



Leverage-ABC

Leverage, auch manchmal als Hebelwirkung bezeichnet, ist eins der wichtigsten Prinzipien, wenn Sie wachsen wollen. Es hilft Ihnen, Ihre Kräfte gezielt einzusetzen und mit weniger Aufwand überproportional mehr zu erreichen.

Das folgende Leverage-ABC zeigt Ihnen 26 konkrete Möglichkeiten auf, dieses Prinzip umzusetzen. Es enthält auch Beispiele von erfolgreichen Solounternehmerinnen, die Sie auf Ihre Situation übertragen können.

A wie Autoresponder

Sie kennen Autoresponder vermutlich aus Ihrem E-Mail-Programm. Autoresponder schicken automatische Nachrichten in Ihrem Namen ab wie zum Beispiel die Meldung, dass Sie in Urlaub sind. Sie müssen nur ein einziges Mal den Text eingeben.

Sie können dieses nützliche Werkzeug beispielsweise einsetzen, um automatisch eine Serie von Mails zu verschicken, zum Beispiel ein Tutorial, Tipps für Ihre Kunden und vieles mehr. Als unermüdlicher Assistent unterstützt ein Autoresponder Sie dabei, Kundenbeziehungen zu knüpfen und zu pflegen.

1

B wie Büroorganisation

Angeblich geht bis zu eine Stunde pro Tag mit Suchen verloren. Eine gut durchdachte Büroorganisation hilft Ihnen, diesen Missstand zu vermeiden, Ihre Zeit effizient zu nutzen und mit mehr Freude zu arbeiten.

Büroorganisation ist hier umfassend gemeint, angefangen von den Möbeln und der EDV-Ausstattung über Ihre Ablageorganisation bis zur Atmosphäre, die Sie zum Wohlfühlen benötigen.

C wie Cross-Selling

Unter Cross-Selling versteht man, dass eine Kaufsituation genutzt wird, dem Kunden weitere, ergänzende Produkte zu verkaufen. Beispiele: Schuhe und Pflegemittel, Zeitplanungs-Seminar und Zeitplanbuch, Personalberatung und Einführungscoaching. Der Kunde hat mehr Nutzen und Sie mehr Umsatz.

D wie Dokumentation

Dokumentationen helfen Ihnen, Ihr Business effizient zu steuern. Dokumentationen können sich auf EDV beziehen, auf Arbeitsabläufe, Verantwortlichkeiten und mehr.

Ein guter Start sind Checklisten, wie sie beispielsweise von Flugzeugpiloten routinemäßig benutzt werden. Sie helfen, systematisch vorzugehen, keinen Schritt zu vergessen und den Kopf freizuhalten für Wesentliches. Sie können Checklisten zum Beispiel einsetzen für

- Vorbereitung, Versand und Nachbereitung Ihres Newsletters
- Einkauf Ihrer Büromaterialien und private Einkäufe
- Vorbereitung Ihres Jahresabschlusses beziehungsweise von Zwischenabschlüssen
- Erstellung einer Website oder von Werbeunterlagen
- Anforderungsprofile für Ihre Partner
- Messevor- und Nachbereitung

Checklisten zu erstellen, muss kein großer Aufwand sein. Ich lasse sie sozusagen nebenbei mitwachsen. Wenn ich an einem Projekt arbeite, schreibe ich nebenbei die Einzelschritte auf. Später überprüfe, korrigiere und verfeinere ich die Listen.

E wie Empfehlungen

Empfehlungen sind einer der besten Wege zu neuem Geschäft. Der einfachste – und für viele Selbstständige gleichzeitig der schwierigste Weg –, Empfehlungen zu bekommen ist, danach zu fragen.

Wie man es auf elegante Art und Weise machen kann, zeigt das Beispiel der lizenzierten Fünf-Tibeter-Trainerin *Stefanie Lepiorz Borghini* (www.stefanie-lepiorz.info).

"Mehrere Male im Jahr, beispielsweise zu Neujahr oder im Frühjahr, sende ich Briefe an meine Kunden, in denen ich über neue Veranstaltungen informiere. Doch ich achte immer darauf, diese Briefe sehr persönlich zu gestalten, wie Briefe an einen Freund oder eine Freundin, nicht wie Werbeschreiben. Beispielsweise gebe ich Tipps, um das Training noch besser an die Jahreszeit anzupassen oder gar wieder aufzunehmen, wenn man mal aus dem Rhythmus gekommen ist. Gleichzeitig nutze ich diese Briefe, gezielt um Weiterempfehlungen zu bitten. Daraus habe ich schon viele neue Teilnehmer gewonnen."

