

CHRIS GUILLEBEAU



START-UP!

Wie Sie mit weniger als 100 Euro ein Unternehmen
auf die Beine stellen und Ihr eigener Chef werden

BOOKS4SUCCESS

CHRIS GUILLEBEAU

START-UP!

Wie Sie mit weniger als 100 Euro ein Unternehmen
auf die Beine stellen und Ihr eigener Chef werden

BOOKS4SUCCESS

Die Originalausgabe erschien unter dem Titel
The \$100 startup
ISBN 978-0-307-95152-6

Copyright der Originalausgabe 2012:
Copyright © 2012 by Chris Guillebeau. All rights reserved.

This translation published by arrangement with Crown Business, an imprint of the
Crown Publishing Group, a division of Random House, Inc., New York

Copyright der deutschen Ausgabe 2013:
© Börsenmedien AG, Kulmbach

Übersetzung: Marion Reuter
Gestaltung Cover: Jürgen Hetz, Denksportler Grafikmanufaktur
Gestaltung und Herstellung: Johanna Wack
Buchsatz: Tanja Erhardt
Lektorat: Stefanie Barthold
Druck: CPI – Ebner & Spiegel, Ulm

ISBN 978-3-86470-093-4

Alle Rechte der Verbreitung, auch die des auszugsweisen Nachdrucks,
der fotomechanischen Wiedergabe und der Verwertung durch Datenbanken
oder ähnliche Einrichtungen vorbehalten.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über <<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

BÖRSEN  **MEDIEN**
AKTIENGESELLSCHAFT

Postfach 1449 • 95305 Kulmbach
Tel: +49 9221 9051-0 • Fax: +49 9221 9051-4444
E-Mail: buecher@boersenmedien.de
www.books4success.de
<http://www.facebook.com/books4success>

WEGWEISER

Prolog: Manifest 9
Ein kurzer Wegweiser zu allem, was Sie sich wünschen

Teil I: Unternehmer wider Erwarten

1. Erneuerung 18
Sie haben schon alle Fertigkeiten, die Sie brauchen –
Sie müssen sie nur finden
2. Geben Sie ihnen den Fisch 40
Wie man Glück in Schachteln verpackt und verkauft
3. Folgen Sie Ihrer Leidenschaft ... vielleicht 60
Lassen Sie sich für das bezahlen, was Sie gerne tun,
indem Sie sicherstellen, dass es mit dem übereinstimmt,
was andere Leute wollen
4. Der Aufstieg des Wanderunternehmers 76
Der „richtige“ Ort wird überbewertet
5. Die neue Demografie 94
Ihre Kunden haben alle etwas gemeinsam, aber das hat nichts
mit altbekannten Kategorien zu tun

Teil II: Wie man es unter die Leute bringt

6. Der 1-seitige Businessplan 114
Wenn Ihr Unternehmensleitbild viel länger als dieser Satz ist,
dann könnte es schon zu lang sein
7. Ein Angebot, das man nicht ablehnen kann 130
Die Schritt-für-Schritt-Anleitung zu einem
unschlagbaren Angebot
8. Die Markteinführung 150
Eine Reise nach Hollywood von Ihrem Wohnzimmer
oder vom Café an der Ecke aus
9. Rührigkeit: Die sanfte Kunst der Eigenwerbung .. 172
Werbung ist wie Sex – nur Verlierer zahlen dafür
10. Zeig mir das Geld 190
Unkonventionelle Geldbeschaffung: Von Kickstarter.com
zu unwahrscheinlichen Autokrediten

Teil III: Die Stärkung der Position und die nächsten Schritte

11. Wie Sie sich weiterentwickeln 214
Den Weg zum Geldverdienen optimieren:
Wie kleine Aktionen große Einkommenszuwächse schaffen
12. Wie Sie sich selbst eine Franchise geben 234
Anleitung, wie Sie sich selbst klonen, um mehr Spaß
zu haben und mehr Gewinn zu machen

13. Die Unternehmensexansion verfolgen	262
Werden Sie so groß, wie Sie sein wollen (und nicht größer)	
14. Was, wenn ich scheitere?	280
Wie Sie selbst dann erfolgreich sind, wenn das Dach über Ihrem Kopf zusammenbricht	
Zum Schluss	297
Anmerkungen und interessante Fakten	301
Nachtrag	303
Fischgeschichten	305
25 ausgewählte Fallstudien	
Danksagungen	311
Rockstars	315
aus <i>Start-up!</i>	

PROLOG

MANIFEST

Ein kurzer Wegweiser zu allem,
was Sie sich wünschen

Stellen Sie sich ein Leben vor, in dem Sie Ihre ganze Zeit darmit verbringen, nur die Dinge zu tun, die Sie tun wollen.

