

18 AUFGABEN-IDEEN,

mit der ein virtueller Mitarbeiter dich
dauerhaft entlastet und Neukunden
für dich gewinnt

VA



Unternehmer



EINFÜHRUNG: BITTE LESEN



Unterhalb findest du 18 Aufgabenideen für virtuelle Mitarbeiter, sowie Schritt-für-Schritt-Anleitungen der Umsetzungsweise.

Manche der Tätigkeiten entlasten dich zeitlich, wo hingehend, andere dich direkt bei der Neukundengewinnung unterstützen.

Außerdem möchte ich eine neue Sichtweise teilen, warum Dutzende unserer Kunden, sowie wir, mit deutschsprachigen Mitarbeitern aus Osteuropa zusammenarbeiten. 😊🤝

KURZÜBERBLICK DER 18 AUFGABENIDEEN

1. Social Media Posts verwalten
2. Videoschnitt
3. Buchhaltung & Rechnungen
4. LinkedIn & Facebook Follower
5. Instagram Follower
6. YouTube-Kanal Abonnenten
7. Community-Management
8. Technik abgeben
9. Online-Kongress
10. Pressearbeit
11. Hochwertige Grafiken
12. Thumbnails
13. Kontrolle Arbeitsabläufe
14. Reels erstellen
15. Storys veröffentlichen
16. Direktnachrichten
17. Charmante Kaltakquise
18. Workbook Designs

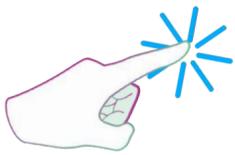
Let's

GO!

1

💡 NEUE SICHTWEISE: 💡

GIB AUFGABEN AN DEUTSCHSPRACHIGE MITARBEITER AUS OSTEUROPA FÜR 5-10€/H AB.



Verdienst du selbst mehr als 5-10€ pro Stunde? KLAR! Dann ist es nur smart so viel wie du nur kannst günstig abzugeben. Kaufe dir Zeit günstig ein und setze sie gewinnbringender ein, als dich mit zeitraubenden Aufgaben herumzuschlagen.

Alle Aufgabenideen in diesem Ratgeber sind für Assistenten aus Deutschland, sowie aus Osteuropa umsetzbar. Wir arbeiten ausschließlich mit Osteuropäern zusammen. Warum? Es ist günstiger und wir tun den Menschen damit etwas Gutes. Win-win. 🙏

Jetzt müssen wir nur noch folgende 4 Fragen klären:

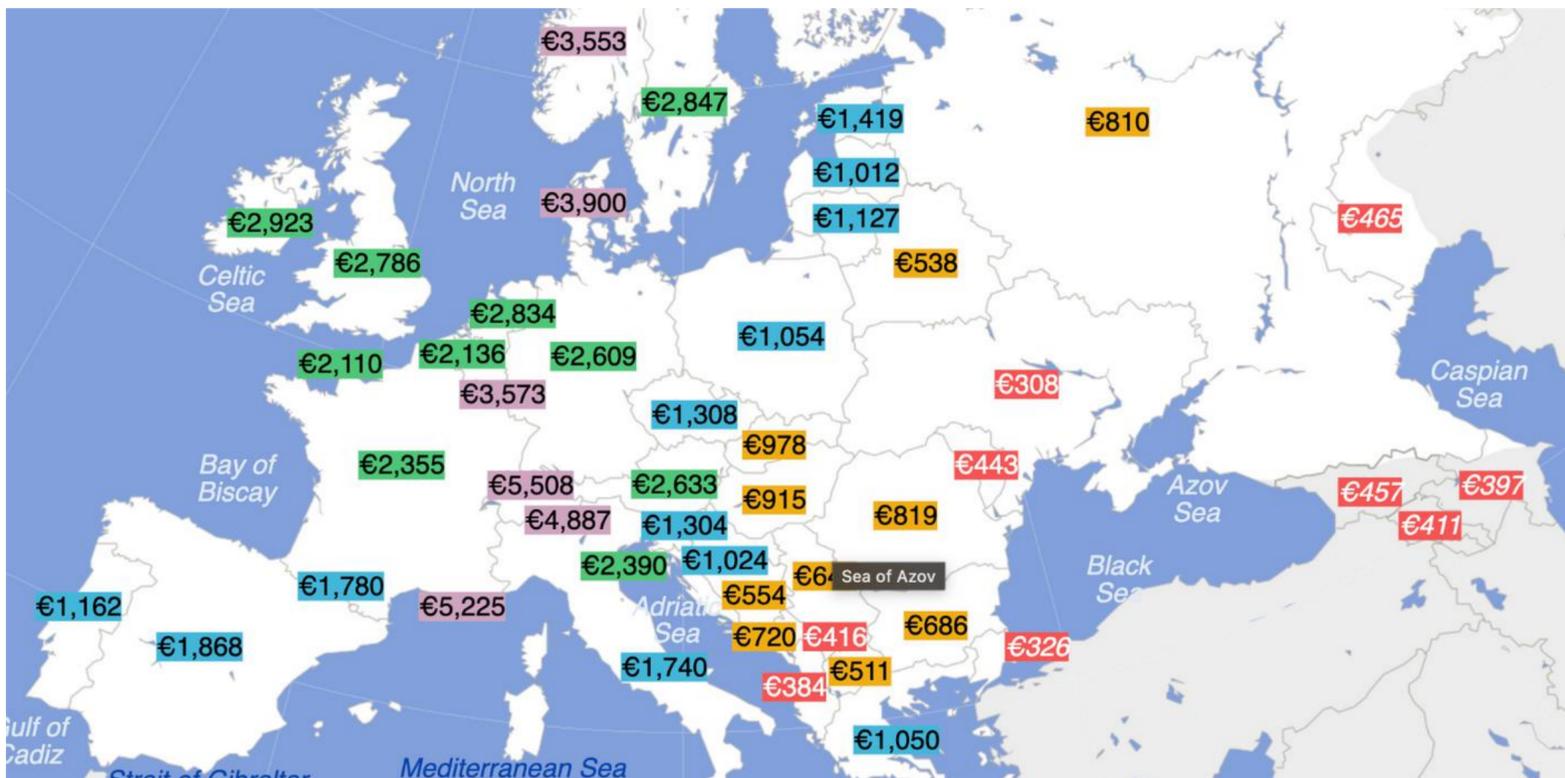
1. Warum sind osteuropäische Mitarbeiter mit 5-10€ happy?
2. Welche 18 Aufgabenideen könnten Mitarbeiter umsetzen?
3. Wie läuft eine Zusammenarbeit ab?
4. Wo findest du einen solchen Mitarbeiter?



Hier siehst du ein Teil unserer osteuropäischen Mitarbeiter, sowie arbeitssuchende Kandidaten. Wir verfügen mittlerweile über ein Netzwerk aus mehr als 1.000 deutschsprachigen Mitarbeitern aus Osteuropa!