F wie Fehler

Fehler passieren. Je aktiver Sie sind, desto mehr wächst das Risiko, Fehler zu begehen. So unangenehm und auch ärgerlich sie sein mögen, bieten Fehler großes Leverage-Potenzial, wenn Sie die folgenden Schritte anwenden:

- 1) Analyse: Finden Sie heraus, was den Fehler verursacht hat. Stellen Sie sich der Realität. Das tut auch Ihrem Selbstbewusstsein gut.
- 2) Daraus lernen: Schreiben Sie Ihre Lernerfahrungen auf und nutzen Sie diese beim nächsten geeigneten Projekt. Beispielsweise können Sie eine Checkliste erstellen.

3) Transformation in etwas Besseres: Beispielsweise kann ein Kunde, der reklamiert, später Ihr größter Fan werden, wenn Sie respektvoll, offen und mit dem wirklichen Bemühen, eine Lösung zu finden, auf ihn zugehen.

G wie Geld

Das Thema Geld, Geldbewusstsein und Umgang mit Geld wird uns noch ausgiebig in einem extra Kapitel beschäftigen. An dieser Stelle soll schon einmal ein spezieller Aspekt erwähnt werden.

Unter Leverage-Gesichtspunkten macht es einen großen Unterschied, wie und wofür Sie Ihr Geld verwenden. Tätigen Sie eine Ausgabe oder eine Investition? Das ist nicht klassisch betriebswirtschaftlich gemeint, sondern in dem Sinne: Verbraucht Ihr Geld sich oder trägt es Früchte und wenn ja, wie viele?

Investitionen in diesem Sinne sind zum Beispiel sämtliche Maßnahmen, die Sie für die Steigerung Ihres persönlichen oder geschäftlichen Erfolges durchführen, seien es Seminare, Coachings, Fachbücher, Messe- oder Kongressbesuche.

H wie Homepage

Auch heute noch meinen Solo- und Kleinunternehmer, auf eine eigene Homepage verzichten zu können. Sie verschenken damit Möglichkeiten, Kunden zu gewinnen und zu halten. Das Gleiche ist der Fall, wenn die Homepage nur eine einseitige Selbstdarstellung ist und keine Einladung für die Besucher enthält, in Kontakt zu treten.

Die Homepage kann ein wunderbares Instrument sein, Besucher zunächst in Interessenten und später vielleicht sogar in Kunden umzuwandeln. Voraussetzung ist, dass Sie dem Besucher etwas anbieten, für das er bereit ist, Ihnen seine Mail-Adresse preiszugeben. Das kann ein interessanter Newsletter sein, eine Checkliste, ein attraktives Video, ein kleiner Test und vieles mehr.

I wie Intuition

Haben Sie schon einmal erlebt, dass Sie bei einer Sache ein ungutes Gefühl hatten, ohne es erklären zu können? Wenn Sie es ignoriert haben, haben Sie wahrscheinlich später bereut.

Intuition ist nicht eine Gabe für wenige Auserwählte, sondern jedem von uns zugänglich. Für den Anfang kann ein Intuitionstagebuch hilfreich sein. Wann immer Sie eine Information erhalten, sei es ein Impuls, etwas zu tun oder eine Warnung, schreiben Sie diese auf. Notieren Sie auch, wie Sie sich verhalten haben und welche Konsequenzen eingetreten sind. Im Laufe der Zeit werden Sie immer deutlicher Ihre Intuition erkennen und von anderen Wahrnehmungen unterscheiden können. Sie werden auch immer sicherer werden, Ihre Intuition zu nutzen.

J wie Ja

Ein kleines Wort nur, aber mit großem Leverage-Potenzial. Ja zu sagen, bedeutet, etwas anzunehmen, ihm keinen Widerstand entgegenzusetzen. Wenn wir gegen etwas ankämpfen, sei es eine Aufgabe, die keine Freude macht, die derzeitige Geschäftssituation oder auch nur das Körpergewicht, erzeugt das Konflikt und

Stress. Das heißt nicht, dass man nicht versuchen soll, die Situation zu ändern. Doch das ist wesentlich leichter, wenn man erst einmal *ja* dazu gesagt und akzeptiert hat, dass das die gegenwärtige Realität ist.