Stellen Sie sich vor, Ihre größte Aufmerksamkeit einem eigenen Projekt zu widmen, anstatt nur ein Rädchen in einem Getriebe zu sein, das dafür da ist, andere Leute reich zu machen.

Stellen Sie sich vor, dass Sie Ihrem Chef ein Schreiben mit folgendem Text überreichen: „Lieber Chef, ich schreibe Ihnen, um Sie wissen zu lassen, dass Ihre Dienste nicht mehr gefragt sind. Danke für alles, aber ab jetzt mache ich die Dinge auf meine Weise.“

Stellen Sie sich vor, dass heute der letzte Tag ist, an dem Sie für jemand anderen als sich selbst arbeiten. Was wäre, wenn Sie sich – schon sehr bald, nicht erst in einer fernen, unbestimmten Zukunft – auf die Arbeit vorbereiten würden, indem Sie in Ihrem Homeoffice einen Laptop anschmeißen, in ein Geschäft hineinspazieren, das Sie eröffnet haben, einen Kunden anrufen, der Ihren hilfreichen Rat

sucht, oder wenn Sie auf andere Weise etwas tun, was *Sie* wollen, anstatt etwas, was ein anderer Ihnen vorgibt?

In der ganzen Welt und auf ganz unterschiedliche Weise tun Tausende von Leuten genau das. Sie schreiben die Regeln der Arbeit neu, werden ihre eigenen Chefs und schaffen eine neue Zukunft.

Dieses neue Modell, Geschäfte zu machen, ist nun richtig in Fahrt gekommen bei den Leuten, die wider Erwarten zu Unternehmern wurden und von denen die meisten sich nie als Geschäftsmänner oder Geschäftsfrauen gesehen hätten. Es ist eine *Mikrobusiness*-Revolution – ein Weg, gut zu verdienen, indem man ein unabhängiges und sinnvolles Leben gestaltet.

Manche Bücher berichten über den Aufstieg der Internet-Startups und enthalten Tiraden über Risikokapital sowie Geschichten über betriebseigene Biorestaurants. Manche Ratgeber erklären Ihnen, wie man 80-seitige Businesspläne schreibt, die nie jemand lesen wird und die ohnehin nichts damit zu tun haben, wie ein echter Betrieb funktioniert.

Dieses Buch ist anders. Es hat zwei Hauptthemen: *Freiheit* und *Wert*. Freiheit ist das, wonach wir alle suchen, und Wert ist der Weg, um es zu erreichen.

In die Freiheit stolpern

Vor über einem Jahrzehnt begann ich mit einer lebenslangen Reise der beruflichen Selbstständigkeit, die ich mit allen notwendigen Mitteln verfolgte. Ich hatte nie geplant, Unternehmer zu werden, ich wollte nur nicht für jemand anders arbeiten. Von einer billigen Wohnung in Memphis, Tennessee, aus beobachtete ich, was andere Leute gemacht hatten, und versuchte, ihren Erfolg zu rekonstruieren. Ich fing an, indem ich Kaffee aus Jamaika importierte und ihn übers Internet verkaufte, weil ich sah, dass andere Leute damit Geld verdienten. Ich hatte keine speziellen Kenntnisse im Import, im Kaffeerösten oder Verkaufen. (Ich konsumierte jedoch viel von dem Produkt durch häufiges „Testen“.)

Wenn ich Geld brauchte, lernte ich, einen Weg zu finden, es zu bekommen, indem ich etwas herstellte und es verkaufte, anstatt irgendwo Kosten einzusparen oder für jemand anders zu arbeiten. Diese Differenzierung war entscheidend, denn die meisten Haushaltspläne betrachten zuerst das Einkommen und legen dann die verfügbaren Wahlmöglichkeiten fest. Ich habe es anders gemacht – ich fing an mit einer Liste von Dingen, die ich tun wollte, und überlegte mir dann, wie ich all das umsetzen konnte.

