

Geschäftsidee: E-Coaching für Selbständige

	Problem:	<i>Vielen Selbständigen fehlt die Unterstützung durch Dritte - „schmoren im eigenen Saft.“</i>
	Lösung:	<i>E-Coach kümmert sich um die Probleme – zuhören, diskutieren. Er bietet Erfahrungen, Wissen, Meinung an und übernimmt auch Arbeit, damit der Kunde sich auf seine Kernkompetenz konzentrieren kann.</i>
	Kunden:	<ul style="list-style-type: none">• <u>Zielgruppe:</u> Konzentration auf spezielle Zielgruppe => „freie Fotografen und Fotodesigner“.• <u>Marktanalyse:</u> In D. ca. 5000 Coaches für Einzelunternehmer; Marktumsatz steigt um ca. 10% p.a.; mindestens 12.000 Fotografen/Fotodesigner in D.• <u>Nutzen:</u> Unabhängige Meinung; Vertrauensverhältnis; schnelle Problemanalyse und Erarbeitung von Lösungen; anonyme Beratung; Möglichkeit zu delegieren; Innovationen generieren; kein „Gefühl des Alleinseins“ .
	Umwelt:	<ul style="list-style-type: none">• <u>Konkurrenzsituation:</u> überschaubare Konkurrenz (Technik- und BWL-Beratung)• <u>Markteintrittsbarriere:</u> Keine• <u>Rechtliche Vorschriften:</u> keine speziellen; relevante Richtlinien abhängig von Angebot: Psychotherapeutengesetz, freie Berufe, Steuer-/ Rechtsberatung; u.U. Gewerbeanmeldung
	Angebot:	<ul style="list-style-type: none">• <u>Angebotsportfolio:</u> ein Ansprechpartner für alle Themen („ich weiß nicht alles, aber ich kümmere mich um alles“); immer erreichbar; langfristige Beziehung;• <u>Angebotskanäle:</u> Internet; Telefon; Schreiben; Reaktion in öffentlichen Kanälen; PR; aussagekräftige Domain; Werbepostkarten; Auftrags- u. Stellengesuche analysieren• <u>Typische Arbeitsweise:</u> Coaching als Aktion/Reaktion; Generierungsphase => Phase der existierenden Kundenbeziehung; „e“=Verwendung von Online-Medien.• <u>Voraussetzungen:</u> Kenntnisse => Fototechnik, Motivsuche, Bildsprache; Fähigkeiten=>kommunikativ, kreativ, emotionale Intelligenz, zuhören können
	Realisierung	<ul style="list-style-type: none">• <u>Werbung/Marketing:</u> Direkte(Mail, Telefon,...) und indirekte Ansprache (PR, Artikel in Zeitschriften, sozialen Netzwerken,...)• <u>Preisgestaltung:</u> fix, variabel; Rahmenvertrag; Gutscheine, Anreiz zur Mehrnutzung, Paketpreise• <u>Techniken:</u> Kommunikation (Skype...); Time-Tracking; Methoden d. Infogewinnung• <u>Drittanbieter:</u> Blogs, Hosts, Lernplattformen, Videoportale, Soziale Netzwerke• <u>Konzepttest:</u> Direkte Kundenansprache (Foren...) – um Hilfe bitten - potent. Kunden belohnen.
	Bewertung	<ul style="list-style-type: none">• <u>Investition:</u> Sehr gering, wenn nebenberuflicher Start• <u>Umsatz:</u> guter möglich• <u>Risiko:</u> nebenberuflicher Ansatz beinhaltet geringes Risiko
	Ideen	<i>- „Ich mische mich nicht da ein, wo Sie stark sind, sondern unterstütze dort, wo Sie Hilfe benötigen und ich stark bin“; Domain:“ fotocoach24.com“</i>
	Aus- u. Weiter-Bildung	<ul style="list-style-type: none">- Coaching Wissen- IT-Wissen- Kaufmännisches Wissen- Branchenwissen-Fotografie
	Quellen/ Infos	<i>- Coaching Verbände, Coaching Ausbildung, Fernstudien, Bücher, Zeitschriften, Foren...</i>
	Fazit	<i>Umsetzung des E-Coaching-Konzepts ist risikoarm, solange der Infopreneur nebenberuflich agiert. Es bedarf hoher Geduld. Vorteil: geringer Zeit- und Kostenaufwand. Es bestehen große Chancen-Potentiale</i>

05/2019