

Inhalt

1.	Einleitung	9
2.	"Klappern" müssen Sie lernen	12
2.1	Jeder Freie braucht eine eigene Marketing-Strategie	13
2.2	Ein wenig Theorie: Was ist überhaupt Marketing?	14
2.3	Praktische Erfolgs-Grundlagen: Die 7Ks für Ihr Marketing	18
3.	Mein Ziel: Was will ich erreichen?	21
3.1	Die Ziel-Formel PASBRAGÖR	23
3.2	Etappenziele beschleunigen Ihr Zielerreichungs-Tempo	24
3.3	Definieren Sie jeden einzelnen Schritt	25
4.	Vom Ziel zum "Mission Statement"	27
4.1	Mission Statement: Keimzelle für effizientes Marketing	29
5.	Gut analysiert: Wer ist Ihre Zielgruppe?	33
5.1	Bedarf erkennen: Zielgruppenansprache in der Praxis	34
5.2	Die Bedürfnispyramide von Abraham Maslow	36
6.	Selbstmarketing: Das eigene Profil schärfen	44
6.1	Kennen Sie Ihren Wettbewerb?	47
6.2	Lassen Sie sich finden	48
6.3	So etablieren Sie sich als Experte	49
6.4	Bekannt als Buchautor	50
6.5	Bekannt durch Beiträge in Fachpublikationen	54
6.6	Im Internet können Sie Ihr Wissen unter Beweis stellen	54
6.7	Adress-Verzeichnisse für Journalisten im Internet	55
6.8	Adress-Verzeichnisse für Journalisten (Print)	56

7.	Empfehlungen ersetzen Werbung: Netzwerk aufbauen	59
7.1	Das Karriere-Netzwerk schmieden	62
7.2	Das Erfolgsrezept: Erst geben, dann nehmen	62
7.3	Empfehlungsmanagement: Neue Auftraggeber gewinnen	64
7.4	Adressen für Networker	66
8.	Corporate Identity: Unternehmens-Persönlichkeit	69
8.1	Business Plan für Journalisten	72
8.2	Von der Geschäftsidee zur CI	73
8.3	Geschäftsausstattung mit Corporate Identity	78
9.	Vom No-Name-Produkt zur "Marke Ich"	82
9.1	Wie Menschen zur Marke werden	83
9.2	Ihr USP: Betonen Sie Ihr besonderes Verkaufsargument	86
10.	Was Sie für den erfolgreichen Start brauchen	88
10.1	Die eigenen vier Wände oder Bürogemeinschaft?	89
10.2	Was Sie investieren müssen	93
10.3	Finanzierungshilfen: Überbrückungsgeld und Kleinkredite	94
10.4	Beratung und Coaching: Selbstständigkeit können Sie lernen	95
10.5	Adressen: Hier können Sie noch eine Menge lernen	96
10.6	Ihre Erstausrüstung	98
10.7	Ihr Software-Startup	98
11.	Die eigene Internetpräsenz	103
11.1	Strategieplan für den Aufbau Ihrer Internetpräsenz	105
11.2	Die Wahl der passenden Domainadresse	107
11.3	So finden Sie die richtige Webagentur	114
11.4	Webseiten selbst erstellen	116
11.5	Gestaltungs-ABC für ansprechende Webseiten	117
11.6	Internet-Adressen	122
12.	Die Webseite aktiv vermarkten	123
12.1	Suchmaschinenoptimierung – So geht's	123
12.2	Webweite Bekanntheit per Newsletter	129
12.3	Ihre Kampagne im Internet: Anzeigen schalten	133
12.4	Geld verdienen mit der eigenen Webpage?	135

13.	Das Internet als Werbeplattform nutzen	138
13.1	E-Mail-Marketing-Basics	140
13.2	HTML oder ASCII	140
13.3	E-Mail-Anhänge	142
13.4	Mit E-Mails zielgruppengerechtes Marketing betreiben	144
13.5	Kommunizieren Sie mit Köpfchen	147
13.6	Kostenlose Werbung: Die E-Mail-Signatur	149
13.7	Als Experte in Newsgroups und Chats	155
14.	Auftragssuche	159
14.1	Wo kann ich meine Artikel veröffentlichen?	160
14.2	Aufbau einer Auftraggeber-Kartei	162
14.3	Themen vorschlagen, die einschlagen	163
14.4	Wie Sie sich selbst positiv stimmen	166
15.	Gekonnt kommunizieren und Auftraggeber gewinnen	169
15.1	Kommunikationspsychologie: Die Quadratur der Nachricht	170
15.2	Mit positiver Grundeinstellung sind Sie erfolgreicher	173
15.3	Gut zuhören, richtige Fragen stellen	175
15.4	Outfit - Marketing	176
15.5	Telefontraining: Im Dialog überzeugen	177
15.6	Gefunden werden – Akquise andersherum	181
15.7	Adressen – Hier können Sie ein Stellengesuch aufgeben	182
15.8	Erfolgsversprechende Gesuchstexte	183
16.	Geschickte Mehrfachverwertung	187
16.1	Themen für unterschiedliche Zielgruppen aufbereiten	189
16.2	Themen erfolgreich anbieten	190
16.3	Mehrwert bieten	191
16.4	Commitment: Der Weg zu treuen Auftraggebern	192
16.5	Kundenbindung: Pflegen Sie Ihre Auftraggeber	194
17.	Preismarketing: Ihre Honorar-Politik	196
17.1	Strategien gegen Preisdumping	197
17.2	Mit Honorarkürzungen umgehen	198

18.	Besondere unternehmerische Situationen	201
18.1	Vorsicht, Scheinselbstständigkeit!	201
18.2	Tipps für Radio- und Fernsehmoderatoren	203
18.3	Marketing für Einsteiger	207
	Schlusswort	209
	Literatur	211
	Index	213