



StrongerBrands

# SICHTBAR BLEIBEN LEICHT(ER) GEMACHT

---

EINE PRAKTISCHE CHECKLISTE FÜR  
KLEINE BERATUNGSSUNTERNEHMEN

**MIT PRAXISBEISPIelen**



StrongerBrands

# Einleitung

Diese Checkliste **unterstützt kleine Beratungsunternehmen dabei, regelmäßig sichtbar zu bleiben**, ohne dass Marketing zur zusätzlichen Belastung wird.

Sie liefert **praxisnahe Schritte, wie Sie Erkenntnisse, Erfahrungen und Stärken aus Ihrem Arbeitsalltag in kurze Beiträge und Einblicke verwandeln**, die Kund:innen wahrnehmen und schätzen.



# StrongerBrands

**Ziel ist es, Ihnen dabei zu helfen:**

- Eine **kontinuierliche Präsenz** aufzubauen
- Eigene **Stärken und Expertise** sichtbar zu machen
- Ideen aus dem **Alltag** zu sammeln und wiederzuverwenden
- Kleine, **realistische Routinen** für Marketing zu entwickeln



StrongerBrands

# Schritt 1: Einfache Routinen einführen

**Warum:** Kleine Beratungsunternehmen haben oft wenig Zeit für Marketing. Kleine, regelmäßige Schritte helfen, Gedanken aus dem Alltag systematisch festzuhalten.

**Umsetzung (15 Minuten pro Woche):**

- **Kurze Beobachtungen aus Projekten oder Gesprächen notieren:** Beispiel: „Kunde X fragte, wie wir Prozess Y effizient gestalten – könnte für andere hilfreich sein.“



# StrongerBrands

- **Mini-Learnings oder Aha-Momente aus Projekten festhalten**, bevor sie vergessen werden: „Viele Kunden merken erst nach einigen Wochen, dass ein klarer Prozess X Zeit spart.“
- **Themen- und Ideenpool aufbauen:** Mit der Zeit entsteht ein Fundus an Ideen, der die spätere Veröffentlichung von Beiträgen deutlich erleichtert



# StrongerBrands

## Fragen zur Orientierung:

- Welche Erkenntnisse aus unserer Arbeit lohnen sich, festgehalten zu werden?
- Welche Beobachtungen könnten später für Beiträge interessant sein?



StrongerBrands

# Schritt 2: Einfach starten

## – Erste kurze Beiträge verfassen

**Warum:** Der Einstieg ins Content-Marketing wirkt oft schwieriger als er ist. Kleine Beiträge genügen in der Regel, um Präsenz zu zeigen und neue Impulse zu erhalten.



## Umsetzung (15–20 Minuten pro Woche):

- **Drei typische Kundenfragen auswählen:**  
Beispiel: „Wie lassen sich Projekte effizient strukturieren?“ oder „Welche Tools sparen im Alltag Zeit?“
- **Wöchentlich eine Frage beantworten:** 3–5 Sätze reichen oftmals: ein Tipp, ein Mini-Beispiel oder eine Erkenntnis aus der Praxis
- **Aus kleinen Beiträgen entstehen neue Ideen:**  
Reaktionen, Kommentare und Rückmeldungen liefern neue Ideen für weitere Beiträge



# StrongerBrands

## Fragen zur Orientierung:

- Welche Kundenfrage könnten wir diese Woche beantworten?
- Welcher Tipp oder welche Erkenntnis aus unserer Praxis könnte anderen helfen?



StrongerBrands

# Schritt 3: Rhythmus sichern

**Warum:** Motivation allein reicht oft nicht. Ein fester, realistischer Rhythmus stellt sicher, dass die gesammelten Ideen regelmäßig sichtbar werden.



