

Best of

BASIC SALES



HERZLICH WILLKOMMEN

„Das **Geheimnis des Glücks** ist die Freiheit, das **Geheimnis der Freiheit** aber ist der Mut.“

(Thukydides, griechischer Historiker, um 460 v. Chr. – um 396 v. Chr.)



Credits: Stefan Klübert

„Einfach mal machen. Es könnte ja gut werden.“ :)

Ich kann es kaum glauben, 2021 ist schon fast vorbei. Dabei saß ich gefühlt gestern noch an meiner Planung aller guten Vorsätze für 2021.

Je schneller die Zeit vergeht, desto bewusster erlebt man besondere Momente. 2021 war für mich ein besonderes Jahr.

Unglaublich tolle Unternehmerpersönlichkeiten durfte ich in die Selbstständigkeit begleiten.

Es folgten Entwicklungen, die waren einfach nur magisch. Und so kam es, dass ich mit meinen Coachees nur noch „**Magic Moments**“ sammle.

Magic Moments sind für uns Erfolgsmomente, die scheinbar aus dem Nichts entstehen.

Magic Moments zeigen sich immer dann, wenn man auf der Reise der Umsetzung ist.

2022 wird ein Jahr voller **Magic Moments**, davon bin ich überzeugt. Und genau das wünsche ich Ihnen liebe Leser/Innen, ein 2022 voller Highlights und besonderer & unvergesslicher Momente.

Ihre

Tanja Basic



BASIC SALES // Tanja Basic // www.tanjabasic.de

BASIC SALES PROJEKTE

JUBILÄUM

Rainer Schmid • Founder

TASKWERK GmbH

1 Jahr TASKWERK – ein Grund zum Feiern!

Neun Mitarbeiter – 12 Monate nach der Unternehmensgründung.

Erfolgreicher Start in die Selbstständigkeit – so geht's.

Herzlichen Glückwunsch, Rainer.

Am 09.06.2020 erblickte die TASKWERK GmbH das Licht der Business-Welt. Das Besondere für mich: Ich durfte diese Erfolgs-Reise begleiten. Vom allerersten Tag an. Ich erinnere mich genau an unseren ersten Kontaktpunkt, in den Businessnetzwerken. Im April 2020 gab es die Überlegung, sich selbstständig zu machen. Ich war mir schon damals sicher: Das wird was!

Das wird was!

Wenn einfach alles zusammenpasst:

DAS MINDSET, DIE PERSONALITY, DIE EXPERTISE und **DIE BEREITSCHAFT**, in ein Team an Profis zu investieren.

Ich durfte die Vermarktung online und offline betreuen. Wir entwickelten gemeinsam einen Strategieplan und zack ging es auch schon in die Umsetzung, mit meinem Business-Partner Oliver Fink von FINK DIFFERENT.

- Geschäftsmodell nachjustiert
- Website erstellt
- Marketing- und Vertriebskonzept erstellt
- Social Media Strategie entwickelt.

Es hat sich alles gelohnt. Gerade einmal 12 Monate später wird der neunte Mitarbeiter eingestellt.

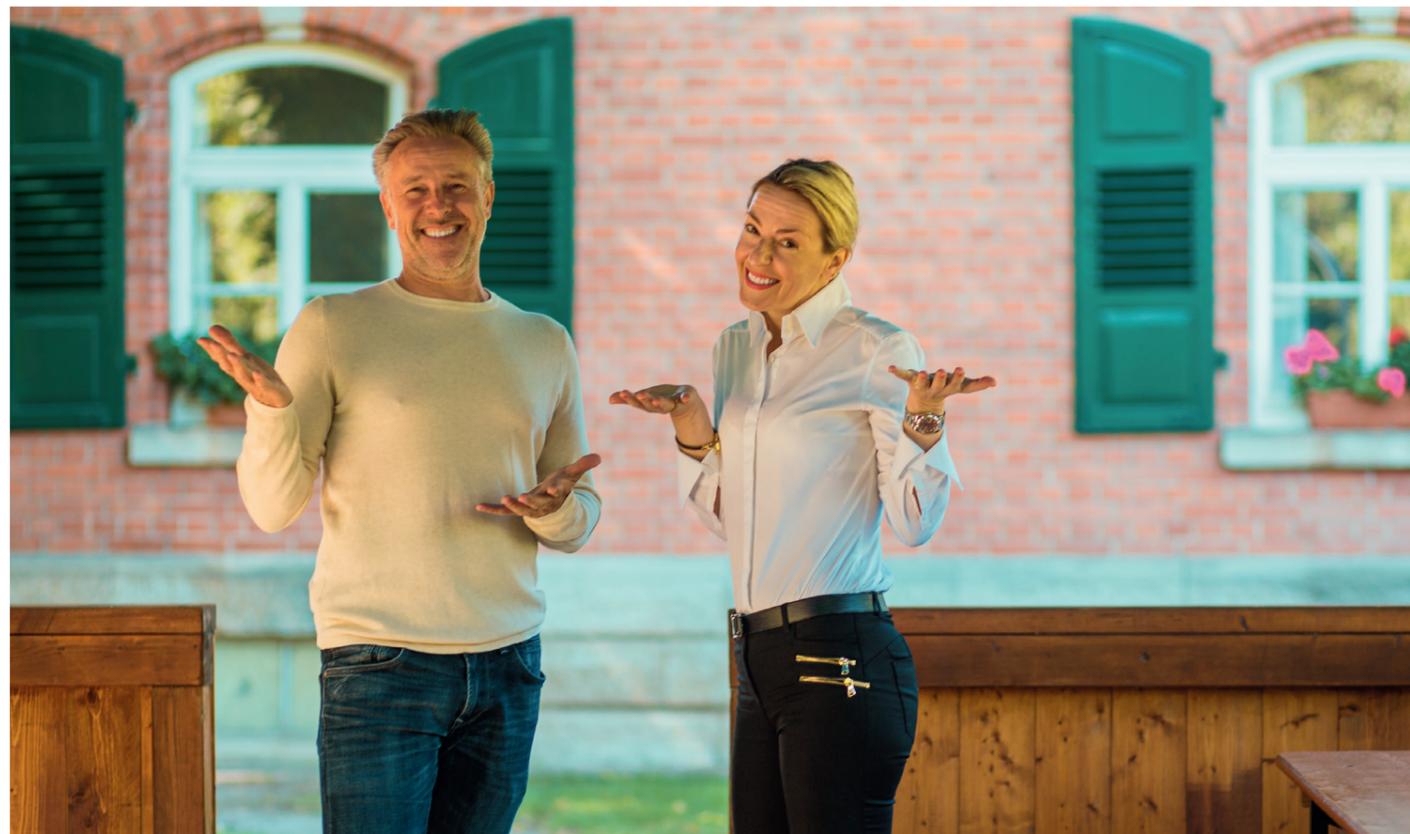
Ich freue mich, mit dir deine weiteren Erfolge von TASKWERK zu feiern.

Herzlichen Glückwunsch & einfach nur eine wunderbare Zusammenarbeit.

Danke für Dein Vertrauen!

„Es hat sich alles gelohnt. Gerade einmal 12 Monate später wird der 9. Mitarbeiter eingestellt.“

Credits: Stefan Klübert



ÜBER TASKWERK

Ihr Task. Unser Werk. Gemeinsam optimieren wir Ihr operatives und strategisches Qualitätsmanagement für Ihre Produktionsprozesse.

Mehr Effizienz im Mittelstand.



Credits: Stefan Klübert

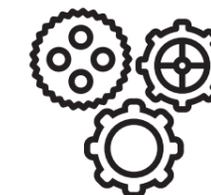
DIE TASKWERK-FORMEL FÜR OPTIMALE QUALITÄT IN IHRER FERTIGUNG:



Prozessdigitalisierung



Visualisierung



Standardisierung



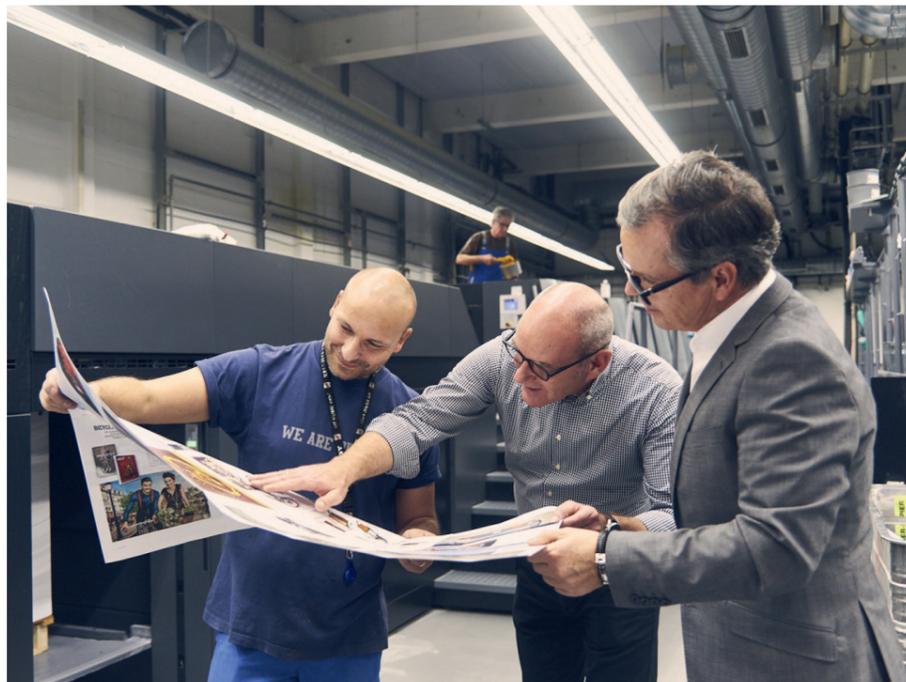
Qualität

BASIC SALES PROJEKTE

DHW // Druckhaus Waiblingen

ÖKO und EDEL ist für uns kein Widerspruch!

IMMER IM GRÜNEN BEREICH – Dieser Slogan steht beim Druckhaus Waiblingen (DHW) sprichwörtlich über allem und für alles, was dort passiert. Bereits beim ersten Kontakt spüren Kunden den Unterschied durch die Art, wie Sie wahrgenommen und verstanden werden. „Vertrauen schaffen ist die wichtigste Basis für eine nachhaltige und erfolgreiche Beziehung zu unseren Geschäftspartnern“, sagt Geschäftsführer Rainer Wetzels mit Blick auf die zahlreichen Kunden, die sich beim DHW gut aufgehoben fühlen.



Unsere Kunden fühlen sich bei uns gut aufgehoben.

Eine besondere Dynamik ist in den letzten fünf Jahren durch die ökologisch orientierte Neuausrichtung und die damit verbundene Markenstrategie entstanden, die das Druckhaus Waiblingen als regionalen Innovator erkennbar machen.

Die seinerzeit mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern entwickelte Vision wird seitdem Stück für Stück umgesetzt. Das Ziel, in der Region Stuttgart die anerkannte Nummer 1 für ökologisch-verantwortliche und innovative Druckgestaltung zu werden, ist inzwischen in vielen Bereichen Realität geworden.

Das Druckhaus Waiblingen ist mit diesen Stärken über die Grenzen der Region hinaus bekannt und wird von seinen Kunden als Ideengeber, Ideengestalter und Ideenumsetzer gerne empfohlen. Für viele Anfragen hat man beim DHW immer eine umweltfreundlichere oder passendere Alternative, die dann auch oft von Kunden bevorzugt realisiert wird. Zahlreiche, erfolgreich umgesetzte Projekte zeigen, wie man edle und eindrucksvolle Printprodukte nachhaltig und umweltschonender produzieren kann.



