



Marketing-Mix-Checkliste und Auswertung (im Buch: Kap. 1)

Blatt 1: Marketing-Mix-Checkliste: Jedes Ja aus der folgenden Checkliste ist einen Punkt wert. Bitte gleich auf den entsprechenden Achsen des „leeren“ Sterns, der auf Blatt 2 abgedruckt ist, eintragen.

- ☐ Fühlen Sie sich (meistens) fachlich ausreichend kompetent?
- ☐ Erfüllen Sie die gesetzlich vorgeschriebenen Fortbildungsvorschriften?
- ☐ Kennen Sie sich mit den häufigsten Fragen rund um Abgaben und Steuern gut aus?

(0–3 Punkte auf Achse A eintragen)

- ☐ Können Sie einer Zufallsbekanntschaft in 5 Minuten anschaulich erklären, was genau Sie anbieten, sodass der Satz kommt: „Da kenne ich jemanden, der könnte das wirklich gut brauchen.“?
- ☐ Wenn Sie 5 Websites/Visitenkarten Ihrer KollegInnen mit der Ihren vergleichen – gibt es mindestens einen wesentlichen *inhaltlichen* Unterschied, der sofort ins Auge fällt?
- ☐ Wenn Sie Suchbegriffe, die zu Ihnen/Ihrem Angebot passen, in einer gängigen Suchmaschine eingeben, dann werden Sie auf einer der ersten Seiten gelistet?

(0–3 Punkte auf Achse B eintragen)

- ☐ Ist es für Sie ok und alltäglich, bei KollegInnen und/oder KlientInnen/PatientInnen das Thema Empfehlungen anzusprechen?
- ☐ Erfragen Sie routinemäßig und genau nach, wie ein/e neue KlientIn/PatientIn zu Ihnen gefunden hat?
- ☐ Ist es für Sie ganz in Ordnung und stressfrei, Ihr Honorar zu nennen?

(0–3 Punkte auf Achse C eintragen)

- ☐ Sind Sie in einem Berufs-Verband aktiv oder bieten Sie KollegInnen Fortbildungen an?
- ☐ Haben Sie in den letzten 3–6 Monaten einen Artikel, ein Interview o. Ä. veröffentlicht od. vor Ihrer Zielgruppe einen Vortrag gehalten?
- ☐ Können Sie auf fachlich fundierte Unterstützung bei Fragen rund um Steuer, Internet, Website u. Ä. zurückgreifen?

(0–3 Punkte auf Achse D eintragen)

- ☐ Geben Sie Ihren Vor- und Familiennamen in einer Suchmaschine ein – findet man auf der ersten Seite eine Möglichkeit, mit Ihnen in Kontakt zu kommen?
- ☐ Haben Sie eine Website und sind die Informationen darauf aktuell?
- ☐ Fallen Ihnen sofort einige Dinge ein, die Sie ständig tun, damit Ihr Angebot bekannt wird und „im Gespräch“ bleibt.

(0–3 Punkte auf Achse E eintragen)

- ☐ Haben Sie in finanziellen Belangen einen guten Überblick und folgen Sie einem Plan?
- ☐ Sind Sie zufrieden mit Ihrer Büroorganisation und Ordnung, haben Sie den Eindruck, nur relativ wenig Zeit zu verschwenden oder zu verlieren?
- ☐ Haben Sie einen Plan, wohin sich Ihre Unternehmung in 5 Jahren entwickelt haben soll?

(0–3 Punkte auf Achse F eintragen)

- ☐ Unterstützen Ihre nahen Angehörigen und FreundInnen Ihre Selbständigkeit?
- ☐ Können Sie in Ihrer Arbeit Ihre wichtigsten Werte, Fähigkeiten und Ziele leben?
- ☐ Haben Sie derzeit das Gefühl, Sie haben eine gute Balance zwischen Freizeit und Arbeit bzw. zwischen Zeit und Geld?

