



**ONLINEBUSINESS ALS
COACH, BERATERIN
& TRAINERIN**

Schön, dich kennenzulernen!

Viele meiner Kundinnen im Coaching-Bereich würden gern ihr Offline-Business - also ihre feste Coachingpraxis mit 1:1 Kundengesprächen in den Praxisräumen - in ein Online-Business verwandeln. Welche Schritte dafür nötig sind erkläre ich dir in diesem E-Book.

Willst du endlich mit deinem Business voll durchstarten, deine Reichweite erhöhen und Tag für Tag neue Kunden anziehen? Ich helfe dir dabei, mit deinem Business sichtbar zu werden und dich als Expertin auf deinem Gebiet zu positionieren. Schritt für Schritt und ganz einfach erklärt – für deinen Business-Erfolg mit Leichtigkeit!

Ich bin Julia. Ich begleite selbstständige Frauen und Gründerinnen in die finanzielle Freiheit mit ihrem Onlinebusiness. Für mehr Zeit, mehr Einkommen und vor allem: mehr Spaß! Erreiche mit digitalen Produkten tausende Menschen und verändere ihr Leben mit deinem wertvollen Wissen. Tausche nicht mehr Zeit gegen Geld – sondern verdiene automatisiert, während du gerade deiner Lieblingsbeschäftigung nachgehst. Mehr über mich und meine Arbeit erfährst du auf meiner Webseite unter www.businessheldinnen.com



Julia

Deine Webseite

Wahrscheinlich hast du bereits eine Webseite. Dennoch möchte ich diesen Punkt hier herausstellen, da es bei diesem Thema immer noch Unsicherheiten gibt. Um dein Business von einer Offline-Praxis in die Onlinewelt zu bringen, brauchst du unbedingt eine hochwertige eigene Webseite und zugehörige Social Media Kanäle.

Warum? Deine Webseite ist deine Visitenkarte und das Sammelbecken für all deine Aktivitäten. Über die Google-Suche finden Interessenten zu dir und landen auf deiner Webseite. Das ist das erste, was sie von dir sehen. Überzeugt es sie, schauen sie sich um. Wirkt es innerhalb der ersten Sekunden schon uninteressant bzw. finden sie nicht, wonach sie suchen, gehen sie wieder – hier hast du tatsächlich nur wenige Sekunden Zeit, deine Interessenten zu potentiellen Kunden zu machen. Zum Anderen laufen all deine Onlinemarketing-Aktivitäten am Ende zu einem Angebot auf deiner Webseite.

- Du möchtest dir einen Newsletter-Verteiler aufbauen? Interessenten tragen sich auf deiner Webseite ein.
- Du nutzt Pinterest als Marketing-Kanal? Deine Pins sollten natürlich auf deine Webseite linkern, damit potentielle Kunden auf dein Angebot aufmerksam werden.
- Du bietest E-Books, Kurse oder Onlineprogramme an? Auf deiner Webseite befinden sich die Verkaufsseiten für all deine Angebote und Produkte.
- Du möchtest deine Reichweite ausbauen und potentielle Kunden anziehen? Schreibe hilfreiche Blogartikel, starte einen Podcast oder einen Videokanal – und binde all das in deine Webseite ein, damit die Leute zu dir kommen (nicht auf eine externe Seite, auf der sich noch viele andere Mitbewerber tummeln und deine Interessenten schnell wegklicken können).
- Eine eigene Webseite bietet dir viel mehr Gestaltungsspielraum und Einstellungsmöglichkeiten, um dich so zu präsentieren wie du das möchtest.

- Mit deinem Namen, deinem Logo, der Farbwahl, deinem Profilbild und deiner URL baust du eine persönliche Marke auf, die sich in den Köpfen deiner Interessenten verankert.

Deine Webseite gehört nur dir – hier bist du der Chef! Wenn du keine eigene Seite hast und nur auf Social Media Profile setzt, steht dein Business von Anfang an auf wackligen Beinen. Was ist, wenn es diese Plattform irgendwann nicht mehr gibt oder dein Account dort gehackt / gesperrt wird? Was ist, wenn beim Anbieter ein Serverfehler passiert und plötzlich all deine Inhalte weg sind? Oder das Layout dort umgestellt wird und dir nicht mehr zusagt? Ich würde daher jedem empfehlen, eine eigene Webseite zu erstellen – als Dreh- und Angelpunkt für dein erfolgreiches Business.