DHW
DRUCKHAUS WAIBLINGEN

Entscheidende Faktoren sind dabei der Einsatz von Recycling- oder zertifizierten Papieren, deren Rohstoffe aus nachhaltig bewirtschaftetem und kontrolliertem Waldbau stammen sowie von mineralölfreien Bio-Druckfarben mit Bindemitteln auf pflanzlicher Basis. In der gesamten Produktion wird auf Lösemittel und Chemikalien weitestgehend verzichtet bzw. wenn nötig, sehr sparsam eingesetzt. Seit über 25 Jahren werden im Rahmen der zertifizierten Umwelt- und Energiemanagementsysteme kontinuierliche Maßnahmen mit hoher Wirkung in puncto Energieeffizienz, Recyclingquote und Ressourcenschonung umgesetzt.

Von der auflagenstarken Zeitung bis zum komplexesten Projekt ist alles dabei.



Darüber hinaus haben DHW-Kunden die Möglichkeit sich auf Wunsch aktiv am Klimaschutz zu beteiligen, indem sie ihre Druckobjekte klimaneutral produzieren lassen. Das bedeutet, dass alle unvermeidbaren CO₂-Emissionen, die im gesamten Fertigungsprozess entstehen, durch die Unterstützung und Förderung von Klimaschutzprojekten kompensiert werden können.

Das Druckhaus Waiblingen ist ein Hightech-Unternehmen und gleichzeitig der traditionellen Druckkunst noch immer eng verbunden. Mit den rund 140 Druckexperten und einem immer aktuellen Maschinenpark stellt man dort von der auflagenstarken Tageszeitung bis zum

komplexesten Produkt quasi alles her, was man aus gutem Papier heute machen kann. Immer mit Leidenschaft und Liebe zum Detail. Immer besser als Online-Standard. Und immer mit wachem und verantwortungsvollem Blick für unsere Umwelt. Hier sind Sie IMMER IM GRÜNEN BEREICH. Tradition meets Social Media Sichtbarkeit für das Druckhaus in der Online Welt. Ein Traditionsunternehmen startet durch mit Social Media.

Auftakt war ein 2-teiliger Workshop zum Thema SOCIAL SELLING, mit dem motivierten Team der DHW.

Unser Ziel ist klar: Mehr Sichtbarkeit für das Unternehmen in der Online Welt.

BASIC SALES PROJEKTE



P+K Textil GmbH

Zeitgemäßes Sales & Marketing? So geht's.

Spannende Monate mit der P+K Textil, aus Reutlingen, liegen zurück.

Die kleine, aber äußerst feine Stickerei-Manufaktur betritt die Social Media Bühne. Über 30 Jahre voller Tradition, überragender Qualität in dem was sie tut, ein Standing in der Textilbranche. Was jetzt noch gefehlt hat, ist sichtbar zu machen, wofür die P+K Textil steht.

Von 0 auf 1000 in vier Wochen!

Unser Fokus liegt im Ausbau der Sichtbarkeit und Bekanntheitssteigerung im Zielmarkt. LinkedIn als weltweit mächtigste Plattform, mit über 790 Millionen Mitgliedern weltweit (Stand: 11/2021), wird zu unserem Social Media Kanal.

Hier sind die Entscheider aus unserer Zielgruppe.

Hier geht es um's Business.

Wir integrieren das Social Selling in den Vertriebsprozess. Noch nie war es leichter, Entscheider direkt und ohne Umwege zu finden, zu kontaktieren und eine Beziehung aufzubauen.

Das verkürzt enorm den Verkaufsprozess. In nur 4 Wochen konnten wir die ersten 1.000 Follower auf LinkedIn aufbauen. Unser Ziel sind 5.000 Follower.

So werden wir im Laufe der Zeit immer sichtbarer für neue Kunden.



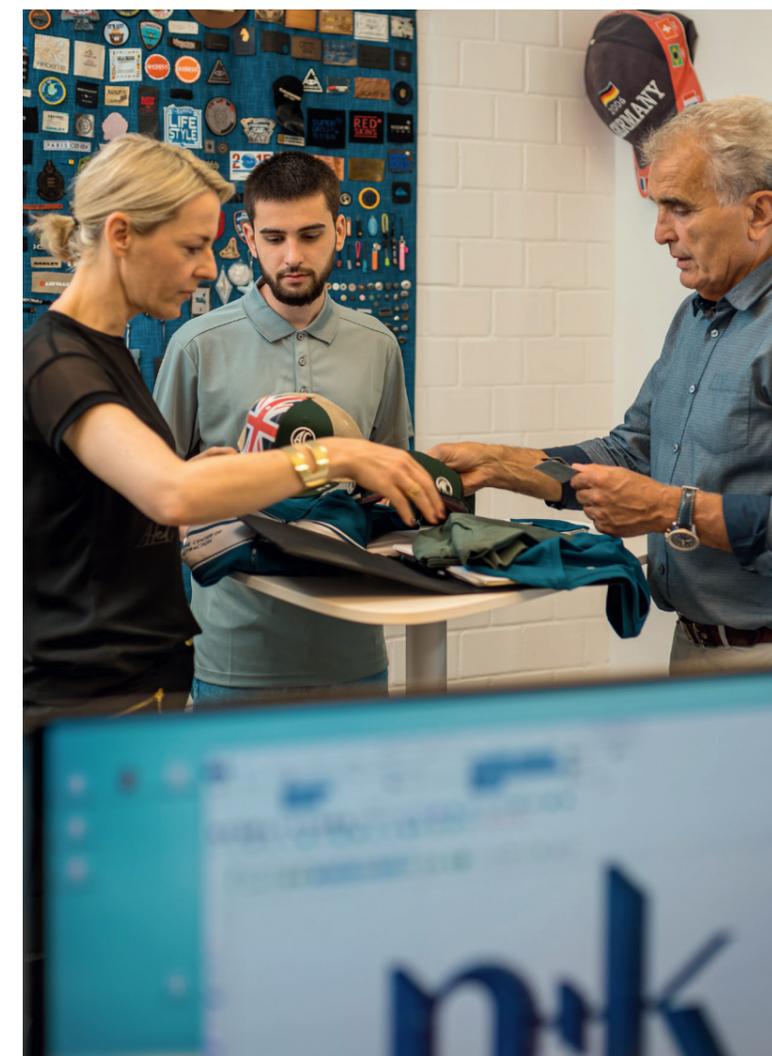
Unsere Bestandskunden sehen „tagesaktuell“, welche Neuheiten es bei uns gibt, das stärkt die Kundenbindung und ist Teil unserer Upsell-Strategie. Neben LinkedIn ist Instagram unser zweiter Social Media Kanal.

Wie begeistert man in der heutigen Zeit (potenzielle) Kunden?

Mit einem virtuellen Showroom!

Wir setzen nicht nur auf eine starke Social Media Präsenz, sondern wollen unsere Produkte in Szene setzen. (potenzielle) Kunden auf eine Kundenreise mitnehmen. Emotionales Marketing ist hier der Schlüssel.

Mit einer starken Partnerin konnten wir dieses Vorhaben realisieren: Petra Eberle von **PROJEKT + EMOTION**. Petra ist Expertin für virtuelle Showrooms. Nach einem ersten Austausch war klar, die Chemie stimmt und los ging es auch schon mit der Umsetzung.



Mit dem Showroom werden unsere Produkte und unsere Dienstleistung erlebbar gemacht.

Ein virtueller Showroom ist die perfekte Ergänzung zu einem Online-Shop, der ebenfalls bei uns in diesem Jahr live gegangen ist. Eine wunderbare Möglichkeit, neben der Kundenbegeisterung, den Umsatz zu steigern, da positive Emotionen nachweislich den Kaufprozess beeinflussen.

Wir sind unglaublich stolz, was wir in diesem Jahr alles erschaffen konnten. An dieser Stelle: Ein herzliches **DANKESCHÖN**, Petra Eberle. Den Moment als du uns deinen Entwurf präsentierst hast und der virtuelle Showroom live ging, war ein Moment, den vergisst man nicht. Gänsehaut pur!

Schauen Sie vorbei und überzeugen Sie sich selbst: www.pk-textil.de



BASIC SALES PROJEKTE

Flora Fliegner
pack3 GmbH

Der Start in die Selbstständigkeit - Erfolgsgeschichte. WOW... was für eine Begegnung mit Flora in 2021.

Flora ist Ingenieurin. Lebt in Berlin mit Ihrer Familie. Mit 2 kleinen Kindern ein Unternehmen zu gründen: eine richtige POWER-Frau. Gibt es DEN perfekten Start in die Selbstständigkeit? Einen Plan, bei dem der Erfolg so sicher ist wie das Amen in der Kirche? Dann werde ich immer als Beispiel die Geschichte von Flora Fliegner erzählen.

Gibt es DEN perfekten Start in die Selbstständigkeit?

Am 25. August 2021 erhielt ich über LinkedIn diese Nachricht: „Hallo Frau Basic! Können Sie mich bitte kontaktieren? Ich stehe gerade in den Startlöchern für meine eigene Firma und benötige Unterstützung. Ihr Profil würde super passen. Beste Grüße Flora Fliegner.“ Wenige Stunden später hatten wir ein Beratungsgespräch und es war klar: wir sind auf einer Welle. Und wie! Flora's Begeisterung, aber vor allem ihre beeindruckende Expertise, gepaart mit den kristallklaren Vorstellungen ihrer Geschäftsidee, löste bei mir den Wunsch aus, sie in der Vermarktung und im Unternehmensaufbau zu unterstützen. Ich spürte bereits im ersten Telefonat: Das wird etwas Großes! Mein Bauchgefühl täuschte mich nicht. Was in den nächsten Wochen passierte, macht mich sprachlos. Im positivsten Sinne.



Aber lesen Sie selbst die Erfolgsgeschichte von Flora und pack3 GmbH. Eine Geschichte, die Mut macht und zeigt: Träume sind dazu da, sie umzusetzen.

Die Entscheidung für die berufliche Selbstständigkeit war für mich gefühlt wie ein Bungeejump! Und das mit dem Rücken zur Kante stehend, unwissend wie tief der Fall sein wird und ob das Seil hält. [#selbstständigkeit](#) [#entrepreneur](#) [#momprenneur](#)

Um so mehr freue ich mich heute darüber, den mutigen Schritt getan zu haben und dabei so wunderbar professionelle Unterstützung von Tanja Basic und Oliver Fink Marketingberatung Fink Different zu bekommen! Denn heute haben wir das [#branding](#) festgelegt und ich kann jetzt schon sagen, die Umsetzung wird klasse! [#pack3](#) [#packagingconsulting](#) Ich kann es kaum erwarten euch bzw. Ihnen mehr zu zeigen und zu erzählen! [#begeisterungpur](#)

„Everyone has a plan until they get punched in the mouth.“

Mike Tyson

Tanja:

Flora, wann kam bei dir der Gedanke auf, dich selbständig zu machen?

Flora:

Eigentlich schon immer. Meine Eltern waren auch selbstständig. Unternehmertum liegt deshalb gewissermaßen in der Familie. Dennoch bin ich aber froh, meine 15 Jahre Berufserfahrung vorher in verschiedenen Unternehmen gesammelt zu haben.

Tanja:

Was waren deine größten Sorgen und Ängste?