1. WARUM SIND DIE MITARBEITER MIT 5-10€ HAPPY?

Wusstest du, dass es viele Ländern, wie Georgien, Belarus, Armenien, Moldawien, Ukraine, Albanien usw. gibt, bei denen die Gehälter zwischen **300-500€ pro Monat** also umgerechnet **3€ pro Stunde** liegen? Das ist fast unvorstellbar und viel zu wenig (!)



Quelle: [Wikipedia](#)

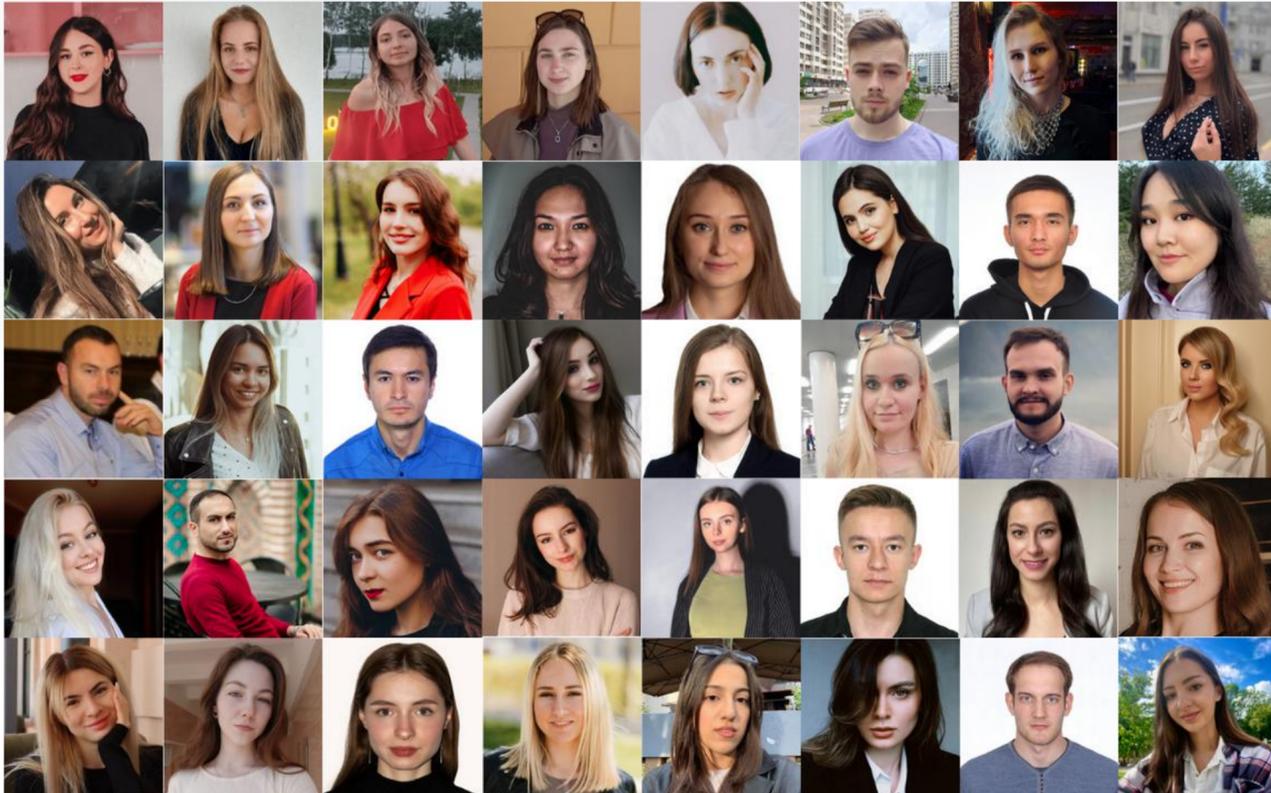
Nicht nur das! In vielen dieser Niedriglohnländer herrscht teilweise hohe Arbeitslosigkeit. D.h. wenig und schlecht bezahlte Arbeitsplätze. In diesen Ländern gibt es so viele talentierte und motivierte Menschen, die Deutsch sprechen. Sie haben Deutsch in der Schule gelernt, oft einen akademischen Abschluss in Sprachwissenschaften oder mehrere Jahre in Deutschland gearbeitet und sind wieder in die Heimat zur Familie zurückgezogen.

VERGLEICH ZU DEUTSCHLAND 🇩🇪

Natürlich sind die Lebenshaltungskosten deutlich günstiger, verglichen zu Deutschland. Diese Länder gehören nicht wie Deutschland zu Weltmeistern der Besteuerung. Außerdem sind meist Kosten, wie Miete, Wasser, Strom, Lebensmittel oder Benzinkosten deutlich günstiger.

1. WARUM SIND DIE MITARBEITER MIT 5-10€ HAPPY?

Wir vermitteln fleißige, deutschsprachige Mitarbeiter aus Osteuropa an Unternehmer und Selbstständige wie dich. Dadurch zahlst du ein Vielfaches weniger für das Auslagern von Aufgaben. Zugleich verdienen die Mitarbeiter das Doppelte, haben einen sicheren Auftraggeber und genießen bequemes Arbeiten aus dem Homeoffice.



Vorteile für die Mitarbeiter

1. Mehr Verdienst als im eigenen Land.
2. Sicherer und langfristiger Auftraggeber.
3. Bequemes Arbeiten aus dem Homeoffice.
4. Oft flexible Zeiteinteilung der Arbeit.
5. Einen freundlichen und loyalen Chef.

Vorteile für die Unternehmer

1. Geringere Kosten durch günstigere Löhne.
2. Dadurch mehr Kapital, um in Wachstum zu investieren.
3. Weniger Bürokratische Verpflichtungen.
4. Keine Notwendigkeit, ein Office zu betreiben.
5. Einen freundlichen und loyalen Mitarbeiter.

Win-win-Situation auf allen Ebenen. 🤝👏

Baue dein Business mithilfe von osteuropäischen Mitarbeitern aus und revolutioniere dabei durch die Beschäftigung dein Unternehmen, sowie das Leben der Mitarbeiter anderer.