Das Einkommen aus dem Unternehmen machte mich nicht reich, aber ich konnte meine Rechnungen damit bezahlen und es brachte mir etwas viel Wertvollereres als Geld, nämlich Freiheit. Ich hatte keinen Zeitplan, an den ich mich halten musste, ich musste keine Stundenzettel ausfüllen und keine nutzlosen Berichte einreichen. Ich hatte nichts mit Bürointrigen zu tun und war nicht einmal verpflichtet, an Besprechungen teilzunehmen.

Ich verbrachte einen Teil meiner Zeit damit zu lernen, wie ein echtes Geschäft funktioniert, aber ich ließ es mir nicht nehmen, gleichzeitig tagsüber eifrig in Cafés zu lesen und abends freiberuflich als Jazzmusiker aufzutreten.

Da ich einen Weg suchte, etwas Größeres für die Welt zu leisten, zog ich nach Westafrika und arbeitete dort vier Jahre lang im Freiwilligendienst für eine gemeinnützige medizinische Organisation. Dabei fuhr ich mit einem Land Rover, der mit Klinikbedarf vollgepackt war, durch ganz Sierra Leone und Liberia. Ich lernte, dass Freiheit mit Verantwortung verbunden ist, und fand heraus, wie ich mein Unabhängigkeitsstreben mit etwas verbinden konnte, das anderen Menschen half.

Nach meiner Rückkehr in die USA baute ich auf die gleiche Weise, wie ich gelernt hatte, alles andere zu tun, eine Karriere als Schriftsteller auf: indem ich mit einer Idee anfing und dann unterwegs alles andere herausfand. Ich begann eine Reise, bei der ich jedes Land der Welt besuchte, indem ich pro Jahr 20 Länder bereiste und mein Geschäft von jedem Ort aus betrieb, der mir gefiel. Bei jedem Schritt auf diesem Weg war der Wert der Freiheit mein Kompass.

TEIL I

UNTERNEHMER WIDER ERWARTEN

KAPITEL 1



„Die Notwendigkeit des Wandels hat sich wie ein Bulldozer einen Weg ins Zentrum meines Bewusstseins geebnet.“

– MAYA ANGELOU

ERNEUERUNG

Sie haben schon alle Fertigkeiten,
die Sie brauchen – Sie müssen sie nur finden

Am Morgen des 4. Mai 2009, einem Montag, zog sich Michael Hanna einen Nordstrom-Anzug mit einer bunten Krawatte an und fuhr los zu seinem Bürogebäude im Stadtzentrum von Portland, Oregon. Er hatte 25 Jahre Erfahrung im Verkauf und verbrachte seine Zeit damit, an Sitzungen teilzunehmen, Verkaufsgespräche mit Kunden zu führen und ständig E-Mails zu beantworten.

Bei seiner Ankunft im Büro ließ er sich an seinem Arbeitsplatz nieder, las die neuesten Nachrichten und rief ein paar E-Mails ab. Eine der Nachrichten war von seinem Chef, der ihn darum bat, ihn im Laufe des Tages aufzusuchen. Der Morgen verging ereignislos: noch mehr E-Mails, Telefongespräche und die Planung für ein großes Verkaufsgespräch. Michael ging mit einem Kunden zum Mittagessen und trank auf dem Rückweg einen Espresso. Er kam gerade rechtzeitig zurück, um noch ein paar weitere Antworten loszuschicken, bevor er das Büro seines Chefs aufsuchte.