Flora:

Keine Aufträge, Akzeptanz von Familie und Freunden für meine Entscheidung

Tanja:

Was hat dir am meisten bei deinen ersten Schritten der Umsetzung geholfen?

Flora:

Der liebevolle Stupser von Freunden und meinem Mann. Der zündende Start kam dann nach einem gemeinsamen Abendessen mit Freunden bei uns. „Mach das jetzt, du hast es ja noch nie probiert – Du musst das machen! Die Idee ist gut und du bist einfach eine Unternehmerin. Was hast du zu verlieren?“ Das Konzept hatte ich bereits seit Jahren im Kopf.

Tanja:

Du hast 2 kleine Kinder, wie schaffst du das alles? Hast du einen Tipp, insbesondere was das Zeitmanagement betrifft?



Flora:

Gerne möchte ich an dieser Stelle ganz besonders Mütter bzw Eltern dazu ermutigen, zu gründen! Habt keine Angst - es geht. Auch ich arbeite nicht den ganzen Tag, sondern hole meine Kinder am frühen Nachmittag aus der Kita und Schule ab. Wenn mal was liegen bleibt, dann hole ich es zur Not am Abend nach. Freie Tage haben wir dafür aber auch mal zwischendurch. Ich kann euch nur den Tipp geben - diszipliniert euch, schafft Klarheit darüber, was wirklich wichtig ist. Hier ist ein Coaching oft ganz besonders hilfreich. Ganz in eigener Werbung - meldet euch bei mir, ich helfe euch gerne bei. Wenn ich das kann, könnt ihr es auch.

Tanja:

Hast du Gegenwind bekommen? In Form von Menschen die dir davon abgeraten haben? Wenn ja, wie bist du damit umgegangen?

Flora:

Ja nicht zu knapp. Direkt abgeraten hat mir keiner. Aber mir wurde gesagt, ich sei „raus“ aus der Branche, weil ich ja in Elternzeit war. Und einmal bei einer Budgetverhandlung (wohlgemerkt mein Stundensatz ist mittlerweile höher als das was ich damals angeboten hatte) wollte man mir weiß machen, dass das über alle Maßen viel verlangt wäre und ich

doch die einmalige Chance bekäme, mal wieder in der Branche langsam Fuß zu fassen. Der frechste Kommentar war aber noch krasser: mir hat tatsächlich jemand 10€/h angeboten mit dem Hinweis, das sei für mich als „Mutti“ doch super, dann kann ich, wie es die Kinder zulassen, ein bisschen nebenbei arbeiten. Und dieser Jenige wollte mir das noch als steuerlichen Vorteil verkaufen. Da ist mir dann auch mal die Hutschnur geplatzt.

Tanja:

Für jeden, der sich selbstständig macht, ist die wahrscheinlich größte Sorge, an (erste) Kunden zu kommen. Was war dein Erfolgsrezept dafür und hast du einen Tipp für andere Unternehmensgründer*Innen?

Flora:

Das war auch meine größte Sorge! Aber da hast du mich perfekt abgeholt und mir direkt im ersten Gespräch Sicherheit gegeben. Wir haben nach 2-3 Coachings festgelegt, dass wir ein Gratis-Seminar anbieten und so potentielle Interessenten einfangen. Seit dem, und das Seminar ist erst in 2 Wochen, habe ich 3 Anfragen / Woche.

Vielen Dank liebe Flora, dass ich Teil der pack3 Erfolgsgeschichte sein darf!

Ich danke dir Tanja!!

BASIC SALES PROJEKTE



Paul
macht Fotos

Abenteuer Selbstständigkeit. Die Leidenschaft zum Beruf machen. Eigener Style. Ohne starre Regeln und beeindruckend anders. Das ist die Geschichte von Paul macht Fotos

Allein der Gedanke selbstständig zu sein, kann für manche furchteinflößend sein. „Selbst und ständig“, unkalkulierbares Risiko, hohe Investments, kein Urlaub, keine Zeit und an eine Krankheit gar nicht zu denken. Okay..ja, die Selbstständigkeit ist nichts für Feiglinge und Angsthasen. Aber, wenn der Traum so viel größer ist, als alle Zweifel und Bedenken endlich sein eigener Chef zu sein, seiner Leidenschaft zu 100% zu folgen, tja, dann sollte man den Schritt wagen. Unbedingt sogar!

Eine inspirierende Geschichte von Paul.

Er baut clever seine Selbstständigkeit auf – und zwar mit einem Sicherheitsnetz. Neben dem Hauptjob alles vorzubereiten:

- Geschäftsmodell (weiter-) entwickeln
- Ein starkes Branding aufzubauen
- Sichtbarkeit und Bekanntheit auf Instagram
- Eine Vertriebsstrategie implementieren.

Wer so sein stabiles Fundament für sein Unternehmen aufbaut, bevor man Hals über Kopf, ohne Plan den Job kündigt, dem kann nicht viel passieren.

Tanja:
Paul, erzähl uns, wer bist du und was genau machst du?

Paul:
Ich bin Paul und mache Fotos :D Ich fotografiere hauptsächlich Menschen, da ich einfach die Kommunikation miteinander liebe. Ich versuche, immer den Menschen ein Kopfkino zu geben, um somit authentische Mimiken auf die Fotos zu bekommen. Neben der Fotografie bin ich stolzer Papa von 2 kleinen Nachwuchstalenten und Ehemann einer tollen Frau.

Tanja:
Wann kam bei dir der erste Gedanke, dass du dich selbstständig machen möchtest?

Paul:
Das kann ich so genau gar nicht sagen, das war eher ein schleicher Prozess.

Als immer mehr Anfragen kamen, kam auch immer mehr der Gedanke, und dann der Wunsch, irgendwann von der Fotografie leben zu können. Es kam auch wirklich oft vor, dass Leute erst mal total perplex reagierten als ich sagte, ich mache das nur nebenbei. Die meisten denken tatsächlich, dass ich hauptberuflich Fotograf bin. Das hat mich dann auch immer wieder bestärkt. Die tatsächliche Planung begann Mitte 2021.

Tanja:
Was waren deine größten Sorgen und Ängste? Insbesondere, da du eine kleine Familie (2 kleine Kinder) hast und ihr Euch gerade den Traum vom Eigenheim verwirklicht.

Paul:
Das es finanziell nicht reicht. Natürlich muss die Familie versorgt sein, die Rechnungen bezahlt werden.

Ich kann es mir nicht erlauben, mal einen schlechten Monat zu haben. Da hängt einfach zu viel Verantwortung dran. Hals über Kopf funktioniert nicht, ich habe leider keine Möglichkeit, ein Risiko einzugehen. Es muss alles wohl überlegt sein und gut geplant werden. Das kostet natürlich mehr Zeit. Aber das ist es definitiv Wert.

Tanja:
Hast du von Menschen, im Freundes- Familienkreis, Ratschläge bekommen, es nicht zu tun?

Paul:
Ja klar, das hat glaub ich jeder. Viele raten es erst mal ab: „Du hast Familie...Das ist ein Risiko...bleib bei deinem Job, das ist krisensicher und hast immer dein Geld etc. etc. etc.“ Viele reflektieren in so einem Fall erst mal sich selbst, weil sie es sich selbst nicht vorstellen können selbstständig zu sein, also können sie es sich nicht vorstellen, dass du selbstständig sein kannst. Klar gibt es viele, die es nicht schaffen, aufhören und wieder zurück ins Angestelltenverhältnis gehen. Es gibt aber auch viele, die es schaffen, die ihr Business rocken und Erfolg haben. Also habe ich angefangen, mit diesen Leuten zu sprechen. Und es kamen völlig andere Gespräche zustande. Wahnsinnig viele Tipps, Vorschläge, Erfahrungen, positive Gedanken. Geschichten von Ihren Anfängen. Und jeder sagte am Ende das gleiche: „Ich bereue es nicht“ Das bestärkt mich jedes mal.

Tanja:
Was ist deine Vision für dein Business? Welcher Gedanke treibt dich besonders an?

Paul:
Ich will ein bekannter Fotograf werden.

Ich will ein bekannter Fotograf werden.



Ich möchte andere Menschen dazu begeistern, wie viel Positives schöne Fotos bewirken können und wie wichtig sie sind. Der Gedanke daran, wie vielen Menschen ich schon mit den Bildern ein Lächeln ins Gesicht gezaubert habe und wie vielen ich es noch zaubern werde, motiviert mich immer wieder aufs Neue.

Tanja:
Wo stehst du in 5 Jahren mit deinem Business?

Paul:
Ziemlich weit oben :D

Paul hat mein Webinar besucht „Social Selling – Social Media das verkauft“. Nach einem Strategie-Gespräch war klar: Die Chemie stimmt. Paul's Begeisterung für das was er tut, hat mich mehr wie überzeugt. Im Rahmen eines 8-wöchigen Business-Coaching, darf ich ihn auf seiner Reise in die Selbstständigkeit begleiten.

Paul, ich freue mich mit dir all Deine Erfolge zu feiern.

Let's rock!

„Nur wer seinen **eigenen Weg** geht, kann von **niemanden überholt** werden.“

Marlon Brando



BASIC SALES PROJEKTE

Pierre Tumbas &

EXPERTE FÜR GANZHEITLICHE MEDIZIN

Pierre Tumbas

Tanja:

Pierre, wann hattest du die Idee dich selbstständig zu machen und wie kam es dazu, was war der Auslöser, dass du gesagt hast, jetzt packe ich es an?

Pierre:

Die Idee mit meiner Selbstständigkeit hatte ich in der Zeit getroffen, als wir uns damals im Sportstudio in Sindelfingen kennengelernt haben. Der Auslöser war der, dass ich über Jahre hinweg immer als Angestellter gearbeitet und in der Zeit gemerkt habe, dass ich mich einfach nicht voll entfalten konnte. Ich war stets von meinen Vorgesetzten und der mir anvertrauten Arbeit eingeengt und konnte einfach nicht das machen, was ich wirklich machen wollte. Deshalb entschied ich mich, in die Selbstständigkeit zu gehen.

Tanja:

Beschreibe einmal, was genau ging in dir vor, als du den Entschluss gefasst hast. Hattest du Ängste und Zweifel?

Pierre:

Anfangs hatte ich massive Versagensängste und mehr Zweifel als Hoffnung gehabt. Aber im Laufe der Zeit merkte ich dann, dass die ersten Kunden kamen und folglich auch die ersten Erfolgserlebnisse. Diese Schlüsselerlebnisse haben es geschafft, die negativen Gedanken in mir zu verdrängen, und seitdem sehe ich meiner Zukunft positiv entgegen. Ich bin der festen Überzeugung, dass ich mich für den richtigen Weg entschieden habe.

**Tanja:**

Was konkret bietest du mit deinem Business an?

Pierre:

Ich bin in der Gesundheitsbranche tätig – mein Spezialgebiet ist die ganzheitliche natürliche Medizin. Ich unterstütze alle Menschen, die Schwierigkeiten mit ihrer Gesundheit haben, unabhängig vom Geschlecht, Alter und Gesundheitszustand. Zu meinen Schwerpunkten zählen die Sportmedizin, die Ernährungsmedizin und die Immunmedizin.

Tanja:

Was ist deine Vision? Wo stehst du in 5 Jahren mit deinem Business?

Pierre:

Meine Vision ist es, irgendwann mal alle Krankheiten der Welt heilen zu können. Dieser Wunsch brennt wie ein Feuer in mir und ich werde alles tun, um diesen Traum Wirklichkeit werden zu lassen. In 5 Jahren habe ich meine eigene Firma und mehrere Angestellte. Gemeinsam revolutionieren wir das Gesundheitssystem.