1. AUFGABENIDEE

SOCIAL MEDIA MANAGEMENT ABGEBEN UND DADURCH DEINE SICHTBARKEIT STARK AUSBAUEN

DIE STRATEGIE

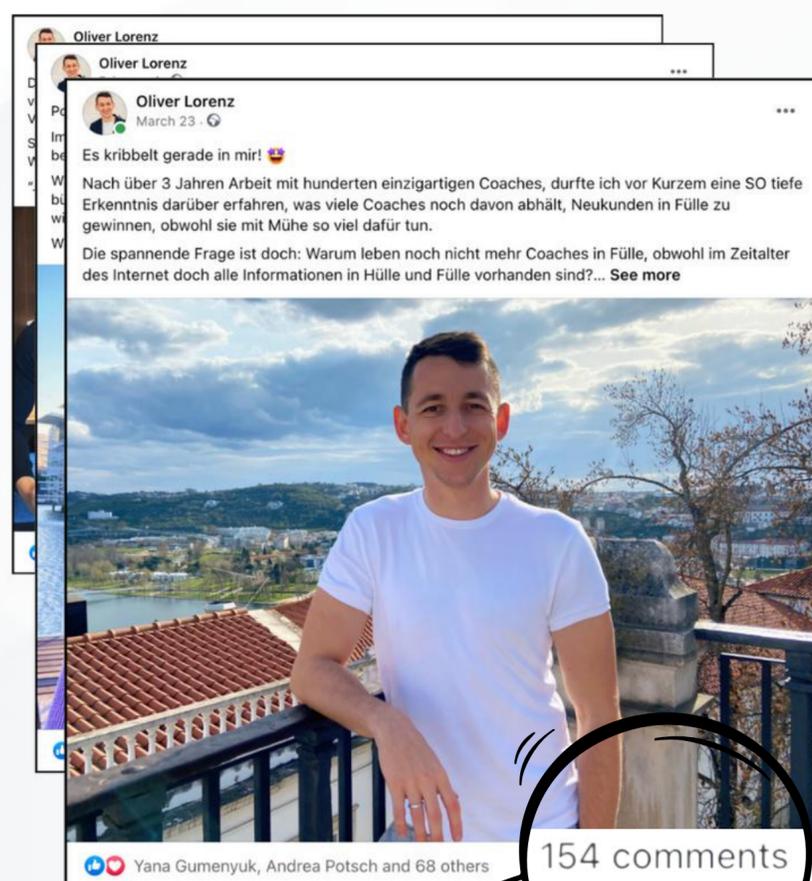
Jeder von uns kennt die Aussagen: "Fokussiere dich auf eine Sache" oder "Tanze nicht gleichzeitig auf mehreren Hochzeiten". Als One-Man-Show ist es meistens sinnvoller, nur auf einer Plattform Content zu veröffentlichen.

Diese Aussage gilt jedoch nicht, wenn du ein Team (Mitarbeiter) hast, die dir Arbeit abnehmen. Dann ist es dir nämlich möglich, auch mehrere Plattformen zeitgleich zu bespielen. Du erstellst den Inhalt und der Mitarbeiter kümmert sich um das ganze drumherum.

Du kannst z. B. einen Beitrag schreiben und der Mitarbeiter sucht sich ein passendes Bild aus eurer angelegten Foto-Bibliothek aus. Der Beitrag samt Foto wird in Folge auf Plattformen wie LinkedIn, Facebook, Instagram usw. veröffentlicht. Auf diese Weise kannst du schneller wachsen und mehr potenzielle Kunden erreichen.

DIE VORGEHENSWEISE

1. Wähle Plattformen mit deiner Zielgruppe aus.
2. Erstelle Content.
3. Der Mitarbeiter veröffentlicht Content auf den ausgewählten Plattformen.



2. AUFGABENIDEE

7 IDEEN, DIE DURCH DAS AUSLAGERN DEINES VIDEOSCHNITTS ZU MEHR SICHTBARKEIT UND WACHSTUM FÜHREN

DIE STRATEGIE

Videos sind essenziell, da dieses Medium verglichen zu Texten mehr Vertrauen und Nahbarkeit schafft. Videoschnitt beansprucht recht viel Zeit. Zeit, die du sinnvoller in deinen Unternehmensausbau investieren solltest.

Videos kannst du für den Ausbau deiner Sichtbarkeit, sowie für das Erstellen neuer Produkte nutzen.

BEISPIELE, WAS DU AUSLAGERN KANNST

1. Videoformate für YouTube, Instagram, Facebook, LinkedIn.
2. Videos für Onlineprodukte, wie z.B. digitale Kurse.
3. Aus Interviews kannst du Kernaussagen rausschneiden lassen.
4. Videos mit Kundenreferenzen.
5. Erstellung von Reels für mehr Sichtbarkeit.
6. Aufhübschen und Hinzufügen von Untertiteln für Stories.
7. Erstellung eines komplexen Webinars oder Videoserie.



z übernimmt Schnitt
des Kunden.

3. AUFGABENIDEE

WIE DU DEINE RECHNUNGSSTELLUNG UND BUCHHALTUNG KOMPLETT AUSLAGERST

DIE STRATEGIE

Ja, es ist wichtig, das Zahlenwerk des eigenen Unternehmens zu kennen - dafür ist es jedoch nicht notwendig, dass du dich mit Belegen herumschlägst.

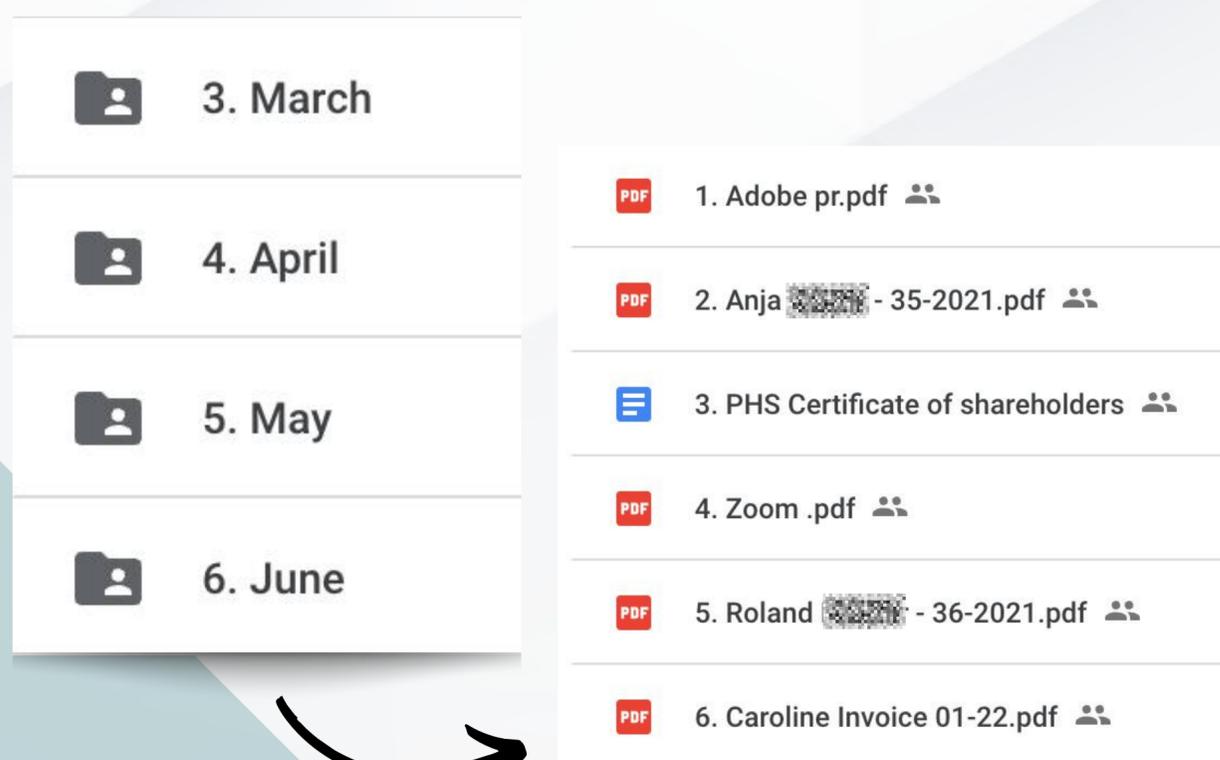
Eine einfache Lösung für auszulagern der Buchhaltung ist es, in einer Cloud zu arbeiten. Wir benutzen hierfür Google Drive. Dort haben wir einen Ordner namens "Steuern" angelegt. In diesem Ordner befinden sich Unterordner, die jeweils einen Monat repräsentieren (Januar, Februar usw.).