K wie Kooperation

Kooperation bedeutet, die eigenen Kräfte mit Hilfe des Partners zu vervielfachen. Allerdings geschieht das nur bei einer Kooperation, die strategisch angelegt ist. Ausführliche Informationen dazu bekommen Sie im Kapitel über Full-Service in meinem Buch "Erfolgreich als Solo-Unternehmer".

L wie Leistungspakete

Unter dem Stichwort *Cross-Selling* wurde bereits auf den Leverage-Effekt hingewiesen, der durch ergänzende Leistungen entstehen kann. Leistungspakete führen diesen Gedanken noch weiter fort. Während es beim *Cross-Selling* manchmal vom Zufall abhängt, ob dem Kunden noch etwas zusätzlich angeboten wird und was ihm angeboten wird, werden Leistungspakete systematisch im Vorfeld geschnürt. Sie kennen das aus dem Einzelhandel, wo beispielsweise Duschgel und Körpermilch oder Weinflaschen nebst Gläsern in der Geschenkpackung angeboten werden.

M wie Multiplikatoren

Networking ist in. Doch wie bewältigt man die Fülle der daraus entstehenden Kontakte? *Sabine Dennerlein*, Vernetzungsspezialistin und Initiatorin des Netzwerks *Ganzheitlichkeit* (www.netzwerk-ganzheitlichkeit.de), setzt auf die Multiplikatorenstrategie.

"Mein Geheimtipp sind Multiplikatoren. Die Definition davon: Alle Menschen, die viele gute Kontakte haben und von meiner Arbeit begeistert sind und mich jederzeit empfehlen, sind für mich Multiplikatoren und sind auf einer extra Liste namentlich erfasst.

Ich pflege intensiv Kontakte zu diesen Schlüsselpersonen und informiere sie als erste über wichtige Ereignisse und gute Möglichkeiten. Mit einer Multiplikatorenliste vergesse ich beispielsweise nicht, wen ich noch mit der neuesten Pressenotiz versorgen sollte. Und mit wem ich mal wieder eine Tasse Tee trinken sollte."

N wie Nein

So wie ein *Ja* Leverage bewirken kann, kann es auch ein *Nein* am rechten Platz.

Ein *Nein* hilft Ihnen, Grenzen zu ziehen gegenüber zu viel Anforderungen von außen. Es hilft Ihnen, Ihre eigenen Ziele zu erreichen und sicherzustellen, dass die einzelnen Bereiche Ihres Lebens in der richtigen Gewichtung bleiben. Ein *Nein* kann Ihnen mehr Respekt verschaffen, als sich ständig zur Verfügung zu halten. Dabei macht der Ton die Musik. Ein *Nein* muss nicht barsch sein, sondern kann auch freundlich und liebevoll geäußert werden.

O wie Outen

Ihr großes Kapital als Solo- oder Kleinunternehmer ist Ihre Persönlichkeit. Damit unterscheiden Sie sich von allen anderen.

Doch nur wenige nutzen die damit verbundenen Chancen. Oft gibt es Hemmungen, sich zu outen. Stattdessen wird Versteck gespielt. Statt dazu zu stehen, dass man Einzelkämpfer ist, wird der Eindruck erweckt, ein größeres Unternehmen zu sein. Statt die Besonderheiten des eigenen Angebots deutlich zu machen, versteckt man sich hinter blutleeren und abgegriffenen Formulierungen. Statt sich als Person zu zeigen, stellt man sich dar wie eine Funktion.

Sich zu outen, hat hingegen mehrere Vorteile. Der Kunde sieht Sie klarer. Auch diejenigen, die Ihre Kunden sein könnten, Sie aber bisher unter Ihrer Tarnung nicht wahrnehmen, erkennen Sie. Und letztlich brauchen Sie selbst keine Energie mehr darauf zu verwenden, sich möglichst unkenntlich zu machen und Angst vor Entdeckung zu haben, sondern können Ihre Energie konstruktiv nutzen.

P wie PR

Wie weit PR zur Umsatzsteigerung beiträgt, wird immer wieder heiß diskutiert. Eins steht fest: PR führt zu Leverage. Sie erreichen mit PR Menschen, die Sie mit anderen Maßnahmen nicht erreichen würden. Außerdem haben redaktionelle Beiträge eine andere Glaubwürdigkeit als Anzeigen. Wenn eine Zeitung über Sie berichtet, wirkt das anders, als wenn Sie in derselben Zeitung eine Anzeige schalten.