Tanja:

Was hat dir am meisten geholfen in der Umsetzungsphase zum Start in die Selbstständigkeit?

Pierre:

Meine größte Hilfe beim Start war neben meinem eisernen Willen ganz klar mein Experten-Team, welches mich stets tatkräftig unterstützt hat und immer noch tut! Damit bist selbstverständlich auch du gemeint!

Pierre und ich lernten uns in einem Sportstudio kennen. Damals war Pierre dort angestellt. Von der ersten Trainingsstunde an ist mir seine Begeisterung für das was er tut aufgefallen. Man spürte, mit welcher Leidenschaft er Menschen helfen möchte. Das ist mir in Erinnerung geblieben. Umso größer war die Überraschung als Pierre mich über Instagram kontaktiert und gefragt hat ob ich ihn in seine Selbstständigkeit begleiten möchte.

Unser klares Ziel:

- Ganzheitlicher Unternehmensaufbau
- Ein Designkonzept mit Logoentwicklung
- Aufbau einer starken Personal Brand
- Strategisches Marketing für den Bekanntheitsaufbau
- Eine Vertriebsstrategie für die Kundengewinnung.

Alles **Große** in der Welt geschieht nur, weil einer **mehr tut**, als er muss.“

Albert Einstein



Mit meinem langjährigen Business-Partner, Oliver Fink (*FINK DIFFERENT*), ging es in die Umsetzung. In Kürze geht die Website von Pierre live. Das ist ein ganz besonderer Moment für jeden, der die Selbstständigkeit beginnt.

Warum es keinen Zweifel gibt, dass Pierre mit seinem Business erfolgreich wird?

Nahezu in Schallgeschwindigkeit setzt Pierre alles aus dem Business-Coaching um. Sein Mindset ist einfach nur unglaublich.

Erfolg beginnt eben im Kopf.

Ich freue mich sehr auf unsere gemeinsame Erfolgsreise.



BASIC SALES PROJEKTE



Carsten Oehmke
PLAN & Co.

Manchmal fühlt es sich an wie der Sprung ins kalte Wasser. Manchmal denkt man, man sitzt in der Achterbahn. Und manchmal ist man zutiefst überzeugt, es ist die größte Befreiung: der Start in die Selbstständigkeit. Die Selbstständigkeit hat viele Facetten. Die Palette der Emotionen ist gewaltig. Eine Geschichte die Mut macht und zeigt, ja, es lohnt sich dieses Wagnis zu beginnen.

Jeder einzelne Start in die Selbstständigkeit ist anders und einzigartig. Aber lesen Sie selbst, wie es Carsten Oehmke erging.

Tanja:
Carsten, was genau machst du?

Carsten Oehmke:
Im groben plane ich Klinker- und Sichtbetonfassaden sowie deren Befestigung. Hauptaugenmerk sind dabei Fassaden aus Fertigteilen. Mit konventionell hergestellten Klinkerfassaden befasse ich mich auch.

Tanja:
Welche Vision hast du und welche Ziele verfolgst du mit deinem Unternehmen?

Carsten:
Mein Ziel ist es, ein Team aufzubauen und dass wenn ein Architekt, Projektmanager oder Bauunternehmer an eine Klinker- oder Sichtbetonfassade denkt, er auch an mich denkt.

Tanja:
Du bist stolzer Familienvater von einer Tochter und zwei Söhnen, fällt es da schwerer den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen?

Carsten:
Da muss ich etwas weiter ausholen. (:
Ich war nach 14-jähriger Betriebszugehörigkeit als Leiter des technischen Büros nicht mehr glücklich, „brannte“ nicht mehr für die Firma und sah mich schlussendlich dort auch nicht mehr bis zu meinem Rentenalter. Da kam die Anfrage, ob ich meinen Job nicht wechseln möchte, zum richtigen Zeitpunkt. Nach knapp 4 Wochen war der Jobwechsel Geschichte. Das Defizit zur neuen Branche war doch zu groß bzw. die Zeit der Einarbeitung wollte man mir nicht mehr geben.

Die Kündigung traf mich und meine Familie damals sehr hart.

„So what, the life goes on“
Die Kündigung traf mich und meine Familie damals sehr hart. Ich hatte den sicheren Hafen verlassen und nun war arbeitslos. Nach 3-4 Tagen sah ich es als Chance an, meinen Traum der Selbstständigkeit, der tief in mir schlummerte, in die Wirklichkeit umzusetzen. Anfangs PlanB ;) Manchmal müssen Türen zugeworfen werden, um andere zu öffnen.

„Gezielte Vernetzung - sowohl **offline** und **online.**“

Die Antwort auf deine Frage ist ein klares Ja. Auf der einen Seite schwer und auf der anderen Seite auch wieder leicht. Die Familie stand 100% zu meiner Entscheidung und sahen auch meine positive Veränderung. Firmenname und Logo haben wir zusammen entwickelt. Sie fanden es spannend. Ich wusste es gibt einen Markt und es gibt Bedarf an den Leistungen, die ich anbieten wollte. Ich hatte das nie infrage gestellt. Viele, mit den ich gesprochen habe, sahen hier ein großes Potenzial. Das Gesetz der Anziehung kennst du ja auch. Als der Entschluss stand, mich selbstständig zu machen, habe ich vor dem Einschlafen wieder und wieder mir mein Büro und meine Kunden vorgestellt.

Es klingt verrückt, die ersten Kunden sind die, die ich mir vorgestellt und gewünscht habe.

Tanja:
Was ist dein Alleinstellungsmerkmal? Warum kommen deine Wunschkunden (primär Architekten, Bauunternehmen, Projektplaner) nicht drumherum, mit dir zusammenzuarbeiten?

Carsten:
Der Vorteil für meinen Wunschkunden ist der, dass er später alles aus einer Hand hat. Kann z.B. präziser die zu erwartenden Kosten abschätzen, Angebote auf der Grundlage meiner Ausarbeitungen sind nun vergleichbarer.

Im Vorfeld erkannte erforderliche Änderungen, die noch in die Rohbauplanung einfließen können, ersparen später teure Sonderkonstruktionen der Verankerung.
Durch meine 14-jährige Tätigkeit in einem Klinkerfertigteilerwerk kann ich Vordimensionierung, Befestigungen und wirtschaftliche Ausführbarkeit sehr gut einschätzen.

Tanja:
Wie bist du an deinen ersten Kunden gekommen? Hast du auch gleichzeitig einen Tipp für andere, die frisch gründen, an ihren ersten Kunden zu kommen?

Carsten:
Bevor ich gründete, habe ich in meinen Netzwerken Xing und LinkedIn meinen Status auf Selbstständig bzw. Freiberufler gestellt. Parallel habe ich versucht mich mit Entscheidern zu vernetzen, wenn ich es noch nicht war. Besuchte mir bekannte Firmen, die ich aus den Zeiten meiner Anstellung kannte. Meine ersten Kunden und Korporationen habe ich über diese Netzwerke generiert. Im 3. Quartal 2021 erinnerte sich jemand an mich, den ich Anfang des Jahres angesprochen und meine Vorteile dargestellt habe. Und nun habe ich den ersten Auftrag von ihm.
Mein Tipp: Sich vor bzw. während der Gründung mit Wunschkunden gedanklich auseinanderzusetzen. Dann sich gezielt im Netzwerk on- oder offline zu vernetzen.



Tanja:
*Was würdest du jeder/jedem Unternehmensgründer*In raten? Worauf sollte man gleich zu Beginn besonders achten?*

Carsten:
Ich würde den Unternehmensgründer*innen raten: Sich nicht selbstständig zu machen, um des Geldes willen. Mann/Frau sollte das lieben, was er tut, dann ist es keine Arbeit mehr, sondern bezahltes Hobby. Sei dir stets bewusst, welchen (Mehr)Wert du für deinen Kunden hast. Investiere in dich, halte die Finanzen im Auge, bilde Rücklagen und such dir ein Vorbild, Mentor oder Coach.



Carsten hat an meinem Webinar „Start in die erfolgreiche Selbstständigkeit“ teilgenommen. Im Rahmen eines 8 Wochen Business-Mentoring Programm, unterstützte ich Carsten bei der ganzheitlichen Vermarktung und dem Unternehmensaufbau. Vom strategischen Marketing, der Kundengewinnungsstrategie bis zum Personal Branding darf ich seine Erfolgsreise begleiten. Diese Zusammenarbeit freut mich besonders, da ich selbst über 11 Jahre ein eigenes Planungsbüro mit mehreren Mitarbeitern geführt habe.

Dieses Know-how und all meine Learnings nun weitergeben zu dürfen, ist mir eine besondere Freude!

**DANKE für dein Vertrauen,
Carsten!**

BASIC SALES PROJEKTE

Gerd Bart
TRANSACTION-NETWORK

Ein Visionär. Ein Macher.
Vollblut-Unternehmer.

2011 (was schon über 10 Jahre ist das her?) haben Gerd Bart und ich uns kennengelernt. Wir waren bei einer Stuttgarter Internet-Agentur beschäftigt. Gerd war Führungskraft, ich war für die Neukundengewinnung im Tele-Sales Team verantwortlich. Bereits in dieser Zeit beeindruckte mich an Gerd: Während alle Anderen Themen „zerdenkt“ haben und lange diskutierten, hat Gerd es einfach gemacht. Ein Macher, durch und durch.

„Man trifft sich immer zwei mal im Leben“
Umso größer war nach über 10 Jahren die Überraschung, als ich über LinkedIn eine Nachricht von Gerd erhalten habe.

Für sein neu gegründetes Unternehmen sucht er Verstärkung in der ganzheitlichen Vermarktung.

„Menschen kaufen von Menschen.“

Daher setzen wir auf ein starkes Personal Branding – den Aufbau einer Personenmarke.
Wo wäre APPLE ohne Steve Jobs? Microsoft ohne Bill Gates. Hinter jeder brillanten Geschäftsidee steckt eine starke Unternehmerpersönlichkeit mit einer mächtigen Vision.

Aber lesen Sie selbst die beeindruckende Geschichte von Gerd Bart:

„Geht nicht - gibts nicht. Das ist schon seit vielen Jahren mein Leitspruch.“

Tanja:
Gerd, wann war für dich klar, dass du den Sprung in die Selbstständigkeit wagen möchtest?

Gerd:
In all meinen beruflichen Stationen durfte ich sehr selbstständig und sehr nahe als Unternehmer agieren. Der entscheidende Sprung kam daher völlig marktgetrieben.

Die letzten Jahren habe ich zahlreiche Portale für den Maschinenbau strategisch entwickelt, konzipiert und aufgebaut. Sie alle erzeugen aber nur digitale Insellösungen mit einem sehr hohen finanziellen und personellen Aufwand für das Unternehmen. Eine Plattform wie Transaction-Network gab es bislang nicht. Aus diesem Druck heraus und der Vision, den industriellen Mittelstand zu digitalisieren und Deutschland anzuschließen, entstand der Sprung.

Tanja:
Was genau macht Transaction Network?

Gerd:
Transaction-Network vernetzt Maschinenbau und Endkunden (Produzenten) auf einer digitalen Plattform. Damit digitalisieren wir bezahl- und leistbar den Mittelstand.

Wir vernetzen Maschinenbau und Endkunden auf einer digitalen Plattform.

Auf dieser Plattform werden die verkauften Maschinen verwaltet (digitaler Zwillings), die Anlagen überwacht (IIoT), Wartungen und Service geplant und vorausschauend eingesteuert (Predictive Maintenance) sowie After-Sales-Angebote platziert.