1x im Monat bekommt der Mitarbeiter ein PDF-Bankauszug aller Geldein- und Ausgänge (kein Bankzugang notwendig - nur das PDF). Jetzt sucht der Mitarbeiter in deinen Postfächern, sowie auf den Seiten verschiedener Tools alle Rechnungen des Gesamtmonats zusammen.

Schließlich werden alle Rechnungen im jeweiligen Monatsordner chronologisch nach Zahlungsdatum, wie in deinem PDF-Bankauszug, sortiert. Voilà, der Steuerberater bekommt Zugriff auf den Ordner und alles wurde, ohne dein Dasein erledigt.

DIE VORGEHENSWEISE

1. Online-Cloud-Ordner einrichten.
2. Mitarbeiter PDF-Bankauszug zur Verfügung stellen.
3. Mitarbeiter sucht alle Rechnungen zusammen.
4. Rechnungen chronologisch sortiert dem Steuerberater zur Verfügung stellen.



4. AUFGABENIDEE

3 TIPPS, WIE DIR JÄHRLICH 2.000+ ZUSÄTZLICHE FOLLOWER DEINER ZIELGRUPPE AUF FACEBOOK, LINKEDIN ODER XING FOLGEN

DIE STRATEGIE

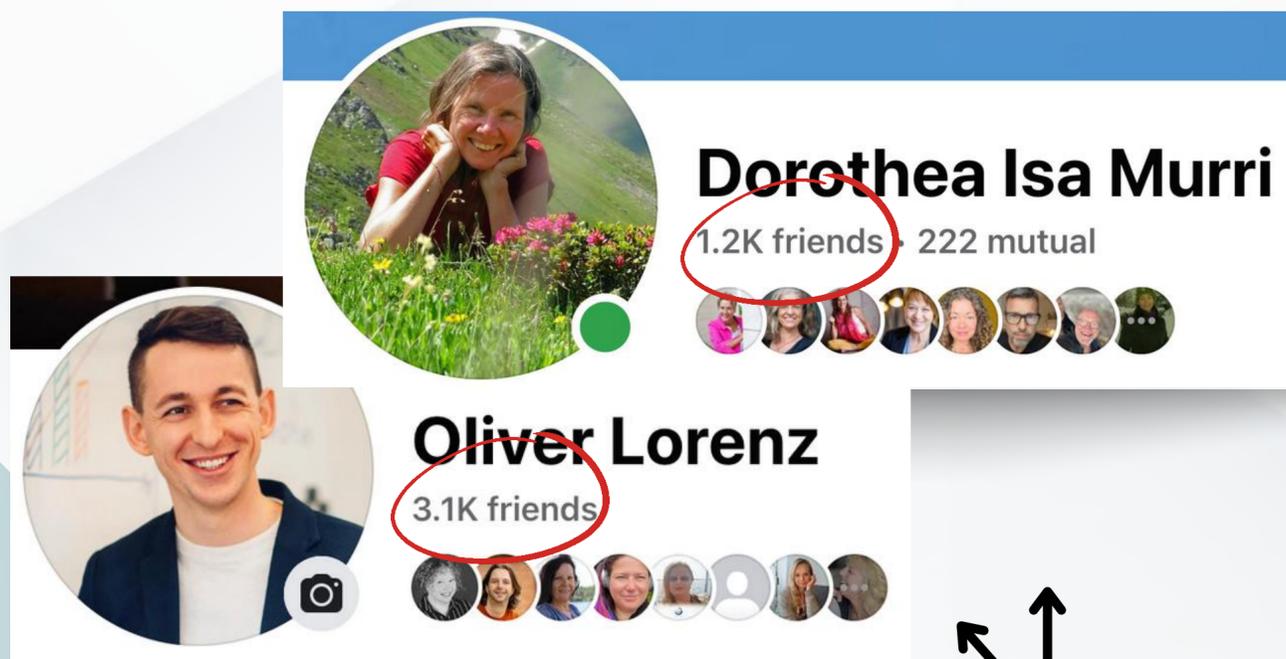
Statt nur durch Postings zu hoffen deine Zielgruppe zufällig zu erreichen, brauchst eine verlässliche Vorgehensweise. Das kontinuierliche Senden von Kontakt- oder Freundschaftsanfragen an deine Zielgruppe stellt sich als effektiver Weg heraus.

Für manch einen mag diese Vorgehensweise zu „direkt“ sein. Das ist total fein. Was du alternativ tun kannst, ist z.B. in Facebook, LinkedIn oder Xing Gruppen hilfreichen Content zu veröffentlichen, sodass du dort ein größeres Publikum erreichst. Den Menschen, die mit deinem Inhalt in Form von Kommentare und Likes auf dich zukommen, schickst du dann eine Kontaktanfrage.

~10 neue tägliche Kontakte mag vielleicht nicht viel klingen. Unterschätze nicht, dass es hochgerechnet auf ein Jahr über 2.000 *zusätzliche* Follower bedeutet! 😬

DIE VORGEHENSWEISE

1. Werde dir deiner Zielgruppe bewusst. Wen willst du genau erreichen?
2. Wo kannst du deine Zielgruppe durch die Suchfunktion einfach finden? (LinkedIn, Facebook-Gruppen, Hashtags, Follower von Mitbewerbern ...)
3. Täglich sendet dein Mitarbeiter 30 Kontaktanfragen an deine Zielgruppe (meist 30% Annahmquote).



1000+ Follower durch diese Methode



5. AUFGABENIDEE

3 TIPPS, WIE DIR JÄHRLICH 1.000+ ZUSÄTZLICHE FOLLOWER DEINER ZIELGRUPPE AUF INSTAGRAM FOLGEN

DIE STRATEGIE

Verglichen zu Facebook, LinkedIn und Xing kannst du auf Instagram keine Vernetzungsanfragen an Interessenten senden. Allerdings kommst du trotzdem indirekt an Follower ran!

Du kannst nämlich genau einsehen, welche Menschen deinen Mitbewerber & Kollegen folgen. Dadurch bist du in der Lage, mit den Profilen deiner Zielgruppe in die Interaktion zu treten.

Du kannst also auf den Content, welche deine Zielgruppe gepostet hat, mit Likes und wertschätzenden Kommentaren interagieren. Somit gelangst du auf den Schirm deiner Zielgruppe und wenn dein Profil attraktiv ist, dann folgt dir ein Teil.