PR sollte deswegen zum Standardrepertoire jedes Solo- und Kleinunternehmer gehören. Für mich persönlich war und ist PR ein wichtiger Faktor.

5

Q wie Querdenker

Wenn Sie genau das machen, was alle anderen machen, werden Sie maximal im Mittelfeld auftauchen. Wenn Sie sich immer an die Branchenregeln halten, werden Sie schwer vom Wettbewerber zu unterscheiden sein.

Ihre Chance liegt darin, quer zu denken, gegen die allgemeine Denkrichtung. Das erfordert Mut, denn es kann auch schief gehen. Und nicht jeder wird damit einverstanden sein.

Doch Sie haben die Chance, Aufmerksamkeit zu gewinnen. Das ist in unserer Zeit der Reizüberflutung schon fast die halbe Miete. Und Sie haben die Chance, mit Ihrem eigenen authentischen Weg erfolgreich zu sein.

R wie Ressourcen anderer

Ein Kennzeichen besonders erfolgreicher Unternehmer und eine Leverage-Möglichkeit ersten Ranges ist, sich die Ressourcen anderer nutzbar zu machen – natürlich auf erlaubte Weise. Ein paar Beispiele:

- Eine Zeitschrift nutzt Darlehen der Leser zur Finanzierung.

- Ein Trainer greift auf fertige Seminarkonzepte zurück, die heutzutage zu vielen Themen ganz legal erworben werden können.
- Beim Netzwerken sind nicht nur die direkten Kontakte wichtig, sondern auch die Kontakte der Kontaktpartner, zu denen man sonst keinen Zugang hätte. Dadurch entsteht der Schneeballeffekt.

Durch die Social Media haben sich noch ganz neuartige Chancen ergeben. Lesen Sie dazu in Kapitel IX meines Buches "Erfolgreich als Solo-Unternehmer", wie Sie durch Social Media Kunden gewinnen.

S wie Service

Es gibt solchen und solchen Service. Service, der nur auf dem Papier steht wie unerreichbare Hotlines, und ernst gemeinter Service, der aus dem Herzen kommt. Das heißt nicht, dass man sich klein macht und dem Kunden gegenüber unterwürfig ist. Ich glaube, dass man sich am besten auf Augenhöhe begegnet.

Wirklicher Service, der von innen heraus gelebt wird, ist unwiderstehlich. Kunden spüren, dass es um sie geht, dass sie wichtig und ernst genommen werden. Sie kommen gern zurück. Sie empfehlen weiter. Sie sind gern bereit, höhere Preise zu zahlen.

T wie Tempo

Tempo bedeutet, schnell zu entscheiden und schnell zu handeln. Durch Tempo entsteht Momentum. Das Ganze kommt in Schwung. Es können nicht alle Entscheidungen richtig sein. Es reicht, wenn mehr als 50 Prozent richtig sind.

Schnelles Entscheiden und Handeln hilft, Chancen zu nutzen. Es hilft, Vorsätze zu verwirklichen. Dinge, die man auf die lange Bank schiebt, bleiben dort meistens unerledigt liegen. Tempo macht Platz dafür, dass Neues entstehen kann, weil es wenig Unerledigtes gibt, das den Raum in Anspruch nimmt.

U wie Up-Selling

Up-Selling ist sozusagen ein Vetter des oben erwähnten Cross-Selling. Während beim Cross-Selling ergänzende Produkte verkauft werden wie zum Beispiel die Schuhcreme zu den Schuhen, entscheidet sich der Kunde beim Up-Selling für eine höherpreisige Variante desselben Produktes. Bei technischen Produkten, ob Autos, Haushaltsgeräte oder Software, gibt es ein Einstiegs- oder Sparmodell und weitere Varianten bis zur Luxusversion. Bei Netzwerken gibt es eine kostenlose Basis-Mitgliedschaft und weitere Varianten.

Up-Selling kann beiden Seiten dienen. Kunden haben individuelle Bedürfnisse und mancher Kunde ist bereit, für ein qualitativ besseres Produkt mehr zu zahlen oder auch nur für den Nimbus, sich von der Masse der Käufer abzuheben. Der Anbieter erzielt mit demselben Verkaufsakt bessere Ergebnisse.