Tanja:
Was machst du mit deinem Unternehmen anders als der Wettbewerb? Was ist euer USP (Alleinstellungsmerkmal)?



Gerd:
Im Kern sind es 3 Merkmale, die bei uns anders sind:

- Unsere Plattform ist ein Mietmodell und damit für jeden im Mittelstand absolut leistbar. Dieses nicht transaktionsbasiert, sondern ein fester Betrag. Völlig unabhängig, wie viele Mitarbeiter, Maschinen oder eben Transaktionen.

- All unsere 6 Module sind miteinander vernetzt und die Prozesse darauf integrativ und stellen somit keine Silo-Lösung für den Endkunden dar.

- Wir setzen auf Standards auf, damit die Digitalisierung vorangetrieben werden kann, um beispielsweise einen digitalen Zwillings von Plattform zu Plattform weiterreichen zu können. Denn nur wenn wir uns als Menschen und damit auch digital vernetzen, können wir gemeinsam viel bewegen.

Tanja:
Was sind die 3 größten Nutzen für Kunden aus dem Maschinenbau, die mit euch zusammenarbeiten?

Gerd:
Neben dem sehr günstigen Mietmodell ist es unsere Expertise, denn wir sind im Maschinenbau schon viele Jahre zu Hause und wissen was wir tun. Als größter Mehrwert würde ich aber unser Modell bezeichnen, dass wir eine Plattform geschaffen haben, die für die Kundenorientierung des Maschinenbaus gedacht ist. Er kann uns nutzen als seine digitale Lösung und als seine Infrastruktur. Dies, um seinen Kunden wiederum Mehrwerte und Services zu schaffen. Das wir ihm dabei helfen, ist für uns selbstverständlich. Wir sind sein Enabler in der Digitalisierung und in der Kommerzialisierung des digitalen Zwillinges und in seinem After-Sales.

Tanja:
Was würdest du als „Erfolgsformel“ für Unternehmertum nennen? Worauf setzt du persönlich?

Gerd:
Geht nicht – gibt's nicht. Das ist schon seit vielen Jahren ein Leitspruch. Gerade heute begegne ich immer mehr Menschen, die viele Gründe haben, warum etwas nicht geht. Ich verstehe dies nicht. Einfach mal anfangen und an sich und den Erfolg glauben. Für eine Sache brennen, ein Feuerwerk entzünden. Dann stellt sich der Erfolg meist ganz automatisch ein. Den richtigen Zeitpunkt gibt es eh nicht im Leben. Machen, tun und auf dem Weg permanent justieren.

Vielen Dank, Gerd.
Ich freue mich sehr auf unsere Zusammenarbeit!

BASIC SALES PROJEKTE

IT LINE GmbH

Es kommt der Punkt, da ist der Traum von der Selbstständigkeit so viel größer als alle Ängste und Zweifel. Dann ist die Zeit reif, den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen.

Eine wunderbare Geschichte von Thomas Peter. Er wagte den Schritt in die Selbstständigkeit und hatte dabei eine klare Vision. Aber lesen Sie selbst die Erfolgsgeschichte von IT Line GmbH:

Tanja:
Herr Peter, beschreiben Sie, wer IT Line ist und was das Unternehmen macht?

Herr Peter:
Wir sind Lieferant für ergonomische Produktionsausstattung in Top-Design. Wir bieten Employer Branding für die Produktion, quasi ein „New-Work-Place-Concept“.

Es kommt der Punkt, das ist der Traum größer als die Angst.



„Mir ist es ein persönliches Anliegen, die manuelle Produktion neu zu gestalten.“

IT-line

Tanja:
Welche Vision hatten Sie, die Sie dazu bewegt hat, den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen?

Herr Peter:
Selbst in der Produktion/ Montage „groß“ geworden, ist es mir ein Anliegen, die manuelle Produktion neu zu gestalten. Die Vision Menschen in den Produktionshallen ein Arbeitsumfeld zu bieten, in dem sie sich wohlfühlen und gerne arbeiten. Wenn die Rede von New Work ist, denken alle immer nur an Remote Work und Homeoffice. Ich denke an die Menschen in der Produktion, die arbeitsbedingt diese Möglichkeiten nicht haben, diesen möchte ich/ wir einen Ausgleich bieten.

Tanja:
Sie sind ja seit vielen Jahren in der Branche bereits unterwegs. Was war das größte Problem, das Sie jetzt, mit Ihrem eigenen Unternehmen, lösen konnten?

Herr Peter:
Wir bringen 4 wesentliche Punkte zusammen, die sonst so im Bereich Betriebsmittel nicht zu finden sind:
1. Lean, 2. Ergonomie, 3. Design, 4. Technologie
Das heißt effizientes und gesundes Arbeiten an einem optisch ansprechenden Arbeitsplatz/ Arbeitsumfeld, unterstützt durch innovative Technologien. Ein Gesamtkonzept für die Produktion der Zukunft.

Tanja:
*Was sind die größten Herausforderungen beim Start in die Selbstständigkeit und wie gehen Sie damit um? Haben Sie den ein oder anderen Tipp für Gründer*Innen?*

Herr Peter:
Die größte Herausforderung ist die Kundenakquise und die Sichtbarkeit zu erhalten, damit das Produkt oder die Dienstleistung vom potenziellen Kunden überhaupt gesehen wird. Auch das beste Produkt verkauft sich nicht von selbst, wenn es keiner kennt. Wenn man also selbst nicht viel mit Vertrieb und Marketing zu tun hat, ist es wichtig, sich hier schon von Beginn an Hilfe zu holen. Ausreichend Zeit bzw. finanzielle Reserven einplanen, der Anlauf kann gut 1-2 Jahre dauern. Wenn man sich komplett selbstständig macht, muss das in der Planung ggf. mit Fremdfinanzierung kalkuliert werden.

Tanja:
Welche Vorteile erleben Sie jetzt schon, so kurze Zeit nach Ihrer Selbstständigkeit, für sich persönlich? (z.B. Freiheit etc.)

Herr Peter:
Wichtig ist es mir, die eigene Zukunft selbst gestalten zu können. Außerdem habe ich ein großes Bedürfnis nach Unabhängigkeit sowie freiem Gestalten. Auch die freie Zeiteinteilung ist mir wichtig, da ich gerne auch mal abends oder am Wochenende arbeite. Unter der Woche kann ich dann aber auch mal mit der Familie mehr Zeit verbringen.

Herr Peter und ich lernten uns über die Business Plattform LinkedIn kennen. Gemeinsam mit meinem Business-Partner Oliver Fink erstellten wir eine Imagebroschüre für IT Line.

Ziel der Marketingbroschüre ist es: Neue Kunden zu gewinnen und die Marke zu stärken.

www.itline.de



BASIC SALES EXPERTEN-TALK

Experten-Talk

Stefan Klübert unterstützt mit seiner Arbeit u. a. die Sichtbarkeit über Social Media.

Tanja:
Stefan, wie genau hilfst du mit deiner Arbeit insbesondere kleinen Unternehmen Mitarbeiter zu gewinnen?

Stefan:
Bei kleinen Unternehmen ist es aus meiner Erfahrung so, dass zwar häufig viel Aufwand für das visuelle Auftreten hinsichtlich der Gewinnung neuer Kundenanfragen und frischer Projekte betrieben wird. Alles ganz hochwertig, auf die anvisierten Zielgruppe zugeschnitten. Aber gleichzeitig wird augenscheinlich, auf der anderen Seite, für die ebenso wichtige Mitarbeitergewinnung häufig viel weniger Wert gelegt.

Insbesondere dann kann der Weg über die sozialen Medien, mit einer zielgerichteten Ansprache potenzieller MitarbeiterInnen, Wunder wirken. Der Aspekt, das bestehende Team hierbei einzubinden - gerade auch visuell in der Arbeit nach außen - liegt auf der Hand. Das kann hervorragend mit einem Fundament aus aktuellen, professionellen Bildern und Videos abgebildet werden. Sowie in der Ergänzung durch z.B. Storys und Beiträgen von realisierten Arbeitsbeispielen, um InteressentInnen dabei „mitzunehmen“.

„Wir Menschen folgen lieber Menschen als Marken und Unternehmen. Das ist so.“

Tanja:
Worauf kommt es besonders an? Ich meine, Bilder sind nicht gleich Bilder, oder?

Stefan:
Das ist schon richtig, aber das Rad muss gleichzeitig auch nicht neu erfunden werden. Was immer geht, ist eine offene, zugewandte Art Ihrer Bilder, mit denen Sie nach außen auf die Mitarbeitersuche gehen.

Das Rad muss nicht immer neu erfunden werden.

Diese Suche kann auch ganz charmant und umso unterbewusst ablaufen, indem Sie Ihr Team professionell begleiten lassen und dabei aufregende und nachhaltig für Ihre Zwecke nutzbare Fotos entstehen. Das schöne an professionellen Business-Fotos ist die Wandelbarkeit und auch die unterschiedliche Nutzbarkeit für verschiedene Zwecke - z.B. wenn Ihr Team gewachsen ist.

Meist ein guter Ansatzpunkt: es muss nicht mir persönlich gefallen, sondern der möglichen neuen MitarbeiterIn. Interesse wecken, greifbar werden und vielleicht auch einfach ein bisschen anders als die Anderen nach außen gehen.

Hier gibt es viele Möglichkeiten und ohne persönliche Beratung ist dies schwierig zu pauschalisieren.

Ebenso kann es absolut ratsam sein, die eigenen Fotos, mit denen Sie nach außen hin auftreten, regelmäßig zu überprüfen, ob sie noch zeitgemäß wirken. Diesen Punkt würde ich an Ihrer Stelle Menschen fragen mit denen Sie in Kontakt sind und deren - ehrlicher - Meinung Sie vertrauen. Stellen Sie einiges auf den Prüfstand: Thema Kleidung, darauf sichtbare Technik und ähnliches - Vermitteln Sie den Wert, den Sie nach außen hin verkaufen?

Tanja:
Wie rückst du das Unternehmen/deren Image in's richtige Licht? Denn schließlich soll es ja bei potenziellen Mitarbeitern Interesse wecken.

Stefan:
Gibt es spezielle Besonderheiten bei Ihrer Firma? Was ist der absolute Markenkern, den Sie auch nach außen hin vermitteln wollen und worin unterscheidet sich dieser zu Ihren Mitbewerbern? Was ist Ihnen wirklich, wirklich wichtig, außer den bekannten Allgemeinplätzen bei Ihren neuen Mitarbeitern?



Womit können Sie insbesondere punkten? Beziehen Sie Ihr bestehendes Team unbedingt aktiv dabei ein.

Gerade die Beratung vorab spielt eine große Rolle. Dabei stelle ich viele Fragen und höre gut hin, welche (Bild-)Motive dahinter schlummern. Mein Angebot der „Business-Fotoreportage“ ist prima geeignet, die echte, unverstellte Arbeit von Ihnen und Ihrem Team an wechselnden Location von mir begleiten zu lassen. Dabei entsteht eine Fülle starker Bilder - übrigens weitestgehend ohne Anweisungen mit umso dynamischeren Ergebnissen. Auf der anderen Seite ist es immer machbar, möglichst echte Arbeitssituationen nachzustellen, ohne dass sie inszeniert wirken. Das ist dann empfehlenswert, wenn eine reale Begleitung schwierig ist oder andere Gründe dagegensprechen.

Tanja:
Was sind die häufigsten Fehler, die kleine Unternehmen, bei Ihrer Unternehmenspräsentation machen über Social Media? (Die du in deiner Praxis beobachtest)?