# StrongerBrands

## Umsetzung:

- **Einen festen Wochentag für Posts wählen**, z.B. Montagmorgen 15 Minuten einplanen, um einen Beitrag aus dem Themenfundus zu veröffentlichen
- **Termin im Kalender festhalten**, um Routine und Regelmäßigkeit zu sichern

## Frage zur Orientierung:

- Wann in der Woche haben wir etwas Luft, um einen Beitrag einzuplanen?



StrongerBrands

# Schritt 4: Inhalte wiederverwenden

**Warum:** Viele wertvolle Einblicke liegen bereits vor – in Präsentationen, Gesprächen oder Artikeln – werden im Alltag aber oft übersehen. Mit etwas Struktur lassen sich diese Inhalte leicht in neue Beiträge verwandeln und wiederverwenden.

# StrongerBrands



## Umsetzung:

- **Präsentationen aufteilen** und einzelne Kerngedanken als Mini-Beiträge nutzen
- **Impulse aus früheren Kundengesprächen aufgreifen** und mit aktuellen Themen verknüpfen und kurze Erfahrungsberichte oder praxisnahe Tipps teilen
- **Bereits erstellte Artikel oder längere Texte aufsplitten** und Abschnitte als eigene Beiträge verwenden



# StrongerBrands

## Fragen zur Orientierung:

- Welche bereits vorhandenen Inhalte könnten wir in neuer Form nutzen?
- Welche früheren Erkenntnisse lohnt es sich, mit heutigen Trends zu verknüpfen?



StrongerBrands

# Schritt 5: Erfolge wirkungsvoll teilen

**Warum:** Kleine Beratungsunternehmen können ihre Expertise und ihren Mehrwert zeigen, ohne sich aufzudrängen.

# StrongerBrands



## Umsetzung:

- **Perspektivwechsel:** Statt: „Wir haben ein Projekt für Kunde X sehr erfolgreich abgeschlossen...“ Besser: „Viele Unternehmen stehen vor Herausforderung X. In einem aktuellen Projekt hat sich Y als hilfreich erwiesen.“
- **Fokus auf den Nutzen für andere legen**



**StrongerBrands**

## Praktische Formel:

- Typische Herausforderung nennen
- Lösung aus der Praxis beschreiben
- Nutzen für andere hervorheben



StrongerBrands

# Schritt 6: Stärken sichtbar machen

**Warum:** Kleine Beratungsunternehmen unterschätzen oft ihre eigenen Stärken und Vorteile – z. B. die Nähe zu Kund:innen, Flexibilität und Spezialisierung. Oftmals sind es gerade diese Eigenschaften, die Kund:innen besonders schätzen, weil sie persönliche Betreuung und individuelle, unkomplizierte Lösungen ermöglichen – Stärken, die größere Beratungsunternehmen häufig nicht in diesem Maß bieten.

# StrongerBrands



## Umsetzung:

- **Persönliche Betreuung & Nähe:** Kleine Insights oder typische Fragestellungen teilen
- **Praxisnahe Lösungen & Spezialisierung:** Methoden, Ansätze oder Branchenkenntnisse präsentieren - das, wofür Sie besonders geschätzt werden
- **Flexibilität & schnelle Reaktionsfähigkeit:** Beispiele für pragmatische Lösungen darstellen

# StrongerBrands



- **Vertrauensvolle Zusammenarbeit:** Anhand konkreter Beispiele zeigen, wie Sie partnerschaftlich und auf Augenhöhe mit Kund:innen arbeiten

## Praxis-Formel:

- Eigene Kernstärken benennen (Nähe, Spezialisierung, Flexibilität, Vertrauen)
- Anhand von Projekten oder Beispielen zeigen
- Regelmäßig kleine Beiträge einplanen

# StrongerBrands



## Fazit:

- 15-30 Minuten pro Woche für Beiträge einplanen
- Klein anfangen – ein Gedanke, ein Mini-Tipp oder ein Beispiel
- Ideen in einem einfachen Dokument festhalten
- Präsenz durch Regelmäßigkeit Schritt für Schritt ausbauen, ohne dass Marketing zur Last wird