Michael nahm Platz und stellte fest, dass sein Chef es vermied, ihm in die Augen zu sehen. „Danach“, sagt er, „lief alles in Zeitlupe ab. Ich hatte immer wieder von anderen Leuten gehört, dass sie diese Erfahrung gemacht hatten, aber das schien nie etwas mit mir zu

tun zu haben. Ich hätte nie gedacht, dass es mir selbst passieren könnte.“

Sein Chef erwähnte den Konjunkturabschwung, die unabwendbare Notwendigkeit, sich von guten Leuten zu trennen, und so weiter. Ein Personalchef tauchte aus dem Nichts auf, begleitete Michael zu seinem Schreibtisch und überreichte ihm einen Pappkarton – es war tatsächlich ein Karton! –, in die er seine Sachen einpacken sollte. Michael war sich unsicher, was er sagen sollte, aber er versuchte, wegen seiner anwesenden Kollegen gute Miene zu machen. Um halb drei fuhr er heim und dachte darüber nach, wie er es seiner Frau Mary Ruth und den beiden Kindern sagen sollte, dass er nun arbeitslos war.

Nachdem sich der erste Schock gelegt hatte, gewöhnte Michael sich an eine ihm bis dahin unbekannte Routine, die darin bestand, Arbeitslosengeld zu kassieren und Hinweisen auf offene Stellen nachzugehen. Die Suche war hart. Er war hoch qualifiziert, aber das waren auch viele andere Leute, die täglich auf Jobsuche gingen. Die Branche war im Wandel und es war keineswegs sicher, dass Michael wieder eine gut bezahlte Stelle auf dem gleichen Niveau finden würde, auf dem er vorher gearbeitet hatte.

Eines Tages erwähnte ein Freund, der Eigentümer eines Möbelgeschäfts war, dass er eine Wagenladung voller Matratzen aus einem Räumungsverkauf habe, für die er keine Verwendung habe. „Du könntest die Dinger wahrscheinlich der Reihe nach bei Craigslist verkaufen und ein hübsches Sümmchen damit verdienen“, sagte er zu Michael. Die Idee klang verrückt, aber sonst tat sich nichts an der Jobfront. Michael dachte sich, er könnte die Matratzen zumindest zum Einkaufspreis verkaufen. Er rief Mary Ruth an: „Schatz, das ist eine lange Geschichte, aber ist es okay, wenn ich ein paar Matratzen kaufe?“

Der nächste Schritt war, ein Lager für die Waren zu finden. Michael suchte in der ganzen Stadt und fand ein Autohaus, das kürzlich geschlossen worden war. Auch in der Immobilienbranche lief es nicht gerade gut – als Michael also den Vermieter anrief, um zu fragen, ob er in dem ehemaligen Verkaufsraum sein Geschäft

eröffnen könne, bekam er den Zuschlag. Der erste Warenbestand konnte über das Online-Anzeigenportal Craigslist und Mundpropaganda schnell abverkauft werden und das größte Problem bestand darin, Anfragen von potenziellen Kunden zu beantworten und sie beim Matratzenkauf zu beraten. „Ich hatte keinen Businessplan und keine Ahnung von Matratzen“, sagte Michael. „Mein Eindruck von Matratzengeschäften war, dass es sich um schäbige Orte handelte, wo ein hoher Verkaufsdruck herrschte. Ich war nicht sicher, welche Art von Ort ich schaffen wollte, aber ich wusste, dass es ein einladendes Umfeld sein musste, wo Kunden nicht bedrängt wurden.“

Nachdem das Geschäft gut angelaufen war, wagte Michael den Sprung und vertiefte sein Wissen über Matratzen, indem er sich mit örtlichen Lieferanten unterhielt. Außerdem verhandelte er mit dem Vermieter über eine Fortsetzung des Mietvertrages für den ehemaligen Autoverkaufsraum. Mary Ruth gestaltete eine Website. Das Konzept eines Matratzenhandels ohne aggressive Verkaufsstrategien kam in Portland gut an und das Geschäft wuchs, als der Laden einen in der Branche einzigartigen Matratzenliefer-service *per Fahrrad* anbot. (Ein Freund baute ein maßgefertigtes Tandem mit einer Plattform auf der Rückseite, an der eine Matratze für ein breites Doppelbett befestigt werden konnte.) Kunden, die mit dem eigenen Fahrrad zu dem Geschäft fuhren, wurden kostenfrei beliefert – eine Preistaktik, die zu Kundenbindung führte sowie eine Reihe von Fanvideos inspirierte, die auf YouTube hochgeladen wurden.