Wichtig ist, dass dein gesamter Auftritt einen roten Faden hat und in sich stimmig ist. Webseiten-Layout, Logo, Name, Schreibstil, Bildqualität, dein Profilfoto – das alles muss zusammenpassen und ein einheitliches Bild von dir vermitteln. Deine visuelle Identität spiegelt deine Arbeitsweise wider und sollte daher aufgeräumt, gut strukturiert und professionell gestaltet sein. Achte beim Webdesign darauf, dass sich dein eigener Stil darin widerspiegelt und du nicht einfach jemanden kopierst, der dir gefällt.

Brauchst du Unterstützung beim Erstellen deiner Webseite? Hier gehts zu meiner [Webdesign-Agentur](#).

2. Social Media Kanäle

Zusätzlich zu deiner Webseite solltest du mindestens 1-2 Social Media Kanäle bedienen. Lass dich von der Masse an Plattformen nicht abschrecken. Schau dir alle Social Media Seiten an und überlege dann, welche davon zu dir passen könnte. Nicht jeder muss auf allen Plattformen zu finden sein! Außerdem steckst du sehr viel Zeit und Energie in den Aufbau deiner Kanäle – und das ist bei 1-2 Kanälen deutlich einfacher zu bewerkstelligen als mit 5–6.

Hinzu kommt noch, dass nicht jedem alles liegt. Manche machen gern Videos und starten einen Youtube-Kanal. Andere lieben es, zu fotografieren und sind dann eher bei Instagram zu finden. Finde DEINEN Kanal, der zu dir und deinem Stil passt und bei dem du dich einfach wohl fühlst. Wenn du unsicher bist, kannst du auch über einen kurzen Zeitraum mehrere Plattformen parallel verwenden und dich dann für deine Favoriten entscheiden. Die gängigsten Social Media Plattformen sind:

- Facebook (Fanseite als Business-Seite oder Gruppe für den Austausch)
- Instagram
- Pinterest
- SnapChat
- Youtube
- Twitter

Als Coach, Beraterin oder Trainerin würde ich dir das Anlegen einer Facebook-Gruppe empfehlen, da du hier in direkten Austausch mit den Gruppenmitgliedern gehen kannst. So kannst du dir nach und nach deine eigene Community aufbauen! Reine Facebook-Fanseiten sind eher statische Seiten, auf denen du deine Unternehmensinfos teilst.

Deine Profile bei Twitter, Facebook, Pinterest, Instagram & Co. sollten alle einen einheitlichen Look haben. Verwende überall die gleichen Farben und Schriften, setze dein Logo und natürlich auch dein Portraitfoto ein. Versuche, auf allen Kanälen den gleichen Namen zu registrieren, damit du als einheitliche Marke wahrgenommen wirst.

3. Online Vertrauen aufbauen

Wenn du online Produkte und Dienstleistungen verkaufen möchtest, musst du zu allererst das Vertrauen potentieller Kunden gewinnen. Denn online entfällt natürlich der direkte persönliche Kontakt (auch wenn per Telefon- oder Videokonferenz vieles möglich ist). Im Internet gibt es sehr viele Mitbewerber, die ähnliche Angebote haben. Du musst also deine Interessenten davon überzeugen, dass genau DU die Richtige für ihr Anliegen bist.

Momentan gewinnt das „Sich zeigen“ immer mehr an Bedeutung – vor allem in Bezug auf Video-Inhalte. Social Media Plattformen werten Videos höher als reine Text- und Bildinhalte – d.h. diese Inhalte werden häufiger und weiter oben in der Timeline gezeigt. Deshalb würde ich wirklich jedem empfehlen, zumindest ab und zu Videos zu posten. Wenn es dir liegt und Spaß macht, natürlich gern auch mehr. Wenn du keine Videos postest, dann setze zumindest auf Fotos.