~4 neue tägliche Follower mag vielleicht nicht viel klingen. Unterschätze nicht, dass es hochgerechnet auf ein Jahr über 1.000 *zusätzliche* Follower bedeutet! 😮

DIE VORGEHENSWEISE

1. Suche Instagram Profile, denen deine Zielgruppe folgt.
2. Dein Mitarbeiter wählt täglich ~70 Profile deiner Zielgruppe aus.
3. Interagiere mit Likes & Kommentaren auf deren Content.



+453 Follower in Kürze durch unsere Methode

6. AUFGABENIDEE

WIE IST ES MÖGLICH, VON 0 AUF 1.000 QUALITATIVE YOUTUBE-ABONNENTEN IN 3 MONATEN ZU KOMMEN?

DIE STRATEGIE

Dieser Challenge habe ich mich Anfang 2022 gestellt und einen Hobby-YouTube-Kanal zum Thema „Aktien“ aufgebaut. Spielregeln: ich bin unbekannt in der Szene und erzähle niemanden meiner Business-Reichweite von diesem Projekt.

Ich habe 22 Videos in einem Zeitraum von 3 Monaten erstellt. Das war neben meinem Tagesgeschäft möglich, weil ich nur die Videos gedreht habe. Alles andere hat meine virtuelle Mitarbeiterin für mich erledigt. Wirklich alles (!)

Den Schnitt, Animation der Videos, Farbkorrektur, Tonkorrektur, Hochladen der Videos, Vorschaubilder erstellen und zuletzt auch das Community-Management in den Kommentaren. 90% der Arbeit wurde nicht von mir durchgeführt. Dasselbe Prinzip kannst du dir auch für andere Kanäle zunutze machen.

DIE VORGEHENSWEISE

1. Überlege dir ein Konzept für deinen Content.
2. Erstelle Content und stelle diesen deinem Mitarbeiter zur Verfügung.
3. Der Mitarbeiter erledigt die Verarbeitung und Distribution.

1. Umsatzwachstum fünf Jahre >10%
2. Gewinnwachstum fünf Jahre >10%
3. Gewinnkontinuität fünf Jahre
4. Rendite auf eingesetztes Kapital >10%
5. Verschuldung < 4x Gewinn
6. Ausstehende Aktien ≤ 5 Jahre



7. AUFGABENIDEE

4 TIPPS, WIE DURCH COMMUNITY-MANAGEMENT DEINE ZIELGRUPPE AUF DICH ZUKOMMT STATT, DASS DU IHNEN HINTERHERRENNST

DIE STRATEGIE

Das Schlüsselwort ist Vertrauensaufbau:

- ⇒ Rationales Vertrauen, dass dein Angebot auch wirklich hilft.
- ⇒ Emotionales Vertrauen, dass ich mich bei dir richtig aufgehoben fühle.

Menschen sind auch gerne bereit bei dir mehr als bei Mitbewerbern auszugeben, wenn es sich bei dir stimmiger anfühlt.

Wie? Dafür braucht es keine „Taktik“, sondern Menschlichkeit. Kümmere dich ehrlich und aufrichtig um deine Zielgruppe. Du wirst erstaunt sein, was für eine positive Auswirkung mehr „Menschlichkeit“ auf dein Geschäft haben wird. In Folge kommen nämlich die Menschen auf dich zu.

DIE VORGEHENSWEISE

1. Dein Mitarbeiter prüft täglich, wer, was in deinen Social-Media-Kanälen geschrieben hat.
2. Sie antwortet den Menschen, stellt Fragen und gibt ihnen ein gutes Gefühl.
3. Täglich können „Geburtstagskindern“ Glückwünsche gesendet werden.
4. Es können Umfragen erstellt werden, in denen du deine Community einbeziehst.



Kunden persönlich getroffen

8. AUFGABENIDEE

8 BEISPIELE, WIE DU TECHNISCHEN AUFGABEN, IM BEREICH ZOOM, SOCIAL MEDIA, VIDEOSCHNITT, WEBSITES USW. ENDLICH ABGEBEN KANNST

DIE STRATEGIE

Ohne Technik = kein Online-Business. Nicht jedem bereitet es Freude und nicht jeder sollte seine Zeit dafür investieren. Vor allem nicht du in deiner Position.

Deshalb ist es sinnvoll, sich helfende Hände zu organisieren, die Technik gerne umsetzen und dir diese Verantwortungsbereiche abnehmen.

BEISPIELE, WAS DU AUSLAGERN KANNST

1. Bezahlanbieter verwalten
2. Online-Mitgliederbereiche erstellen
3. Videoschnitt-Software
4. Websiteanpassungen mit WordPress
5. Online-Kalender einrichten
6. Zoom-Einstellungen
7. E-Mail Marketing
8. Daten in der Cloud verwalten

9. AUFGABENIDEE

4 SCHRITTE, WIE DU DURCH DIE KOSTENFREIE TEILNAHME BEI ONLINE-KONGRESSEN DEIN ANGEBOT 100+ KAUFBEREITEN INTERESSENTEN VORSTELLEN KANNST

DIE STRATEGIE

Tausende Teilnehmer melden sich kostenfrei bei Online-Kongressen als Zuschauer an und bekommen Zugriff auf Interviews unterschiedlichster Experten. Es gibt Kongresse zu Business, Gesundheit, Spiritualität, Beziehungen und allen möglichen anderen Themen.

Wenn du eine Expertise hast, dann lohnt es sich, dass du bei Kongressen als Speaker mitmachst. Es kostet dich nichts und dient dir als Bühne. Der Veranstalter wünscht sich meistens nur ein spannendes Thema deinerseits, sowie dass du auf den Kongress durch einen Post oder eine Mail aufmerksam machst.

DIE VORGEHENSWEISE

1. Dein Mitarbeiter prüft wöchentlich, wann künftig relevante Online-Kongresse stattfinden (dafür gibt es Kongress-Verzeichnisse, die wir dir schicken können).
2. Überlege dir 3 spannende Themenvorschläge, die eine Brücke zwischen dem Kongressthema und deinem Angebotsthema bilden.
3. Verfasse ein Schreiben, welches diese Vorschläge umfasst und sende es dem Veranstalter (wir haben eine Vorlage für dich).
4. Bei Interesse verabrede dich mit dem Veranstalter und nimm über Zoom das Interview auf, welches bei Kongressstart als Aufzeichnung ausgestrahlt wird.



10. AUFGABENIDEE

WIE IN 5 SCHRITTEN TAUSENDE INTERESSENTEN VON DEINEM ANGEBOT ÜBER ZEITUNGEN, FACHMAGAZINE, RADIO UND TV ERFAHREN.

DIE STRATEGIE

Der Job eines Journalisten und Redakteurs ist es, spannende Inhalte und Stories zu veröffentlichen. Das bringt ihnen Aufmerksamkeit und Abonnenten. Wenn du also spannende Themenvorschläge auf dem Silbertablett an die Pressehäuser servierst, dann bist du ein sehr willkommener Gast. Genau so hat unser Kunde Dominik Forster einen Beitrag mit über 180.000 Videoaufrufen im Format 37 Grad von ZDF auf YouTube erreicht. Um in den Offlinemedien porträtiert zu werden, musst du keineswegs prominent sein. Was du brauchst, ist eine echte Expertise und ein spannendes Thema.