Es war nicht das, was Michael sich jemals als Beruf vorgestellt hatte, aber er hatte ein echtes Geschäft aufgebaut, das von der ersten Wagenladung an profitabel war und genug Geld einbrachte, dass er damit seine Familie ernähren konnte. Am zweiten Jahrestag seines abrupten Abgangs aus dem Angestelltensein fiel Michael beim Durchstöbern seines Kleiderschranks der Nordstrom-Anzug in die Hände, den er an seinem letzten Tag angehabt hatte. Er hatte ihn in den vergangenen Jahren kein einziges Mal getragen – ebenso wenig eine andere Geschäftskleidung. Er lud den

Anzug auf sein Fahrrad, gab ihn in der Kleiderkammer der Goodwill-Filiale ab und fuhr weiter zu seinem Matratzengeschäft. „Das waren zwei großartige Jahre, seit ich meinen Job verloren habe“, sagt er nun. „Ich wurde vom Angestellten zum Matratzenlieferanten, und ich bin noch nie so glücklich gewesen.“

Am anderen Ende der Stadt, wo sich Michaels zufallsbedingt gegründetes Matratzengeschäft befand, eröffnete die Jungunternehmerin Sarah Young etwa zur selben Zeit ein Garngeschäft. Auf die Frage, warum sie auf dem Höhepunkt des Konjunkturabschwungs und ohne Erfahrung in der Führung eines Geschäfts diesen Schritt wagte, antwortete Sarah: „Es ist nicht so, dass ich keine Erfahrung hatte, ich hatte nur eine andere Art von Erfahrung. Ich war zuvor keine Unternehmerin, aber ich war eine Käuferin. Ich wusste, was ich wollte, und da es nicht existierte, schuf ich es.“ Sarahs Garngeschäft, das in Kapitel 11 näher vorgestellt wird, war innerhalb von sechs Monaten profitabel und hat Anhänger in der ganzen Welt gefunden.

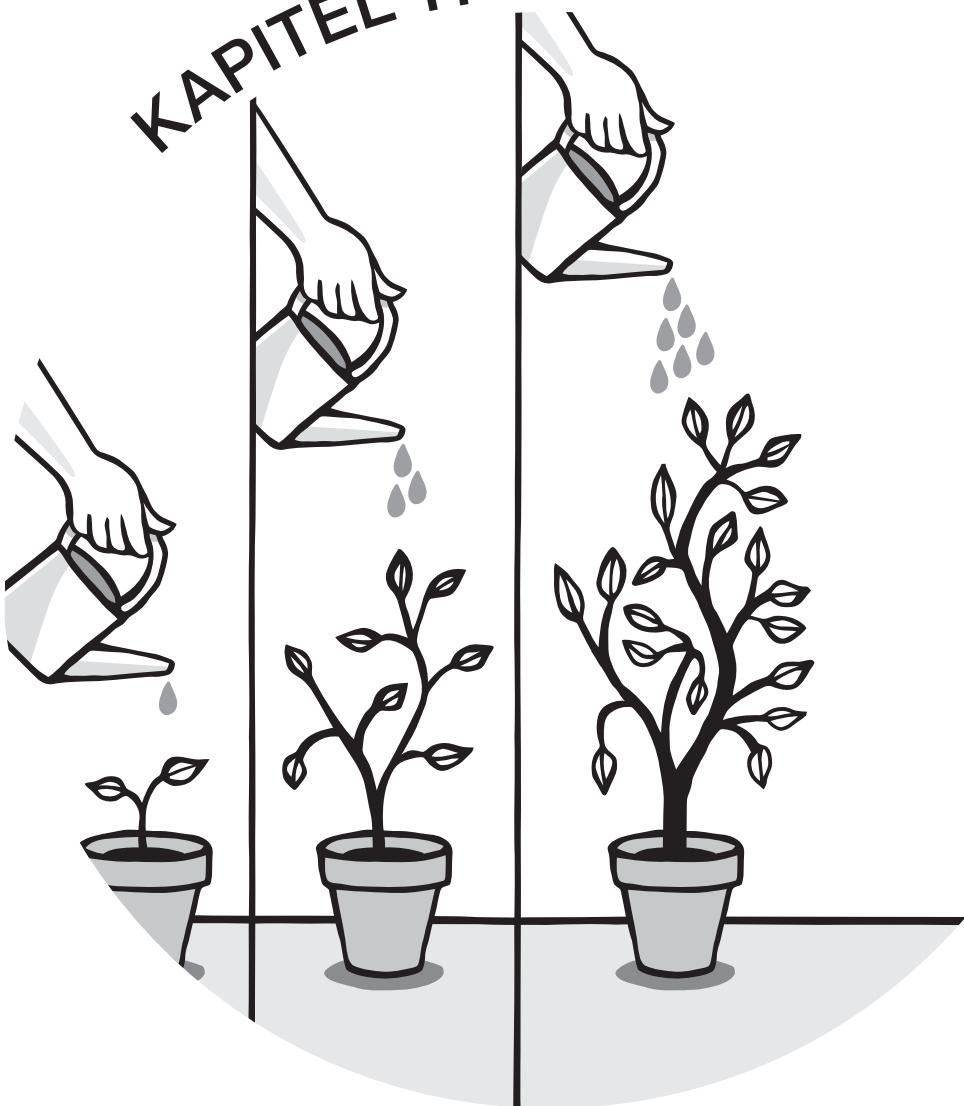
Unterdessen haben andere in der Welt sich erst gar nicht damit abgegeben, einen echten Laden aufzumachen, und haben stattdessen mit nahezu null Gründungskosten internetbasierte Geschäfte gegründet. In England hat Susannah Conway damit angefangen, als Hobby Fotografieunterricht zu erteilen, und sie erlebte die Überraschung ihres Lebens, als sie damit mehr Geld verdiente als in ihrem eigentlichen Beruf als Journalistin. (Frage: „Was haben Sie nicht vorhergesehen, als Sie Ihr Unternehmen gründeten?“ Antwort: „Ich wusste nicht, dass ich ein Unternehmen gründete.“)