Wenn Sie Leistungspakete anbieten (s.o.) haben Sie damit schon gute Voraussetzungen für ein Up-Selling geschaffen.

V wie Virtuelle Assistentin

Das Konzept der Virtuellen Assistentin haben Sie bereits im Buch "Erfolgreich als Solo-Unternehmer" kennen gelernt. Es zeigt, wie eine Verbindung von menschlicher Unterstützung und modernen technischen Möglichkeiten aussehen kann. Gerade Solo- und Kleinunternehmer können solche Möglichkeiten nutzen, um ihre Kräfte zu vervielfältigen.

W wie Weiterempfehlung

Von begeisterten Kunden weiter empfohlen zu werden, vereinfacht die Kundengewinnung enorm. Doch viele Selbstständige scheuen sich, nach Empfehlungen zu fragen. Machen Sie sich klar, dass Sie damit für drei Menschen Gutes bewirken:

- 1) **Für denjenigen, der die Empfehlung ausspricht:** Er kann Ihnen etwas zurückgeben (außer Geld für die Leistung). Er kann demjenigen helfen, dem er die Empfehlung gibt. Anderen zu helfen, fühlt sich gut an. Menschen empfehlen daher gerne weiter. Er kann sich außerdem als jemand präsentieren, der sich gut auskennt, gut vernetzt ist, up-to-date ist, also in einer Weise, die seinem eigenen Image förderlich ist.
- 2) **Für denjenigen, der die Empfehlung erhält:** Haben Sie schon einmal als Neuzugezogener nach einem guten Zahnarzt oder Friseur gesucht? Haben Sie schon einmal nach einem Experten für ein ganz spezielles Problem gefahndet? Dann wissen Sie, wie wertvoll gute Empfehlungen sind.
- 3) **Für Sie selbst:** Je mehr Kunden Sie über Empfehlungen erhalten, desto mehr können Sie sich auf Ihre Leistungen konzentrieren und andere Aktivitäten, Ihr Business zu entwickeln. Sie brauchen keinem Kunden mehr „hinterher zu jagen“, sondern können es entspannt angehen lassen.

7

X wie x-fach

Eine Form von Leverage besteht darin, eine Leistung oder ein Produkt x-fach zu verwerten. Journalisten beispielsweise arbeiten einen Artikel mehrfach um und veröffentlichen ihn in verschiedenen Medien. Das ist für zahlreiche andere Produkte und Dienstleistungen auch machbar. Ein Seminar beispielsweise kann zu einem Buch werden, zu einem Lizenzprodukt, zu einem Video. Mehr zu diesem wichtigen Prinzip erfahren Sie, wenn wir uns mit Marketing- und Produktstrategien beschäftigen.

Y wie Yoga

Yoga steht hier als Synonym für spirituelle Wege ganz allgemein. Die Verbindung mit der eigenen spirituellen Natur, auf welchem Weg sie auch erreicht wird, hat erheblichen Einfluss auf Ihre innere Entwicklung wie auch auf die Art und Weise, wie Sie Ihr Leben und Ihr Business gestalten.

Z wie Zeitplanung

Zeit und Energie sind die wichtigsten Ressourcen von Solo- und Kleinunternehmern. Zeitplanung für Unternehmer geht über traditionelles Zeitmanagement hinaus. Gerade für Solo- und Kleinunternehmer geht es gleichzeitig um Arbeitszeit und um Lebenszeit, um geschäftliche Ziele und um Lebensziele. Das heißt, Zeitplanung ist an erster Stelle Zielplanung und gleichzeitig Planung von Leverage, das heißt der Frage, wie sich die Ziele mit optimalem Aufwand erreichen lassen. Oder umgekehrt: Wie sich mit gleichem Aufwand bessere Ergebnisse erreichen lassen.

Mehr Leverage gewünscht?

Leverage ist ein eminent wichtiges Prinzip für den Erfolg von Solo- und Kleinunternehmern und kann noch weit über die erwähnten Beispiele hinausgehen. Idealerweise ist Ihr gesamtes Geschäftsmodell auf diesem Prinzip aufgebaut. Wenn Sie Ihr Geschäftsmodell daraufhin überprüfen und optimieren wollen, bietet sich dafür ein VIP-Tag an. Mailen Sie mir oder rufen mich an, um Einzelheiten zu klären:

[mailto@monika-birkner.de](mailto:monika@monika-birkner.de) oder Tel.: + 49 (0) 69/ 93 99 65 35.