

ACTION GUIDE



7 Tage für
mehr
Sichtbarkeit



Tag 2: Dein Elevator Pitch



15 Minuten

Überlege dir heute in einem Satz, was du tust, für wen und mit welchem Ziel. Ein sogenannter Elevator Pitch ist ein kurzer Satz, der klar macht, **was du anbietest, für wen – und welchen Mehrwert du lieferst.**

Damit bist du auf die nächste „Und was machst du so?“-Frage gut vorbereitet. Überlege:

- ... Wen unterstützt du? (= deine Lieblingskund:innen)
- ... Wobei? (= dein Angebot)
- ... Wozu dient deine Unterstützung? (= Mehrwert für deine Kund:innen)
- ... Und: Was macht dein Angebot auch dann möglich, trotz möglicher Hürden?

Hier zwei Beispiele:

... Als Trailscout unterstütze ich (nebenberuflich) Selbständige (**wen?**), ihren Weg im Marketing-Dschungel zu finden (**wobei?**) – damit sie mit ihrer Expertise sichtbar werden (**wozu**), **vor allem** wenn sie wenig Zeit haben.

... Ich unterstütze Trainerinnen dabei, ihr Wissen/Angebot so in Social Media zu präsentieren – damit sie die passenden Menschen erreichen, auch wenn sie keine Lust haben sich ständig vor der Kamera zu zeigen.

Jetzt bist du dran: Formuliere deinen persönlichen Elevator Pitch.

Dein persönlicher Elevator Pitch

PS: **Du willst dich nicht “nur” für ein Thema entscheiden?** In Social Media Netzwerken wie LinkedIn kannst du auch ein 2. Thema gut sichtbar machen. Entscheide dich trotzdem bei deinem Pitch jetzt für **ein Thema**.

Tag 3: Deine Wohlfühlzone



Finde deinen Lieblings-Marketingkanal

Heute geht es darum, wie du auf deine Art sichtbar wirst. Alle Social Media Kanäle - und auch noch gleichzeitig - zu bespielen ist nicht nur anstrengend, sondern funktioniert auch nicht gut.

Sichtbarkeit funktioniert dann am besten, wenn sich ein Kanal für dich gut anfühlt und es dir leicht fällt ihn zu befüllen. Schreibst du gern? Bist du gern vor der Kamera? Oder sprichst du lieber spontan ins Mikro?

Nutze die heutige Aufgabe, um Klarheit zu gewinnen:

Was passt zu dir? Wo fühlst du dich wohl? Was hast du vielleicht sogar schon?

Was liegt Dir?	passende Kanäle	Content vorhanden als Basis, z.B.
Ich schreibe gern	LinkedIn, LinkedIn Newsletter, Blog, Newsletter, Amazon	Whitepaper, Artikel, Buch ...
Ich mache gern Fotos	LinkedIn, Instagram, Pinterest, Facebook	Bilder von mir, Mockups etc. (KI-Bilder sind bedingt erfolgreich)
Ich spreche gern	Spotify, Google Podcast, Apple Podcast	
Ich filme gerne	Instagram (Reels), YouTube, tiktok	z.B. Kursvideos
Ich spreche gern vor Publikum	(Online-)Kongresse, Verbandsveranstaltungen etc.	z.B. ein Vortrag

PS: Auf den unterschiedlichen Social Media Plattformen gibt es immer Bild-Text-Beiträge oder Video. Auf Instagram sind Bilder wichtiger als auf LinkedIn. Prinzipiell ist das Beitragsbild aber auch ein Element um auf LinkedIn andere zum Klicken & Lesen zu bewegen.

Tag 3: Deine Wohlfühlzone



Fülle die Tabelle aus

Was liegt Dir?	Kanal vorhanden, welcher?	Content vorhanden als Basis? Wenn ja, was?	Welchen Kanal will ich bespielen?
Ich schreibe gern			
Ich mache gern Fotos			
Ich spreche gern			
Ich filme gerne			
Ich spreche gern vor Publikum			

Tag 5: Der unterschätzte Status



Heute schauen wir auf einen Sichtbarkeitskanal, den viele gar nicht auf dem Schirm haben: den Status in deinem Messenger – z. B. bei WhatsApp, Signal oder auch als Story auf Facebook oder Instagram.

Was viele für Urlaubsbilder oder Geburtstagswünsche nutzen, kann auch im Business richtig Wirkung zeigen.

Denn:

- ☞ Du erreichst Menschen, die dich schon kennen.
- ☞ Die neugierig sind, was sich bei dir tut.
- ☞ Du kannst genau steuern, wer es sieht

Deine Aufgabe: Überlege dir, was du in deinem Status oder deiner Story zeigen möchtest.

Zum Beispiel:

- Deinen Elevator Pitch
- Eine Aktion oder ein freier Platz
- Ein Reminder, wofür du stehst

Tag 6: Deine Gruppe



Heute wird's mutig: Poste dein Angebot in einer Gruppe, die zu dir passt.

Warum das so wirksam ist? Gruppen bringen dich direkt vor Menschen, die entweder selbst deine Zielgruppe sind – oder dich weiterempfehlen können.

Wichtig: Es geht nicht um Selbstbeweihräucherung, sondern um echtes Interesse wecken. Zeig dich so, wie du bist – klar, freundlich, mit Herz. Deine Aufgabe:

1. Wähle eine Gruppe (Facebook, LinkedIn, Slack, Forum etc.), wo du aktiv bist oder sein möchtest.
2. Poste dort einen kurzen, persönlichen Beitrag über dein Angebot.

✦ Beispiel für einen Einstieg:

„Hallo zusammen – ich begleite gerade nebenberuflich Selbstständige dabei, ihr Marketing endlich selbst in die Hand zu nehmen (ohne sich zu verbiegen). Mein Ziel: Klarheit, Leichtigkeit & echte Sichtbarkeit. Falls du auch gerade losgehst oder jemanden kennst, der Unterstützung braucht – schreib mir gern!“

Tipp:

Achte auf Gruppenregeln (viele erlauben Angebote z. B. am Montag oder im „Angebote-Thread“).

Deine Gruppen