Benny Lewis machte seinen Abschluss an einer Universität in Irland mit einem ingenieurwissenschaftlichen Diplom, aber hat es nie gebraucht. Stattdessen fand er einen Weg, seinen Lebensunterhalt als „professioneller Sprachenfreak“ zu verdienen, indem er in der ganzen Welt herumreiste und Schülern dabei half, schnell andere Sprachen zu lernen. (Frage: „Gibt es sonst noch etwas, was wir über Ihr Geschäft wissen sollten?“ Antwort: „Ja. Hören Sie auf, es ein Geschäft zu nennen. Es gefällt mir total!“)

TEIL III

DIE STÄRKUNG DER POSITION UND DIE NÄCHSTEN SCHRITTE

KAPITEL 11



*„Erinnern Sie die Leute daran,
dass Gewinn die Differenz zwischen Einnahmen und Ausgaben ist.
Damit machen Sie einen klugen Eindruck.“*

– SCOTT ADAMS

WIE SIE SICH WEITERENTWICKELN

Den Weg zum Geldverdienen optimieren: Wie kleine Aktionen große Einkommenszuwächse schaffen

Immer wieder diskutierten die Teilnehmer an unseren Fallstudien darüber, dass das Unternehmenswachstum nicht annähernd so schwer zu erreichen gewesen sei wie die Unternehmensgründung. „Es dauerte eine Weile, bis ich etwas gefunden hatte, was funktionierte“, begann eine übliche Äußerung, „aber sobald es am Laufen war, gewannen wir Zugkraft und hatten schnell Erfolg.“

Wie wir bei Nicks Geschichte in Kapitel 6 gesehen haben – der Typ, der begeistert davon war, seinen ersten 50-Dollar-Druck verkauft zu haben –, ist der erste Verkauf manchmal der schwierigste, aber auch der zufriedenstellendste. Mehrere andere sagten so ziemlich dasselbe: „An dem Tag, an dem ich meinen ersten Verkauf abgewickelt habe, wusste ich, dass das Geschäft funktionieren würde. Was nachher kam, war nur die Bestätigung des Anfangserfolgs.“

Ich nenne es das „Die ersten 1,26 Dollar sind die schwierigsten“-Prinzip, denn vor vielen Jahren verdiente ich einmal meine ersten 1,26 Dollar mit einem neuen Projekt während einer Zwischenlandung in Brüssel. Ich konnte mir mit den Einnahmen des Tages

nicht einmal eine belgische Waffel leisten, aber ich hatte ein gutes Gefühl im Hinblick auf die Zukunft. In diesem Kapitel werden wir uns Methoden zur Geschäftsentwicklung ansehen, indem die Einnahmen in einem bestehenden Geschäft erhöht werden.