DIE VORGEHENSWEISE

1. Denke dir 3 spannende Themen aus, die einen Bezug zu deinem Angebot haben.
2. Erstelle eine große Journalisten-Kontaktliste (wir können dir unser 500+ Kontaktliste geben).
3. Verfasse ein personalisiertes und attraktives Schreiben mit deinen Themenvorschlägen (wir haben eine Vorlage für dich).
4. Dein Mitarbeiter sendet das Schreiben personalisiert an alle Kontakte.
5. Der Mitarbeiter ebnet für dich den Kontakt mit dem Journalisten, um über den gemeinsamen Pressebeitrag zu sprechen.



Leben nach der Drogensucht:...

182.591 Aufrufe • vor 2 Mo

37 Grad ✓



Unser Kunde.
Unser Vorgehen.

11. AUFGABENIDEE

WIE DU DURCH HOCHWERTIGERE GRAFIKEN UND FOTOS MIT DIESEN 4 TIPPS KAUFKRÄFTIGERE KUNDEN ANZIEHST

DIE STRATEGIE

Glaubst du, dass es der Uhrenmarke Rolex guttäte qualitativ durchschnittliche Produktfotos herauszugeben? Natürlich nicht - blöde Frage.

Dennoch unterstreicht es eine wichtige Aussage. Auch, wenn wir womöglich keine Luxusmarke verkörpern, hat unsere Außenwahrnehmung einen Einfluss, welchen Typ Interessent wir anziehen.

Eine kaufkräftige Zielgruppe wird sich eher von einer qualitativen Darstellung angesprochen fühlen. Eine hochwertige Darstellung bedeutet nicht Fotoshootings und Hochglanzdruck (!) Hochwertig bedeutet aus unserer Sicht, dass du möglichst qualitatives Bildmaterial benutzt und durch z.B. Bildbearbeitung aufwertest.

DIE VORGEHENSWEISE

1. Benutze ein Handy oder eine Kamera mit hoher Bildauflösung.
2. Dein Mitarbeiter wertet Bildmaterial über ein Programm oder eine App auf.
3. Achtet bei der Erstellung von Grafiken darauf, dass keine „billig“ aussehenden Schriftarten, Symbole oder Illustrationen gewählt werden.
4. Wenn ihr eine Marke aufbaut, haltet ein einheitliches Corporate Design ein.



← wirkt bleich

wirkt kräftig →



Bildschärfe & intensivere Farben.

12. AUFGABENIDEE

4 TIPPS, WIE DU DURCH BESSERE THUMBNAILS BZW. VORSCHAUBILDER HUNDERTE *MEHR* AUFRUFE ONLINE ERREICHST

DIE STRATEGIE

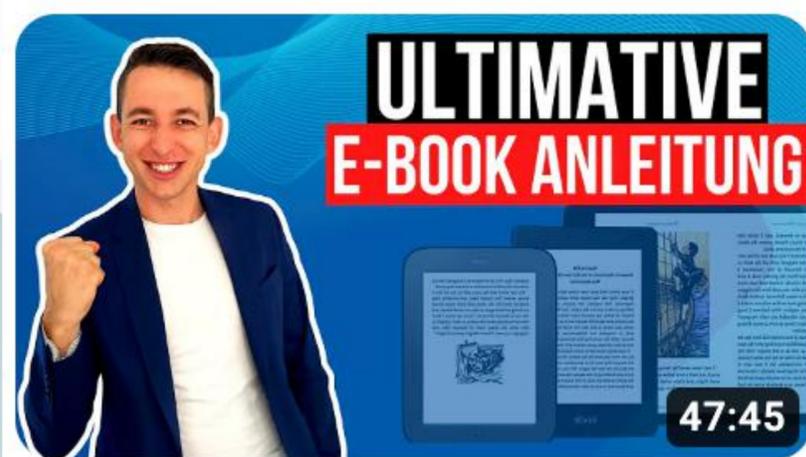
Wenn du durch die Buchhandlung schlenderst, entscheidet zuerst das Buchcover und dann der Titel, ob du ein Buch *überhaupt* in die Hand nimmst. Genauso entscheidet bei YouTube oder anderen Plattformen zuerst ein *Vorschaubild* und dann der Titel, ob eine Person auf dein Video klickt.

Das Marketing (also die attraktive Aufbereitung) ist genauso wichtig, wie der Inhalt. Darüber solltest du dir sehr bewusst werden.

Unterhalb siehst du ein Thumbnail meines Hobby-YouTube-Kanals. Neben dem guten Inhalt haben die Vorschaubilder einen wirklich massiven Einfluss, warum einer meiner Kanäle in 3 Monaten 1.000 Abonnenten und ein weiterer Zweitkanal insgesamt knapp 15.000 Abonnenten geknackt haben. Alle Thumbnails wurden durch meine Mitarbeiterin entworfen.

DIE VORGEHENSWEISE

1. Nicht das schönste Design gewinnt, sondern der auffälligste Blickfang.
2. Benutzt kontrastreiche Farben, die euer Vorschaubild abheben lassen.
3. Nutzt eine auffällige und gut lesbare Schriftgröße, damit Lesbarkeit auch auf einem kleinen Handybildschirm gewährleistet ist.
4. Menschen folgen Menschen: Fügt ein Gesicht hinzu.



Ebook erstellen & verkaufen -...

86.682 Aufrufe • vor 5 Jahren



Oliver Lorenz

↑
Auffälligeres Thumbnail
= mehr Videoaufrufe.

13. AUFGABENIDEE

VERLIERE KEIN GELD DURCH DEN EINSATZ VON KONTROLLPROZESSEN

DIE STRATEGIE

Vor allem bei wichtigen Vorgängen sind ein prüfendes Paar Augen wortwörtlich Gold wert. Hast du schon mal eine Werbekampagne, einen Newsletter, einen Vertrag, eine Rechnung oder etwas anderes Wichtiges durchgeführt und im Nachhinein einen Fehler entdeckt? 🤔

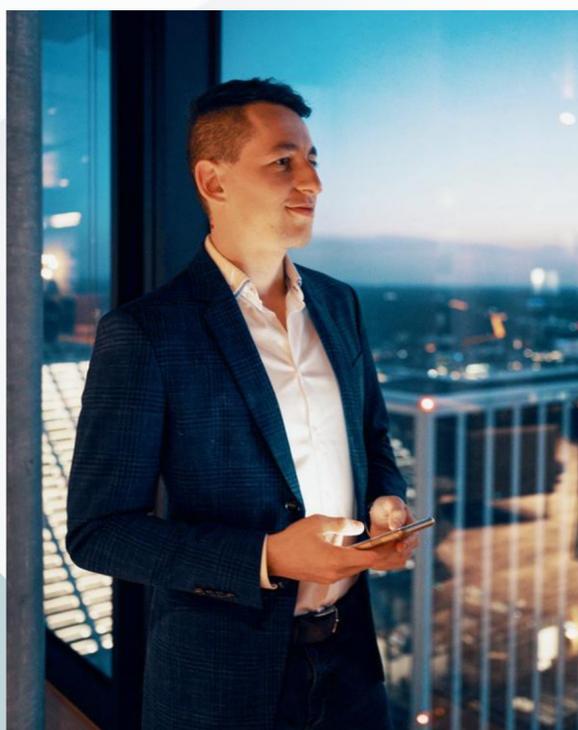
Ich schon. Beispielsweise habe ich mal einen Newsletter an über 6.000 Menschen geschickt und die Formatierung war zerschossen oder es haben mal Verlinkungen gefehlt. Resultat:

Ein anderes Mal habe ich bei LinkedIn und Facebook persönliche Nachrichten mit einer direkten Kundenanfrage übersehen. Ein paar Wochen später entdeckt, schrieb ich zurück und bekam die Antwort, dass der Interessent auf einen anderen Anbieter gezwungenermaßen ausgewichen ist. 5.000-10.000€ Auftragsvolumen flöten gegangen. Schön blöd.

Welche Bereiche benötigen bei dir eine Kontrollinstanz?

DIE VORGEHENSWEISE

1. Kontrollbereiche feststellen.
2. Kontrollprozess und zeitlichen Kontrollintervall bestimmen.
3. Von einem Mitarbeiter ausführen lassen.



14. AUFGABENIDEE

WIE DIR REELS (KURZVIDEOFORMAT) DABEI HELFEN KÖNNEN, TAUSENDE VIDEOAUFRUFE *MEHR* BEI JEDEM DEINER BEITRÄGE ZU ERREICHEN

DIE STRATEGIE

Dieser Beitrag ist für dich, wenn du auf Instagram, Facebook, TikTok oder YouTube aktiv bist. Reels werden derzeit besonders stark von den Plattformen ausgespielt und du kannst von dieser Trendwelle Gebrauch machen.

Du hast die Möglichkeit, Kurzvideos als Reels (Hochformat) aufzunehmen. Eine Alternative ist es, aus deinen bestehenden Videos Kernausschnitte auszuschneiden und diese als Reels zu veröffentlichen (also eine Wiederverwertung deines Contents).

Verglichen zu normalen Postings kannst du mit gleichem Aufwand das zehnfache bis hundertfache an Sichtbarkeit erreichen. Wirklich, es lohnt sich!

DIE VORGEHENSWEISE

1. Videoidee ausdenken oder Mitarbeiter eine Kernaussage aus bestehendem Video raussuchen lassen.
2. Videoidee im Hochformat mit deinem Handy aufnehmen oder Mitarbeiter im Hochformat aus bestehendem Video rausschneiden lassen.
3. Das Video wird z.B. mit Untertitel unterlegt und farbkorrigiert.
4. Der Mitarbeiter veröffentlicht die Reels auf Plattformen, wie z.B. Facebook, YouTube, TikTok und Instagram.



15. AUFGABENIDEE

4 TIPPS, WIE DU ÜBER STORYS MEHR NEUKUNDEN GEWINNST

DIE STRATEGIE

Plattformen wie Instagram und Facebook haben eine Storyfunktion (Kurzvideos). Organische Stories sind, im Gegensatz zu Reels, nicht dafür da, um Reichweite aufzubauen.

Mit Stories gibst du deinen bestehenden Followern Einblicke in dein Leben. Du kannst Umfragen durchführen, deinen Tagesablauf zeigen, sowie Kurzgeschichten von dir und deinen Kundenerfolgen berichten.

Du kannst über Stories erfragen, wer sich gerade in einem Thema Unterstützung deinerseits wünscht. Somit hast du genauen Einblick, wer deine Stories ansieht und über Umfragen mit dir interagiert. Dadurch kannst du direkt mit den Interessenten über die Nachrichtenfunktion Gesprächstermine oder Verkäufe initiieren.

DIE VORGEHENSWEISE

1. Überlege dir, zu welchen Themen du Stories erstellen willst (Tagesablauf, Kundengeschichten, Tipps, Einblicke in Kundenarbeit ...)
2. Nehme Videos im Story-Format mit deinem Handy auf.
3. Stelle die Videos deinem Mitarbeiter zur Verfügung (über WhatsApp/Telegram).
4. Der Mitarbeiter fügt den Stories Untertitel, Illustrationen oder eine Umfragefunktion hinzu.



16. AUFGABENIDEE

4 TIPPS, WIE DU DURCH DIREKTNACHRICHTEN AN DEINE FOLLOWER 1.000-10.000€ MEHR MONATLICH VERDIENST

DIE STRATEGIE

Der geringste Teil deiner Follower (10%) sind sofort kaufbereit und klopfen proaktiv an deiner Tür an. Der größte Teil (90%) entwickeln entweder nie oder in (naher) Zukunft Kaufinteresse.

Wie kommst du also an die 90% ran? Durch Direktnachrichten. Vor allem die baldig kaufbereiten Follower interagieren oftmals mit deinem Content. Sie liken Beiträge, schreiben Kommentare, nehmen an Umfragen teil.

Sie fühlen sich jetzt noch nicht bereit, von sich aus bei dir anzufragen. Stell es dir etwas, wie eine schüchterne Frau vor, die einem Mann Signale sendet (Interaktion auf deinen Content).

Gehe also in ein charmantes Gespräch über, lerne die Person kennen und finde heraus, ob dein Gegenüber Interesse an deinem Angebot hat. Du merkst, eine Geschäftsbeziehung hat viele Parallelen zu einer Liebesbeziehung. Schritt-für-Schritt nähert man sich an. Wenn es passt, dann kommt man zusammen.

DIE VORGEHENSWEISE

1. Erkenne potenzielle Kaufsignale (Interaktion auf Content).
2. Dein Mitarbeiter geht mit den Interessenten in den Dialog.
3. Zuerst geht sie auf Tuchfühlung und man lernt sich kennen.
4. Bei Interesse terminiert der Mitarbeiter ein Verkaufsgespräch.



17. AUFGABENIDEE

GEWINNE DUTZENDE VON NEUKUNDEN DURCH UNGEWÖHNLICH CHARMANTE KALTAKQUISE

DIE STRATEGIE

"Kaltakquise ist schlecht. Kaltakquise ist böse". Das oder so ähnlich ist der Konsens in der Businesswelt. Warum? Da häufig Kaltakquise als aufdringliche Störung z.B. durch ein Telefonat praktiziert wird.

WENN eine Person jedoch ganz proaktiv nach einer Dienstleistung sucht, dann ist Kaltakquise ein idealer Weg.

Beispiel 1:

Es gibt viele Facebook-Gruppen, in denen Dienstleister einen Post veröffentlichen, da sie (wie in unserem Fall) nach virtuellen Mitarbeitern suchen. Unser Mitarbeiter schreibt diese Dienstleister an und terminiert ein Verkaufsgespräch mit unserem Vertriebler.