Wenn du online Erfolg haben willst, musst du dich zeigen. Nur so kannst du Vertrauen und eine persönliche Bindung zu deinen Interessenten aufbauen. Zeige dich authentisch und natürlich, werde eine „Business-Freundin“ für potentielle Kundinnen. Ebenfalls wichtig: Sei dabei einfach du selbst, denn das kommt immer am Besten an. Kleine Fehler und Makel machen dich sogar noch sympathischer. Wenn du noch unsicher bist, schau dir mal einige erfolgreiche Frauen in deiner Branche und ihre Webseite & Social Media Kanäle an. Bei wem würdest DU eher buchen und warum?

Bleibe bei all deinen Aktivitäten authentisch und entwickle deinen eigenen Stil. Schau nicht nur bei anderen und kopiere ihre Strategie, sondern kreierte deine individuelle Online-Strategie. Verwende nur Plattformen, auf denen du dich wohlfühlst.

So wie du auf deiner Webseite bzw. in den sozialen Medien rüberkommst, solltest du dich natürlich auch außerhalb des Internets verhalten. Deine Kommunikation am Telefon oder dein Verhalten auf Events, bei Workshops bzw. im Kundengespräch sollten zu 100% mit deinem visuellen Branding konform sein. Bleibe auch hierbei immer du selbst. Wenn du eher zurückhaltend bist, musst du dich nicht verbiegen.

Besondere persönliche Merkmale wie z.B. Introvertiertsein, Hochsensibilität o.ä. kannst du prima auch als Kernpunkt deiner Marke bzw. deines Angebotes verwenden und dich an Gleichgesinnte als Zielgruppe wenden.

4. Dein Angebot: Offline-Produkte in Online-Produkte umwandeln

Nun geht es um dein Angebot. Wenn du schon einige Zeit als Coach, Trainerin oder Beraterin aktiv bist, hast du sicherlich bereits:

- ein eigenes Coachingkonzept bzw. -programm zu einem bestimmten Thema (oder sogar mehrere)
- Arbeitsblätter / Übungen für deine Klienten
- Audiodateien für deine Klienten
- Seminar- oder Workshop-Unterlagen, die du gehalten hast
- Erfahrung mit 1:1 Coachings und evtl. sogar Gruppencoachings
- Fachwissen und persönliche Erfahrungen

All diese Dinge kannst du in Onlineprodukte umwandeln. Hier ein paar Beispiele:

- klassisches 1:1 Coaching kannst du auch online anbieten (via Zoom oder Skype)
- Onlinekurs oder Online-Gruppenprogramm aus deinen vorhandenen Seminar- bzw. Workshop-Unterlagen erstellen, Videos dazu aufnehmen & Support anbieten

- einen Onlinekongress mit Experten-Interviews zu einem deiner Herzensthemen veranstalten
- E-Books oder eigene gedruckte Bücher im Selbstverlag veröffentlichen

Natürlich kannst du zusätzlich zu deinem Online-Business auch weiterhin offline tätig sein und z.B. Seminare oder Retreats anbieten. Folge einfach deiner Intuition!

Weitere Infos:

[Eigenes Online-Gruppenprogramm erstellen - Unter 100 € und ohne Technikwissen](#)

[Onlinekurs vs. Online-Gruppenprogramm: Was bringt bessere Ergebnisse?](#)

[Wie du einen Onlinekongress veranstaltest](#)

[Digitale Bücher \(E-Books\) erstellen und verkaufen](#)

[Gedruckte Bücher selbst veröffentlichen](#)

5. Online Kunden gewinnen

Mit einem weit verbreiteten Mythos möchte ich gleich zu Beginn aufräumen: Ganz ohne eine vorhandene Leserschaft (Follower, Fans und Newsletter-Abonnenten) wird es sehr schwer werden, deine Online-Angebote zu vermarkten. Nur auf Facebook Anzeigen für die Kundengewinnung zu setzen, ist ein sehr riskantes Spiel und bringt dir auf lange Sicht keinen nachhaltigen Erfolg. Möchtest du wirklich langfristig am Markt erfolgreich sein und dich und dein Business als Marke positionieren? Dann kommst du nicht drumherum, dir zuerst Reichweite aufzubauen.

Wie baust du dir Reichweite auf?