Stefan:
Ganz konkret noch mal auf die Thematik der MitarbeiterInnen-Suche runtergebrochen: hinterfragen Sie Ihre vorhandenen Stellenanzeigen und stellen Sie sie auf den Prüfstand.

Ist Ihre Anzeige ausschließlich in reiner Zeitungsanzeigenoptik? Mit reinen Fakten in Wort, ohne aussagekräftige Bilder und ohne geweckte Emotion? Dann verschonen Sie viel an Potenzial. Außerdem: entsprechende, gut aufbereitete Karriereseiten auf den Webseiten der Unternehmen mit Anreizen weshalb Sie als ArbeitgeberIn echtes Interesse erzeugen können. Sofern Sie Inhalte dazu haben, auf jeden Fall auch bei Ihrer Social Media-Arbeit darauf hinweisen und damit spielen! Beispielsweise konkret durch Verbindung von Fotos und kurzen Marketingvideos.

Überlegenswert ist es, Impulse und Anreize zu schaffen, um insbesondere Initiativ-Bewerbungen zu fördern. Karrierebereiche von mittelständischen und größeren Firmen können da übrigens eine gute Inspirationsquelle sein.

Vielen Dank, Stefan!



MITARBEITERGEWINNUNG DURCH SOCIAL MEDIA

SO KANN ES KLAPPEN.

Mitarbeiterakquise in Zeiten des Fachkräftemangels

Auch im Jahr 2021 ist der Fachkräftemangel ein Thema, das besonders kleine und mittelständische Unternehmen beschäftigt. **Unbesetzte Stellen** bestimmen das Unternehmensbild trotz der Corona-Pandemie in vielen Branchen.

Neue Methoden der Mitarbeiterakquise müssen her, um leistungsstarke Fachkräfte und den motivierten Nachwuchs anzusprechen und zu überzeugen. Die sozialen Netzwerke sind eine Möglichkeit, neue Arbeitskräfte zu gewinnen.

Soziale Netzwerke können zur Akquise von qualifizierten Mitarbeitern genutzt werden.

Der Arbeitsmarkt hat sich in den vergangenen Jahren **von einem Arbeitgebermarkt zu einem Arbeitnehmermarkt entwickelt**. Konkret heißt das: Unternehmen können nicht mehr einfach aus einer Vielzahl von Bewerbern auswählen, sondern sehen sich gezwungen, **aktiv um Bewerber zu werben**. Ein Grund ist der demografische Wandel.

Qualifizierte Mitarbeiter sind jedoch das A und O für ein erfolgreiches Unternehmen: Wenn beispielsweise langjährige Mitarbeiter in den Ruhestand gehen und die Stellen nicht zügig neu besetzt werden, fallen wichtige Arbeitskräfte weg. Darüber hinaus ist es mitunter ein Ziel, als Unternehmen zu wachsen. Das geht nur, wenn engagiertes Personal zur Verfügung steht und die Arbeit übernimmt.

Jobportal, Zeitung, Social Media? Ihr Weg in die Öffentlichkeit

Ihre Anzeige können Sie auf **unterschiedlichen Kanälen** veröffentlichen, wie zum Beispiel:

- 1 **auf der eigenen Homepage**
- 2 **über verschiedene Jobportale im Internet**
- 3 **über (lokale) Printmedien, z. B. die Zeitung**
- 4 **bei der Arbeitsagentur**
- 5 **über Social Media**

Darüber hinaus können Sie natürlich auch Ihre eigenen Mitarbeiter bitten, die Stellenausschreibung publik zu machen oder Sie beauftragen eine Personalberatung oder einen Headhunter. Manchmal sind Kooperationen mit Schulen ebenfalls eine gute Idee.

Der Punkt „Social Media“ wird im Folgenden besonders in den Fokus genommen. Denn: Das sogenannte **„Social Media Recruiting“ bietet (oft ungeahnte) Vorteile** gegenüber den anderen Methoden der Mitarbeitergewinnung.

Anzeigen kostengünstig schalten über Facebook for Business

Ein ausschlaggebender Punkt bei der Suche nach neuen Mitarbeitern in kleineren Unternehmen ist nicht selten das **Kosten-Nutzen-Verhältnis**. Da Ressourcen nicht unbegrenzt zur Verfügung stehen, gilt es, **mit kleinstmöglichem Kapitaleinsatz eine große Wirkung zu erzielen**.

Facebook for Business bietet in diesem Zuge die Möglichkeit, eigene Werbekampagnen zu erstellen. Da Facebook der Eigentümer des Online-dienstes **Instagram** ist, gibt es die Möglichkeit, die Werbeanzeige im gleichen Zug dort zu schalten.

Reichweite erzielen: der Kerngedanke der Mitarbeiterakquise

Weitere Vorteile der Mitarbeitergewinnung via Social Media abseits des Kostenfaktors: **Wer über die sozialen Medien Mitarbeiter akquiriert, liegt voll im Trend**. Viele User verbringen ihre Zeit im Internet in den sozialen Netzwerken Facebook, Instagram, Twitter und Co. Einer aktuellen Studie zufolge sind 78 Prozent der Internetnutzer in den sozialen Medien aktiv. 89 Prozent der jungen Leute im Alter von 16 bis 24 Jahren nutzen Facebook und Co., in der Altersgruppe der 25- bis 44-Jährigen sind es immerhin noch ganze 71 Prozent.

Fazit: Geben Sie Social Media eine Chance!

Social Media bringt für Sie als mittelständisches oder kleines Unternehmen **große Vorteile bei der Mitarbeiterakquise**. Durch die Anzeigenschaltung in den sozialen Netzwerken **erreichen Sie (kostengünstig) Ihre Zielgruppe**.

Qualifizierte Mitarbeiter finden mit authentischer Präsentation

Als mittelständisches oder kleines Unternehmen sollten Sie darauf achten, sich **authentisch und gleichzeitig von Ihrer besten Seite zu präsentieren**. Es kommt ganz darauf an, was Sie als Unternehmen ausmacht: Sind sie eher traditionell? Spielt Kreativität eine große Rolle?

Machen Sie deutlich, wer Sie sind, was Sie suchen und was Sie zu bieten haben. Der Inhalt Ihrer Stellenausschreibung kann dementsprechend kreativ und bildhaft oder aber klassisch und reduziert auf das Wesentliche sein. Ihrer Fantasie sind im 21. Jahrhundert kaum mehr Grenzen gesetzt.

„Social Media Recruiting bietet (oft ungeahnte) Vorteile gegenüber den anderen Methoden der Mitarbeitergewinnung.“



Credits: Jeremy Bezanger on Unsplash

BASIC SALES NETZWERK



Dejan Novakovic

Ein Online-Marketing-Profi packt aus: 5 Tipps, die Sie sofort umsetzen können!

Wieso erzielen Unternehmer nicht die gewünschten Ergebnisse mit Online-Marketing? Es gibt zwei Gründe: Das Verhalten der User hat sich in den letzten Jahren extrem verändert und die falschen Schritte wurden eingeleitet.

Heutzutage gibt es eine Überflutung an Ablenkungsmöglichkeiten. Die gewaltige Anzahl an Content macht es nahezu unmöglich, jedem Post seine notwendige Aufmerksamkeit zu schenken.

Wir verlieren leicht unseren Fokus – manche meinen sogar, der Mensch hätte heutzutage dieselbe Aufmerksamkeitsspanne wie ein Goldfisch...

Wie wirkt man dem entgegen? Ein besonders häufiger Fehler ist, dass Unternehmer sehr schnell auf Trends anspringen, bevor das Fundament steht.

Lassen Sie uns nun betrachten, wie man das Fundament eines jeden Unternehmers in Bezug auf Online-Marketing erstellt:

- 1.** Wer genau ist meine Zielgruppe? Wo finde ich sie? Welche Hobbies hat meine Zielgruppe? Welche Magazine liest sie? Mit welchen Themen befassen sie sich?
- 2.** Was sind die größten Probleme meiner Zielgruppe? Was sind die Probleme im Äußeren und wie wirkt sich das auf das Innenleben – die Gefühle, Emotionen – aus?
- 3.** Ist mein Angebot wirklich verständlich? Kann ich es innerhalb eines 60 sekündigen Pitches so erklären, dass ein Kunde danach für sich entscheiden kann, ob es ihm zuspricht?

Erst nachdem dieses Fundament steht, können Sie auf die Suche nach den richtigen Plattformen machen.

Um die perfekten Plattformen für sich zu finden, habe ich drei wichtige Fokuspunkte zusammengefasst:

FOKUS AUF EINE EINZIGE SOCIAL MEDIA PLATTFORM

Suchen Sie sich eine Social-Media Plattform aus, anstatt auf 100 Hochzeiten gleichzeitig zu tanzen. Steigern Sie ihre Followeranzahl, kommentieren Sie bei anderen und erstellen Sie Posts, die zum Interagieren anregen. Erst wenn das geschehen ist, können Sie sich auf die nächste Plattform fokussieren.

FOKUS AUF EINE ORGANISCHE PLATTFORM

Suchen Sie sich eine Plattform für organisches Wachstum aus. Das kann z.B. YouTube oder ein Blog sein. Beide in Kombination haben den erheblichen Vorteil, dass sowohl Leser als auch Video-Liebhaber ihren Content finden können. Beispielsweise kann man gut performende Blogbeiträge einsprechen lassen und auf YouTube hochladen.

FOKUS AUF BEZAHLTE ANZEIGEN

Wenn Sie das richtige Budget haben, sollten Sie sich auf eine Plattform konzentrieren, auf der Sie bezahlten Content verbreiten. Hierfür eignen sich z.B. Facebook-, TikTok- oder LinkedIn-Ads. Bereits 5 Euro am Tag reichen, um sich an die bezahlte Werbeform anzutasten. Die Möglichkeit, das Budget aufzustocken, besteht immer. Es gilt aber die Devise: je mehr man reinsteckt, umso bessere Ergebnisse kann man erzielen.

5 Tipps, die Sie sofort umsetzen können!

Nun möchte man als Unternehmer immer sofort starten. Daher gebe ich Ihnen 5 Tipps, die Sie sofort umsetzen können:

- Schreiben Sie Gastartikel und schicken Sie diese jenen Magazinen, Blogs, Zeitungen, usw. zu, die ihre Zielgruppe ansprechen! Sehen Sie sich zuvor genau an, welche Artikel in welchem Schreibstil dort veröffentlicht wurden Ergänzen Sie unbedingt, was der User und der Medieninhaber davon haben, wenn Ihr Artikel veröffentlicht wird. Beziehen Sie wichtige KPIs mit ein; weisen Sie z.B. nach, dass die Keyword-Setzung für den Artikel optimal angepasst wurde.

- Outsourcen Sie das Social-Media Design! Diese Tätigkeit kann sehr viel Zeit in Anspruch nehmen, bringt unmittelbar aber leider keinen Umsatz. Als Chef sollten Sie die Idee zwar kreieren, die Design-Erstellung sollten Sie aber an Experten abgeben. Dadurch können Sie Ihre Zeit in Kundenakquirierung sowie -Betreuung und Finanzen investieren.

- Social-Selling findet nicht auf Social Media Plattformen statt! Verkaufen Sie Ihre Angebote z.B. nicht per Direktnachrichten auf Instagram. Sie sollten immer das Ziel verfolgen, einen neuen Follower oder interagierende Nutzer zu einem kostenlosen Erstgespräch auf z.B. Zoom einzuladen, um Sie so persönlich überzeugen zu können.