Beispiel 2:

Eine Kundin von uns berät Autofahrer, die ihren Führerschein verloren haben (gesetzlicher "Idiotentest"). Hierfür schreibt ihr Mitarbeiter Fachanwälte für Verkehrsrecht an und bietet ein Kennenlernen an. Denn Anwälte müssen die Mandanten irgendwo hinschicken. Genauso, wie ein Arzt einen Patienten zu einem Physiotherapeuten empfiehlt. Sei smart und positioniere dich und bekomme Weiterempfehlungen, wie am Fließband!

DIE VORGEHENSWEISE

1. Überlege dir, wie du direkt oder indirekt deine Zielgruppe erreichen kannst.
2. Verfasse eine charmante Botschaft an den Empfänger.
3. Lasse den Mitarbeiter diese Nachricht an Hunderte von Kontakten senden.
4. Der Mitarbeiter terminiert Verkaufsgespräche mit den Interessenten.

18. AUFGABENIDEE

NEUKUNDENGEWINNUNG DURCH DESIGN UND VERTRIEB EINES FREEBIES ODER WORKBOOKS

DIE STRATEGIE

Du liest gerade selbst ein kostenfreies Freebie und kannst daraus Inspiration schöpfen. Das Ziel eines Freebies ist zum einen eine Kontaktadresse im Austausch zu bekommen und somit die Erlaubnis im weiteren Kontakt zu verbleiben.

Dieses Freebie könnte sogar dazu führen, dass du früher oder später auf uns zukommst und mit uns zusammenarbeiten möchtest.

Du kannst ein Freebie im klassischen Sinne nutzen, indem sich ein Interessent über eine Website dafür einträgt und es per E-Mail zugeschickt bekommt.

Wir senden dieses Freebie z. B. derzeit über den Chat zu allen Followern mit einem netten Weihnachtsgruß. Nutze auch den Direktkontakt zu passenden Anlässen - die Menschen freuen sich, dass ihr an sie denkt !!

DIE VORGEHENSWEISE

1. Schreibe den Inhalt und der Mitarbeiter erstellt das komplette Design.
2. Überlege dir den Vertriebsweg des Freebies (Verteiler oder Direktnachricht).
3. Der Mitarbeiter versendet das Freebie an deine Zielgruppe.



3. WIE LÄUFT EINE VERMITTLUNG AB?

- 1 Mitarbeiter, die wir vermitteln, sind ausschließlich an einer langfristigen Zusammenarbeit interessiert. Zum Beispiel 1h, 2h, 4h oder 8h tägliche Arbeit. Wir vermitteln keine projektbezogenen Mitarbeiter.
- 2 Alle Mitarbeiter arbeiten als Selbstständige. Dadurch entstehen keine zusätzlichen Lohnnebenkosten, wie Sozialversicherung usw. Die 5-10€/h sind die finale Vergütung. Scheinselbstständigkeit ist auch kein Thema.
- 3 Jeder Mitarbeiter stellt normale Rechnungen aus und arbeitet für dich. Der Mitarbeiter ist nicht an uns gebunden - wir vermitteln ausschließlich.
- 4 Wir empfehlen, zwischen dir und dem Mitarbeiter einen Standardvertrag auf selbstständiger Basis durchzuführen (wir haben eine Vorlage dafür). Dort werden Konditionen und Bedingungen nach deinen Vorstellungen festgehalten. Wir beraten dich in diesem Prozess, wenn gewünscht.

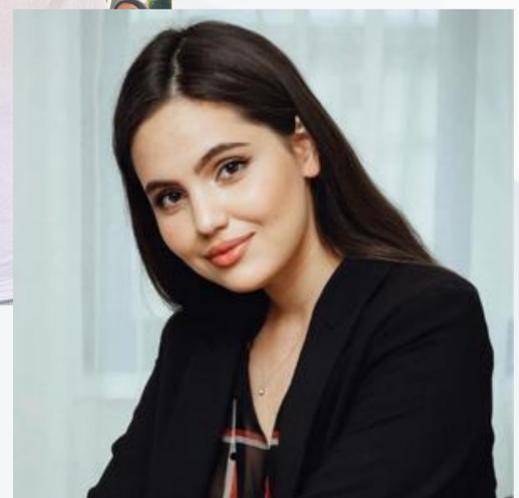
Das können unsere Mitarbeiter NICHT abdecken:

Muttersprachler ersetzen

Erwarte kein perfektes Deutschniveau für 5-7€/h. Unsere Mitarbeiter sprechen fließend Deutsch. Dennoch können sich z.B. Artikelfehler einschleichen.

Experten ersetzen

Unsere Mitarbeiter sind Umsetzer und keine Strategen. Sie können alle möglichen Aufgaben übernehmen, aber agieren nicht als deine "Unternehmensberater".



4. WIE VIEL KOSTET MICH DAS?

Bei uns! Wir helfen dir bei der Vermittlung eines solchen Mitarbeiters. 🧑🏻‍🤝‍🧑🏻

So viel sparst du, wenn du mit uns arbeitest 😲

Wie viel kostet dich ein Vollzeitmitarbeiter *brutto* in Deutschland?

Circa 18€ pro Stunde?

Also 2.880€ pro Monat.

Also 34.560€ pro Jahr.



Wie viel kostet dich ein deutschsprachiger Mitarbeiter *brutto* aus Osteuropa?

Circa 7€ pro Stunde.

Also 1.120€ pro Monat.

Also 13.440€ pro Jahr.



Differenz: So viel Geld hast du *mehr* zur Verfügung

+1.760€ pro Monat.

+21.120€ pro Jahr!!



Fazit: Unser Vermittlung kostet einmalig 2.500€.

Im Gegenzug sparst du durch osteuropäische Mitarbeitern weit über 10.000 Euro ein. Ein smarter Deal. Mitarbeiter brauchst du sowieso, damit dein Unternehmen wächst. Egal, ob Vollzeit oder Teilzeitmitarbeiter suchst: Mach es wie über 75 unserer bisherigen Kunden und spare 60-70% an Kosten ein.

» **Jetzt kostenfreies Gespräch vereinbaren**

5. WAS SIND DIE NÄCHSTEN SCHRITTE?



Schritt 1: Kostenfreier Beratungstermin 🧑🏻‍💻🧑🏻‍💻

Am Ende des Gesprächs hast du die Klarheit, mit welchen konkreten Aufgaben dich ein Mitarbeiter zeitlich entlasten kann. Außerdem empfehlen wir dir weitere inspirierende Aufgabenbereiche, die dich entlasten, zu mehr Sichtbarkeit, sowie Neukunden führen.

Schritt 2: Die Vermittlung 😊🤝

Du bekommst Einblick in unser Netzwerk aus über 1.000 Mitarbeitern und wir helfen dir, die passende Person für dich zu finden. Wir begleiten dich bei der Auswahl, Abwicklung, der Zusammenarbeit und beraten dich, welche Aufgaben von einem Mitarbeiter übernommen werden sollten, um dein Unternehmen stark zu unterstützen.

» Jetzt kostenfreies Gespräch vereinbaren