Wie funktioniert das? Zweifellos gibt es ein paar verschiedene Faktoren. Schwung ist wichtig, ebenso die laufende Aufmerksamkeit des Geschäftsinhabers. Je länger ein Mikrounternehmen existiert und Kunden und Beobachter Gutes darüber sagen, desto bekannter wird es in der Öffentlichkeit. Neben diesen natürlichen Faktoren müssen viele Unternehmen nur eine Reihe von kleinen, regelmäßigen Maßnahmen ergreifen, um in kurzer Zeit von null auf hundert zu starten. Diese Maßnahmen werden Optimierungen genannt.

Nev Lapwood war ein klassischer Skifreak. Er lebte in Whistler, British Columbia, und arbeitete hin und wieder nachts in Restaurants, während er tagsüber Snowboarding machte. Sein Leben war einfach, aber gut – bis seine befristete Beschäftigung zu Ende ging und er entlassen wurde. Da er sich über Wasser halten musste, begann er, Snowboardunterricht zu geben, ein Teilzeitjob, der von seinen Schülern hoch geschätzt wurde.

Die Schüler auf den Hügeln von Whistler persönlich zu unterrichten machte Spaß und war befriedigend, aber es gab naturgemäß auch ein paar unvermeidliche Beschränkungen: viel Konkurrenz, relativ wenige Kunden und beschränkte Zeiten im Jahr, an denen er arbeiten konnte. Nev wusste, dass Leute in der ganzen Welt etwas über Snowboarding lernen wollten – was, wenn er sie virtuell unterrichten könnte, ohne am gleichen Ort sein zu müssen? Nev riss sich zusammen und arbeitete mit ein paar engen Freunden an der Gründung von Snowboard Addiction, einer Serie von Snowboardanleitungen, die weltweit vertrieben wurde.

Es war sofort ein Erfolg, mit dem er Kunden aus 20 Ländern gewann und im ersten Jahr bereits 30.000 Dollar verdiente – nicht schlecht für einen Skifreak. (Da Nev nie so sehr aufs Geldverdienen fixiert war, war dies das höchste Einkommen, das er jemals

gehabt hatte.) Im nächsten Jahr ging er durchdachter an sein Geschäft heran, expandierte mit Geschäftspartnern und einer größeren Vielfalt an Produkten. Das Ergebnis: knapp unter 100.000 Dollar Gewinn. Nev war tagsüber immer noch auf den Hügeln, aber arbeitete während der Leerlaufzeiten mit seinen neuen Partnern daran, das Geschäft weiter auszubauen. Der nächste Plan waren Übersetzungen in Fremdsprachen: Snowboard Addiction ging in neun Sprachen um die Welt und es ist geplant, entsprechend der Kundennachfrage noch mehr Versionen auf den Markt zu bringen.

Natürlich lagen in dem Geschäftswachstum gewisse Herausforderungen. Nev, der zufällig Unternehmer geworden war und über keine entsprechende Ausbildung verfügte, musste viel über Strategie, Buchhaltung und Marketing lernen. Aufkleber, die in China bestellt worden waren, kamen Monate zu spät und in einem nicht verwendbaren Zustand an. Nach nur zwei Jahren war das Geschäft jedoch auf dem Weg, mindestens 300.000 Dollar pro Jahr einzubringen. Wie wir es auch in anderen Geschichten immer wieder gehört haben, spricht Nev stolz über seine neue Unabhängigkeit. „Offen gesagt war die Gründung dieses Unternehmens nach meiner Kündigung die beste Entscheidung meines Lebens“, sagt er. „Der größte Vorteil war die Freiheit und dass ich tun konnte, was ich wollte. Ich habe den Plan, jedes Jahr sechs Monate lang zu reisen und die anderen sechs Monate jedes Jahres das Geschäft zu führen.“ Und natürlich findet er während seiner Geschäftsführung immer noch genug Zeit, ein paar Hügel mit dem Snowboard runterzufahren.