- Nutzen Sie Webinare in Verbindung mit Newsletter-Marketing! Dies ist der effizienteste Weg zu mehr Umsatz. Wenn Sie keine Newsletter-Liste haben, dann suchen Sie sich ein Magazin, das in ihrem Newsletter Werbung für Ihr Webinar schaltet.

- Handeln Sie antizyklisch! Wenn alle nun Online-Marketing machen, dann versuchen Sie Offline-Marketing-Methoden. Versenden Sie z.B. handgeschriebene Briefe oder Whitepapers – diese haptischen Mittel hinterlassen einen speziellen Eindruck beim Empfänger.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg!

ÜBER DEN AUTOR:

Dejan Novakovic beschäftigt sich seit 2006 mit Online-Marketing und hat über 70 digitale Produkte selbst entwickelt – darunter auch als Mitgründer bei Software Projekten wie Coachy.net. Er hilft Unternehmern bei Kundenakquise im Internet und ist Betreiber des MiaBoss.de Magazins, im Zuge dessen er mit seinem Team Social-Media Designs für Unternehmer sowie einen Social-Selling-Service anbietet. Zudem ist er Experte in Sachen Whitepapers, die Unternehmer online als auch offline als Werbemaßnahme und zur Leadgenerierung verwenden können.

„Dejan beschäftigt sich seit 2006 mit Online-Marketing. Profi!“

BASIC SALES NETZWERK



Alexander Kirsten
SCHAMEL

Meerrettich-Feinkost seit 1846



Ein Produkt, dass in nahezu jedem Supermarkt präsent im Regal steht: Schamel Meerrettich. Braucht ein solches Traditions Unternehmen da eigentlich noch eine Kundengewinnungsstrategie? Wie schafft man es, in allen Supermärkten gelistet zu sein? Was sind die Aufgaben eines Vertriebsleiters in einem solch bekannten Unternehmen? FRAGEN über FRAGEN... die Antworten liefert Alexander Kirsten. Vertriebsleiter & Mitglied der Geschäftsleitung.

Tanja Basic: Herr Kirsten, für viele Unternehmen spielt die Neukundengewinnung eine zentrale Rolle. Wie ist es bei Schamel?

Alexander Kirsten: Neukundengewinnung und Bestandskundenpflege sind gleich bedeutungsvoll für uns. Da wir in unserem Geschäft zunehmend eine Konzentration des Handels beobachten, ist es wichtig dieser Dynamik mit Neukundenakquise zu begegnen um Abhängigkeiten zu minimieren.



Hierbei unterscheiden wir nicht ob es ein kleiner Fachhandelskunde ist oder eine große Handelskette. Jeder Kunde zählt! Ich freue mich auch immer über positives Feedback unserer Kunden, das bestätigt die Arbeit unserer professionellen Organisation. Wir wissen alle, dass der Aufwand einen verlorenen Kunden zurückzugewinnen signifikant größer ist als einen neuen Kunden zu akquirieren, daher pflegen wir unsere Bestandskunden auch mit maximalem Aufwand.

Tanja Basic: Laut Statistiken scheitern 80% der Unternehmen aufgrund mangelhaftem Vertrieb & Marketing. Was ist Ihr Erfolgsgeheimnis? Wie schafft ein Unternehmen seit 1846 auf dem Markt zu sein?

Alexander Kirsten: Schamel fokussiert sich seit 175 Jahren auf seine Kernkompetenz: Der hochwertigen Verarbeitung bester Meerrettichrohwaren. Über 6. Generationen hinweg haben sich in unserem Familienunternehmen Werte manifestiert, welche wir - als älteste Meerrettichmarke der Welt - an unsere Kunden transponieren. Schamel steht für Beständigkeit, Regionalität, Zuverlässigkeit und besten Geschmack. Dabei haben wir immer die Zukunft im Blick, entwickeln uns weiter und sind innovativ. Schamel garantiert beste Qualität und darauf vertrauen seit Jahrzehnten auch unsere Kunden. Deshalb ist Schamel Deutschlands meistgekauft Meerrettichmarke!

Tanja Basic: Seit wann sind Sie eigentlich bei Schamel und was waren Ihre größten Herausforderungen?

Alexander Kirsten: Ich bin nun seit 2019 in der Organisation. Die größte Herausforderung war und ist es, die Erwartungshaltung Aller im Umfeld zu managen, sei es im Unternehmen selbst als auch in Richtung Kunde. Ebenso anspruchsvoll ist es die eigene Objektivität in Ideenreichtum zu übersetzen und im Anschluss auch „die PS auf die Straße zu bringen“ Dies gelang mir, rückblickend betrachtet, gut, so dass ich damit zufrieden sein kann. Wer bei einem Marktführer startet darf auch eine gesunde Portion Demut mitbringen vor 175-jährigen Unternehmertum. Das definiert den richtigen „Mind-Set“ im Umgang mit „Mensch und Marke“.

Tanja Basic: Was waren in der Zeit Ihre größten Erfolge?

Alexander Kirsten: Vertriebsarbeit ist anhand von Kennzahlen messbar. Wir wachsen mit der Marke stärker als der Markt und stärker als alle Marktbegleiter. Das würde ich als Erfolg bezeichnen. Zudem freue ich mich, wenn ich es schaffe meinen eigenen Enthusiasmus ins Team zu tragen und alle für eine Sache zu begeistern.

„You get what you measure.“

Zutaten
 4 Süßkartoffeln
 250 g Fetakäse
 180 g Frischkäse
 1 gestr. TL Koriandersaat
 1 gestr. TL Kreuzkümmel
 1 gestr. TL Senfsaat
 1/2 TL schwarzer Pfeffer
 1 TL Sesam
 2 Minzzweige
 4 Thymianzweige
 Schamel Sahne Meerrettich PREISELBEERE

SÜSSKARTOFFELN

AUS DEM OFEN MIT MEERRETTICH, ZIEGENKÄSE UND DUCCA

Zubereitung

Backofen auf 220 °C (Ober- und Unterhitze) vorheizen. Süßkartoffel waschen und in Alufolie einschlagen. Auf mittlerer Schiene für ca. 35 Minuten backen.

Minze und Thymian waschen, trocknen, zupfen und grob schneiden. Feta mit Frischkäse, Minze und Thymian glatt rühren.

Für die Ducca-Gewürzmischung Koriandersaat, Kreuzkümmel, Senfsaat und Pfeffer in einen Mörser geben und fein mahlen, anschließend den Sesam unterrühren.

Sobald die Kartoffeln fertig sind, diese der Länge nach aufschneiden und etwas öffnen. Mit der Feta-Masse, Ducca und Johannisbeeren garnieren. Zum Schluss nach Belieben mit Schamel Sahne Meerrettich PREISELBEERE verfeinern.

60 Minuten

leicht

4 Portionen

Unsere Produktempfehlung

„You get what you measure“ ist mein Credo! So gelang es uns beispielsweise die Außendienstorganisation noch erfolgreicher zu steuern als in der Vergangenheit und somit Distribution und Sichtbarkeit unserer Markenartikel am Point of Sale stetig zu verbessern. Auch konnten wir die Anzahl der Zweitplatzierungen im Handel zum Vorjahreszeitraum nahezu verdoppeln.

Tanja Basic: Aus Ihrer Vertriebserfahrung heraus, verraten Sie mir 3 Tipps, die Sie jedem raten würden, der sein Business startet?

- Alexander Kirsten:**
- „Finde“ ein geeignetes Strategiemodell! z.B. nach Porter, damit klar ist wo man eigentlich hinmöchte
 - „Erstelle“ einen Businessplan für drei bis fünf Jahre und behalte die Kosten stets im Auge
 - „Arbeite“ nach dem OGSM Modell (Objective, Goals, Strategies, Measures) und lasse dich beraten in Dingen die Du nicht verstehst, es zahlt sich in jedem Fall aus!

Meerrettichstadt Beiersdorf



„Dabei haben wir immer die Zukunft und die nächste Generation im Blick.“

BASIC SALES NETZWERK

CARNELLO

Erfolgreiches Unternehmertum und Business mit ❤️ #powerfrauen

Handverlesene Spezialitäten für Hunde und Katzen in Gourmet-Qualität aus Ulm. Von der ersten Idee zum Unternehmen. Es war einmal... Die Entstehung von CARNELLO.

Am Anfang war die Liebe zu ihrem eigenen Hund die Motivation, um außergewöhnliche Snacks zu entwickeln. In höchster Qualität erschufen Frau Dr. Beatrix Christov mit Ihrer Tochter Natalie eine neuartige, gesunde und ästhetische Welt der Hunde- und Katzensnacks. Mit den berühmten Original Hundespaghetti und einer neuen Philosophie brachen sie vor 20 Jahren den Markt auf und begeistern bis heute Generationen von Fellfreunden.

Alles begann mit den Original Hundespaghetti

Was war der Antrieb/Motivation für die Gründung?

Unsere Motivation war und ist es, unseren vierbeinigen Familienmitgliedern echte natürliche Leckerlies zu bieten, ohne die viel verbreiteten krankmachenden Zusätze. Hochwertigste Snacks in Manufakturqualität herzustellen und dazu im direkten Kontakt auch die Wünsche und Anliegen unserer Kunden zu erfahren. Wir als kleines, feines Unternehmen haben einen riesen Vorteil, nämlich dass wir nah an unseren Kunden sind. Wir verbinden höchste Ansprüche an Service und auch Mitgefühl mit dem Ziel, dass ihre Tiere mit uns alt werden. Treue und tolle Freundschaften verbinden uns. Dafür arbeitet unser Team täglich mit viel Hingabe.

Wie seid Ihr damals an den/die ersten Kunden gekommen?

Bevor wir zu unserem ersten Kunden kamen, verschickten wir viele dutzende Angebote an Ketten und Großhändler und bekamen ausschließlich Absagen, sicher an die 100 Stück, inklusive persönlicher Beleidigungen. Da muss man sich ein dickes Fell zulegen und einfach durch. An sich und das Produkt glauben und weiter machen. Dieses Weitermachen ist unserer Meinung nach der Schlüssel und auch der einzige Unterschied zu nicht erfolgreichen Menschen. Nach vielen Monaten wurde unser Durchhaltevermögen dann mit der ersten Bestellung belohnt. Ein Großhändler nahm unsere Hundespaghetti in sein Sortiment auf. Und damit begann unser Erfolg.

Business mit Herz: Euer Engagement im Tierschutz

Unser Herzensanliegen ist es, diejenigen zu unterstützen, die nicht auf der Sonnenseite des Tierlebens stehen. Wir helfen mehrere internationale, sowie nationale Tierschutzorganisationen mit festen monatlichen Beträgen. Außerdem unterstützen wir praktisch jedes Tierheim, jeden Verein, der sich an uns wendet. Unsere eigenen Tiere haben wir alle aus dem Tierschutz aufgenommen.

Was waren Eure Learnings im Laufe des Unternehmertums? Was würdet Ihr heute anders machen als damals.

Wir kamen damals als völlig branchenfremde (aus Philosophie und Jura) und haben alles learning by doing gemacht. Dadurch haben wir quasi alles anders gemacht, was letztendlich unser Erfolgsgeheimnis ist. Sich nicht an künstliche Strukturen halten, sondern mit Herz und Verstand als Kompass eigene Wege entwickeln. Natürlich haben wir im Laufe der Jahre auch viele Rückschläge und Enttäuschungen erlebt. Die Anfänge waren extrem hart. Zu den Learnings gehören Absagen, schlechte Erfahrungen mit Lieferanten, Mitarbeitern, etc. einfach dazu. Dennoch würden wir nichts grundlegendes anders machen. Man sieht die Dinge neu, verändert Perspektiven, verbessert sich und wächst. Unser Weg zum Ziel war mit Weitsicht geplant. Daher hatte es bei uns keine substanziellen Fehler gegeben. Und vor allem muss man, wie gesagt, durchhalten. Da hat es sehr geholfen, dass wir zu zweit waren und uns gegenseitig wieder aufbauen konnten.