Anstatt gleich mit der Tür ins Haus zu fallen und als frisch gebackener Coach, Beraterin oder Trainerin direkt deine Produkte anzupreisen, schaffst du bei

diesem Ansatz zuerst eine Vertrauensbasis. Schreibe hilfreiche Blogbeiträge und Gastbeiträge auf anderen Blogs. Hole dir regelmäßig Feedback von deinen Kund/-innen: Wo haben sie momentan Probleme und brauchen Unterstützung? Was wünschen sie sich von dir? Erstelle dann passend dazu deine Inhalte, in denen du Lösungsansätze für genau diese Probleme anbietest.

Zeige ehrliches Interesse an deinen Kund/-innen und ihren Herausforderungen. Hilf ihnen mit deiner Beratung und deinen Inhalten weiter und schaffe so eine Vertrauensbasis. Besonders gut geht das in einer Facebook-Gruppe, wo du dich direkt mit den Mitgliedern austauschen kannst.

Wenn du gerade erst mit deinem Coaching- oder Beraterbusiness gestartet bist, solltest du erstmal 6 – 12 Monate in den Aufbau deiner Reichweite investieren. Erst dann hast du genug Follower und Fans gesammelt, damit sich deine Onlinekurse oder Online-Gruppenprogramme gut verkaufen. Natürlich kannst du auch während der Aufbauphase schon deine Dienstleistung anbieten – zum Beispiel in Form von 1:1 Coachings, Seminaren oder Workshops.

Schritte zur reichweitenstarken Vermarktung deiner Onlineprodukte

- Definiere deine Wunsch-Zielgruppe. Mit wem möchtest du gern zusammenarbeiten? Welche Bedürfnisse haben diese Menschen? Baue dir eine Community auf und erstelle regelmäßig Umfragen, um die momentanen Probleme herauszubekommen.
- Erstelle wertvolle Inhalte mit konkreten Lösungsansätzen für diese Probleme. Verbreite diese auf deinen Social Media Kanälen.
- Erstelle ein Freebie (z.B. ein PDF-Arbeitsbuch zu einem bestimmten Thema) und biete dieses gegen Eintragung in deine Newsletterliste an.
- Schalte Facebook-Anzeigen, z.B. für dein Freebie, deine besten Blogbeiträge oder ein Webinar, um deine Reichweite zu vergrößern und weitere Interessenten und Follower zu gewinnen.

- Wenn deine Liste gut gefüllt ist, kannst du deine Onlineprodukte anbieten. Bewirb deine Angebote im Newsletter, über deine Social Media Kanäle und direkt in den Blogbeiträgen zu diesem Thema.

6. Dranbleiben

Bleib dann und lass dich nicht entmutigen! Es kann 6 – 12 Monate dauern, bis du dir eine gute Online-Reputation und Reichweite aufgebaut hast. Aber wenn du deine persönliche Marke erst mal etabliert hast, kommen Kunden fast wie von selbst. Sie werden von deinen tollen Inhalten angezogen.

Dennoch solltest du dich auf deinen ersten Erfolgen nicht ausruhen – denn die Onlinewelt ist immer im Wandel. Wenn du dein Onlinebusiness mit regelmäßigen Posts in deinem Blog bzw. in den sozialen Medien aufgebaut hast, musst du diese natürlich beibehalten. Das ist deine Marke, darin haben deine Interessenten Vertrauen aufgebaut. Veröffentliche also weiterhin regelmäßig Beiträge und pflege deine Kanäle. Beantworte Kommentare und Anfragen zeitnah und halte so deine Vertrauensbasis aufrecht. Wenn dein Business wächst, kannst du einige dieser Prozesse auch auslagern - z.B. an eine virtuelle Assistentin.

Wünschst du dir Unterstützung?

Vielleicht ist mein Onlinekurs „Entwickle deine eigenes Online-Gruppenprogramm“ genau das Richtige für dich? In 8 Wochen von der ersten Idee zum erfolgreichen Launch - Schritt für Schritt und ganz einfach erklärt.

Benötigst du persönlichen Support bei der Erstellung deines eigenen Online-Produkts? Ich helfe dir Schritt für Schritt in einem individuellen 1:1 Coaching bei der Konzeption, Umsetzung und Bekanntmachung deines Onlineangebotes. Schreib mir gern eine E-Mail und buch dir gleich dein kostenfreies Kennlerngespräch.



Vielen Dank!