Optimieren Sie Ihren Weg zum Geldverdienen: Das Gesamtbild

Es ist kein so großes Geheimnis, dass die Verbesserung des Einkommens in einem bestehenden Geschäft über Optimierungen erfolgt: kleine Änderungen, die eine große Wirkung haben.

Wenn ein Produkt normalerweise eine 1,5-prozentige Konversionsrate hat und Sie die Rate auf 1,75 Prozent erhöhen, dann summiert sich die Differenz im Lauf der Zeit zu viel Geld. Wenn ein Unternehmen normalerweise vier neue Kunden täglich gewinnt und anfängt, fünf zu gewinnen, dann ist die Wirkung enorm. Das Unternehmen hat jetzt nicht nur 25 Prozent mehr Einnahmen, sondern es hat auch seine Kundenbasis diversifiziert.¹

Wenn Sie Ihren Traffic *ein wenig* erhöhen und auch Ihre Konversionsrate *ein wenig* erhöhen, während Sie gleichzeitig den durchschnittlichen Verkaufspreis *ein wenig* erhöhen – dann wächst Ihr Unternehmen *stark*. Dies sind die wichtigsten Gebiete, auf die Sie Ihre Optimierungsbemühungen konzentrieren sollten – wir wollen sie uns daher genau anschauen:

Erhöhen Sie den Traffic. Ob Sie nun eine Website oder ein Ladengeschäft haben – wenn niemand regelmäßig vorbeischaut, um Ihr Angebot anzusehen, haben Sie kein Geschäft. Traffic bedeutet *Aufmerksamkeit*. Wie viel Aufmerksamkeit bekommt Ihr Geschäft? Ich habe von einer Inhaberin gehört, die über die Ergebnisse ihrer ersten Produkteinführung enttäuscht war, da nur vier Leute etwas gekauft hatten. „Wie viele potenzielle Kunden waren auf Ihrer Liste?“, fragte ich sie.

„Ich bin nicht ganz sicher“, sagte sie. „Vielleicht 100?“

Ich sagte, ich sei beeindruckt, da vier Prozent eine hohe Konversionsrate für viele Unternehmen seien. Das Problem bestand nicht darin, einen größeren Anteil ihrer beschränkten Zielgruppe zum Kauf zu bewegen. Es bestand darin, überhaupt erst einmal eine größere Zielgruppe zu gewinnen. Das Beste, was man in dieser Situation tun kann, ist, sich auf einen zunehmenden Traffic zu konzentrieren und somit für mehr potenzielle Kunden zu sorgen.²

1) Ich danke Sonia Simone und Brian Clark für eine Diskussion und hilfreiche Tipps zu diesem Thema.

2) Corbett Barr bietet eine nützliche (und kostenlose) Reihe von Hilfsmitteln über den Aufbau von Traffic auf ThinkTraffic.net.

Sie haben genug Geld,
um loszulegen. Chris
bringt es auf den Punkt:
Es gibt keine Ausflüchte.
Fangen Sie an.
Jetzt! Nicht später!!
Beeilen Sie sich!!!



– SETH GODIN,
NEW YORK TIMES-BESTSELLERAUTOR

Sie können toll kochen? Sie bewegen sich sicher und gern in Facebook und Twitter? Haben Sie schon einmal darüber nachgedacht, diese Hobbys zum Beruf zu machen? Anstatt jeden Tag für einen Chef zu arbeiten, könnten Sie so schon bald Ihr eigener Chef sein und gutes Geld verdienen. Chris Guillebeau zeigt Ihnen das am Beispiel von 50 ganz normalen Menschen, die mit 100 Euro oder weniger ein Unternehmen gegründet haben.

So geht's:

1. Finden Sie heraus, was Sie gut können.
2. Finden Sie heraus, wofür die Leute Geld bezahlen.
3. Bringen Sie 1. und 2. zusammen.

Dieses Buch zeigt Ihnen, wie.

ISBN: 978-3-86470-093-4

A standard 1D barcode representing the ISBN number 9783864700934.

9 783864 700934

BOOKS 4 SUCCESS
www.books4success.de