	<i>Stunden</i>
Markenwerte	<ul style="list-style-type: none"> • Check vorhandener Werte & Definitionen • Überarbeitung/Erstellung Markenwerte • Eigene Marktforschung zur Kundengewinnung • SWOT 	1,5
Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none"> • Definition • Limbische Karte • Personas 	1
Darstellung	<ul style="list-style-type: none"> • Positionierung • 5-Sekunden-Pitch • Golden Circle • BrandBoard 	1,5
		$\Sigma: 4$

Kapitel 4: Marketingstrategie		
<i>Thema</i>	<i>Inhalte</i>	<i>Stunden</i>
Pricing	<ul style="list-style-type: none"> • Hinterfragen der aktuellen Preisstrategie • Experten-Platzierung • Produkt-/Angebotstreppe • Abomodell / Community • Berechnung Customer Value / Visitor Value 	3
Customer Journey	<ul style="list-style-type: none"> • Definition der eigenen Kundenreise • Definition Touchpoints • Gelegenheiten innerhalb der Journey 	2
APSTOC	<ul style="list-style-type: none"> • Marketingpsychologie • Idealer Aufbau von Marketingmaterialien 	0,5
		$\Sigma: 5,5$

Kapitel 5: Website optimieren		
<i>Thema</i>	<i>Inhalte</i>	<i>Stunden</i>
Strategie	<ul style="list-style-type: none"> • Ziel der Website • Call to Action • Darstellung des Angebotes oder als Anbieter? • SEO-Check und -Tipps • Responsive Webdesign 	1
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Blog, Newsletter • Trust • Formulare und Kontaktoptionen • Rechtlicher Check 	1
Optimierung	<ul style="list-style-type: none"> • A/B Tests • Strategie für laufende Verbesserung • Ranking-Tipps • Zusätzliche Landingpages • Controlling 	2,5
		$\Sigma: 4,5$

Kapitel 6: Marketingmaßnahmen



<i>Thema</i>	<i>Inhalte</i>	<i>Stunden</i>
Online	<ul style="list-style-type: none"> • Portale • Google Ads / Bing Ads • Sonstige Online-Möglichkeiten 	2
Offline	<ul style="list-style-type: none"> • Check&Analyse aller möglicher Maßnahmen 	1,5
Social Media	<ul style="list-style-type: none"> • Social Media Kanäle und deren Sinnhaftigkeit • Strategie • Best Practice & Tools 	2
Multiplikatoren	<ul style="list-style-type: none"> • Mögliche Kooperationspartner finden • Deals aufbauen 	1
CRM	<ul style="list-style-type: none"> • Kundenbindungsmaßnahmen • CRM-Tool • Weiterempfehlungsmarketing 	1,5
Marketingplanung	<ul style="list-style-type: none"> • Budgetplanung • Visualisierung Marketingplanung • Umsetzungs-Tipps für dauerhaftes Dranbleiben 	1
		$\Sigma: 9$

Kapitel 7: Vertrieb		
<i>Thema</i>	<i>Inhalte</i>	<i>Stunden</i>
Markt & Strategie	<ul style="list-style-type: none"> • Marktanalyse selbst und Wettbewerber • Vertriebsziele • Kundensegmente & Kanäle bestimmen 	1
Struktur	<ul style="list-style-type: none"> • Make it or buy it? • Sinnvolle Ressourcenaufteilung • Provisionsregelungen • Tools 	1
Prozesse	<ul style="list-style-type: none"> • KPI • Telefonleitfaden & Angebotssatz • Andere Vertriebswege • Motivation und Tun 	2
		$\Sigma: 4$

Kapitel 8: Management, Hacks, Tools und Strategien		
<i>Thema</i>	<i>Inhalte</i>	<i>Stunden</i>
Produktivität	<ul style="list-style-type: none"> • Tools • Motivations-Tipps • Fester personeller Support in günstig 	1
Steuern & Buchhaltung	<ul style="list-style-type: none"> • Tools, Tipps und Hacks • Rücklagen • Probleme & Lösungen • Kennzahlen & Controlling-Board 	1
Sonstiges	<ul style="list-style-type: none"> • Markenschutz • IT / Hardware: Struktur, Cloud, Tools & Tipps • Absicherung, Versicherungen und Vorsorge • Fusion / Firmenwert / Firmenkauf • Franchise-Aufbau als Option 	2
		$\Sigma: 4$