Der folgende Spruch von Winston Churchill trifft es auf den Punkt: **„Geben sie nie, nie, nie auf!“**

www.carnello.de



WIE WÄRE ES MIT EINER KÜCHENPARTY FÜR IHRE KUNDEN ODER MITARBEITER?



AREA710

Hand auf's Herz.

Wann haben Sie das letzte Mal Ihre Kunden begeistert? Also, ich meine so richtig... so, dass noch Monate nach dem Event darüber gesprochen wurde. Ihnen fehlen vielleicht die Ideen?

Dann habe ich hier eine Idee für Sie. **Die Area710.**

Was hier gerade entsteht, ist einzigartig in der Region. Ein mittelständisches Dienstleistungsunternehmen namens seeeye öffnet seine Pforten und stellt nach und nach Räume, Werkstatt, Lounge, Terrasse, Freiflächen uvm. zur Verfügung. Ein ganz neues multifunktionales Areal wird geschaffen. Der Name: Area710. An die geheimnisvolle Area 51 erinnernd und die Postleitzahl von Holzgerlingen beinhaltend. Ideal für Feiern, Hausmessen, Workshops, Seminare, Präsentationen, Meetings, Strategie-Workshops, Partys, Community-Treffs, Business Lounge Treffen, Culture Events, Ausstellungen, als Galerie, als romantisches Terrassen-Event mit einmaligem Schönbuch-Blick etc.

Interessant?

Dann lassen Sie uns sprechen und gemeinsam Ideen für Ihre Kunden- oder Mitarbeiterbegeisterung entwickeln.

www.area710.de



BASIC SALES HERZENSPROJEKT

HERZENSPROJEKT

BASIC SALES unterstützt
Tierschutzorganisationen
BUSINESS mit ♥

„Wenn Sie diesen Hund nicht
sofort abholen, bringen wir ihn
morgen in die Tötung“.

Diese herzlose Nachricht hat
Luka Krstić erhalten. Luka ist
Tierretter für Straßenhunde und
Katzen in Rumänien und Ser-
bien und hat nicht eine Sekunde
überlegt. Ein Mann, der ist mit
einem so großen Herzen ausge-
stattet, dass mir dafür die Worte
fehlen. Dieser Hund, besser
gesagt Hündin, ist nun mein Son-
nenschein.

Neues Leben – neuer Name: Aus
Izabela wurde Leniya. Eine wun-
derbare Tierschützerin, Sabine
Weik erzählte mir von Izabela.
Sie würde gut in mein Rudel
(mittlerweile alles Rentner) pas-
sen. Sie schickte mir ein Video
und Fotos, und ich war sofort
verliebt. Nach ca. 10 Sekunden
Bedenkzeit sagte ich zu. Izabela
kommt zu uns.

Ich werde die unglaublich inten-
sive Zeit nicht so schnell ver-
gessen. Im August kam sie mit
einem Transport zu mir. 36 Stun-
den Fahrt...und die beiden Fahrer
(Nikola Tomic & Nebojsa), die
sich so unglaublich liebevoll um
die Hunde kümmerten, während
der ganzen Fahrt.

Jeden Tag zaubert mir die kleine
Leniya ein Lächeln ins Gesicht.
Wir genießen jeden Moment
zusammen und wir lieben es,
stundenlang im Wald laufen zu
gehen.

Jeden Tag zaubert Leniya mir ein Lächeln ins Gesicht.

Der Kontakt zu Luka ist weiter
da und ich unterstütze ihn mit
Spenden bei seiner wunderbaren
Tätigkeit. Straßenhunde bei mir
aufzunehmen, ist für mich nach
wie vor die beste Entscheidung,
die ich je getroffen habe!



DANKE an meine Helden:

Luka Krstic

www.facebook.com/luka.krstic.1044

Sabine Wiek

von „Tötungshunde – Wir wollen leben e.V.“

www.facebook.com/Toetungshundewirwollenleben/

Nikola Tomic

Weitere Organisationen die ich seit Jahren unterstütze:

www.tierhilfe-casakatharina.com/

www.tierherberge-donzdorf.de/

Ich ziehe den Hut vor diesen Menschen und ihrem Engagement!

DANKE das es EUCH gibt!

BASIC SALES NEWS

+++ NEWSTICKER +++

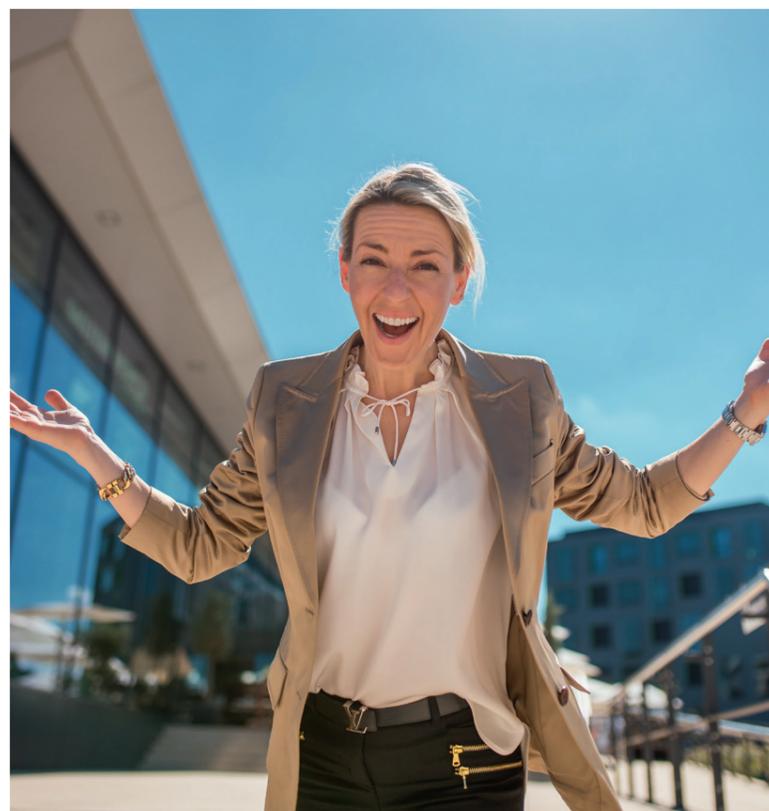
NEUIGKEITEN BEI BASIC SALES.

Träume werden wahr

Seitdem ich denken kann, war einer meiner großen Träume ein eigenes Buch herauszubringen. Ich übertreibe nicht, wenn ich behaupte, es war sogar einer meiner Lebensträume.

Dieser Traum wird nun wahr: Der renommierte HAUFE-Verlag hat mich unter Vertrag genommen und wird mein Buch veröffentlichen. Im Sommer-Programm 2022 erscheint mein Buch „Erfolgreiche Selbstständigkeit – Von der Geschäftsidee bis zum profitablen Business“.

Ich bin unglaublich stolz und dankbar und kann jeden nur bestärken GLAUB AN DEINE TRÄUME.



„Noch schöner als Visionen zu haben ist, sie zu verwirklichen.“

Lisz Hirn

Neues Logo für BASIC SALES

Aus Tanja Basic Marketing & Sales Services wird BASIC SALES – Clever verkaufen.



Erweiterung im Leistungsportfolio:

SOCIAL MEDIA - das verkauft und im Gedächtnis der Zielgruppe bleibt. Komplettbetreuung Ihrer Social Media Kanäle (LinkedIn & Instagram)

Keine Zeit?
Keine Lust?
Keine Ideen für Social Media?
Kein Problem!



SIE MÖCHTEN AUCH EIN EIGENES MAGAZIN?

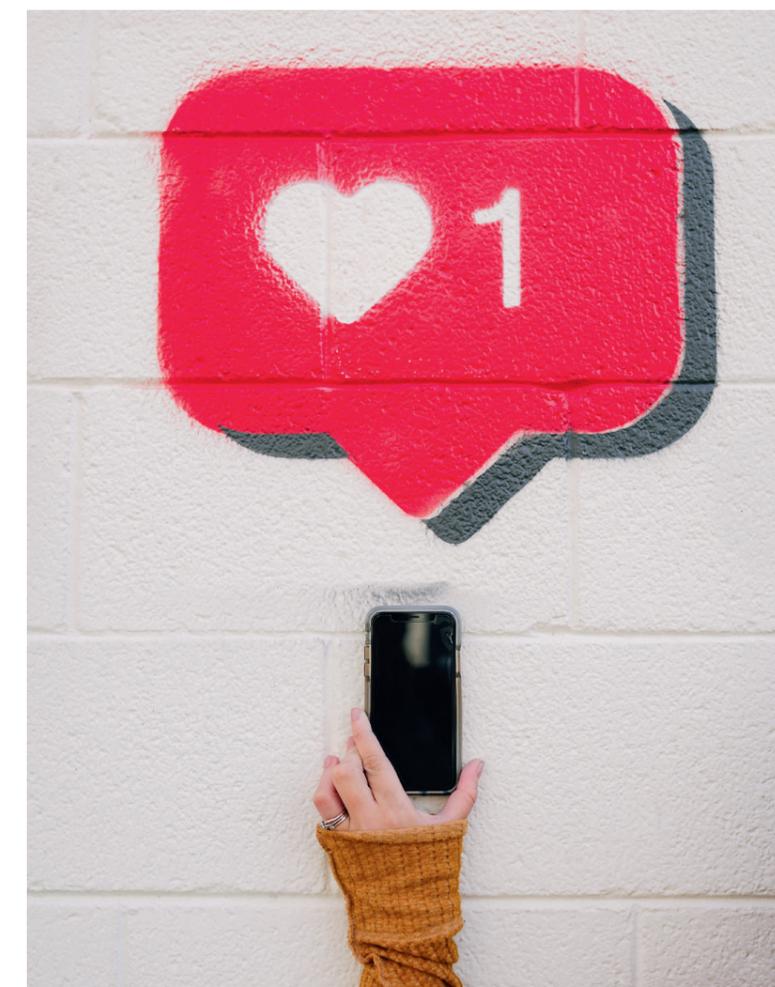
- Dadurch Ihre Kunden begeistern,
- für die Akquise gezielt einsetzen und
- nebenbei Ihr Branding stärken.

BASIC SALES übernimmt Ihre kompletten Social Media Aktivitäten. Von der Ideen-Entwicklung, Design-Konzept, Content Creation und sogar das Vernetzen und den Vertrieb mit Ihrer Zielgruppe (Social Selling).

Kein Problem! BASIC SALES erstellt für Sie ihr eigenes Magazin. Von der Ideen Entwicklung, Content Erstellung (Bilder & Texte) und Designkonzept. Print & digital. Wie ein Maßanzug.

Interessant?
Lassen Sie uns einfach sprechen!

So geht Marketing & Vertrieb heute!





Impressum:

Text & Redaktion: Tanja Basic • BASIC SALES
Gestaltung & Layout: mäd • Madeleine Maros

1. Auflage • 2021
Coverfoto: Stefan Klübert
Icons: the noun project, tulpan

Tanja Basic
Eschenriedstraße 14
71067 Sindelfingen
www.tanjabasic.de