(0–3 Punkte auf Achse G eintragen)

- ☐ Sie richten Ihr Angebot an eine ganz bestimmte und klar benennbare Zielgruppe?
- ☐ Ein/e Kollege/in will Sie empfehlen. Sie können ihm/r sofort sagen, was Sie anbieten und was Ihr Angebot auszeichnet – und das unterscheidet sich merkbar von dem, was er/sie von anderen mit ähnlicher Ausbildung hören würde?
- ☐ Sie wissen sehr gut um die Bedürfnisse Ihrer Zielgruppe Bescheid und hätten da die eine oder andere Idee für ein neuartiges Angebot?

(0–3 Punkte auf Achse H eintragen)

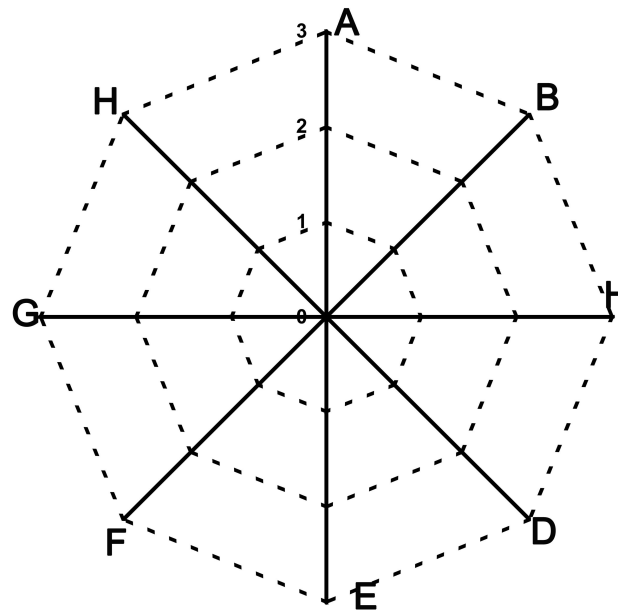
Blatt 2: Auswertung und Lösungsrichtung

Markieren Sie die erreichte Punkteanzahl, ausgehend von der Mitte.

Verbinden Sie die Punkte mit einer Linie.

Das ist der IST-Zustand, also Ihr persönlicher *Marketing-Mix-Stern*.

Je weiter innen sich Ihre Markierung befindet, umso wahrscheinlicher ist es, dass in diesem Bereich ausbaufähiges Potenzial liegt.



Achse A: „Humankapital“, fachliche und unternehmerische Kenntnisse

- Entwicklungsrichtung hin zu mehr Wissen und Können, fachlich und/oder im unternehmerischen Bereichen, Anregungen in Kapitel 8.

Achse B: Geschäftsidee/Geschäftsmodell

- Entwicklungsrichtung: Konzentration auf Entwicklung eines konkreten Angebotes und der klaren Formulierung Ihres Nutzens. Infos dazu in Kapitel 5.

Achse C: Unternehmerisches Verhalten

- Entwicklungsrichtung zu mehr Präsentation und Kommunikation (Kapitel 6 und 7). Manche (inneren) Hürden lassen sich verändern.

Achse D: Netzwerke/professionelle Hilfe

- Entwicklungsrichtung: Sie haben ein Unternehmen zu führen, das geht nicht zwischendurch, nicht nebenbei und schon gar nicht alleine.

Achse E: Strategie/Marketing/Planung

- Entwicklungsrichtung: Aktives Marketing heißt das Zauberwort: Information in Kapitel 3, Praxis in Kapitel 10.

Achse F: Organisation/Struktur

- Entwicklungsrichtung: Investieren Sie mehr Zeit in organisatorische Strukturen. Kapitel 8 und 10 können unterstützen.

Achse G: Mikrosoziales Umfeld

- Entwicklungsrichtung: Wie könnten Sie die Ihnen wichtigen Menschen „ins Boot“ holen? Vielleicht bringen Sie Kapitel 4 und der entsprechende Teil von Kapitel 8 auf neue Spuren, um bessere Balance zu finden.

Achse H: Marktchancen

- Entwicklungsrichtung: Stellen Sie intensiv Marktforschung (s. Kap. 3.2) an und konzentrieren Sie Ihre Aufmerksamkeit und Kompetenzen (s. Kap. 5).