

Kapitel 1 - Faktencheck

Modul 1 - Basis

Name:

Datum:

Wer bin ich und was mache ich?

Das sind meine Stärken und das kann ich gut:

Das sagen andere Menschen über mich:

Dafür gebe ich aktuell das meiste Geld aus:

Kapitel 1 - Faktencheck

Modul 1 - Basis

Name:

Datum:

Mein Umsatzziel für dieses Jahr und warum:

Das hält mich aktuell davon ab, meine Ziele zu erreichen:

Ich möchte diesen Job machen, weil:

Soviel Zeit arbeite ich monatlich an meinem Business:

Kapitel 1 - Faktencheck

Modul 1 - Basis

Name:

Datum:

Da stehe ich mit meinem Businesswissen:

Da stehe ich mit dem Thema Persönlichkeitsentwicklung:

So glücklich bin ich mit meinem Leben:

So motivierend und positiv ist mein Umfeld:

Kapitel 1 - Faktencheck

Modul 1 - Basis

Name:

Datum:

So sinnvoll nutze ich meine Zeit:

Dafür übernehme ich Verantwortung in meinem Leben:

Dafür bin ich dankbar in meinem Leben:

Das ist mein aktuelles Energielevel:

Kapitel 1 - Faktencheck

Modul 1 - Basis

Name:

Datum:

Das raubt mir meine Energie:

Mein Fazit aus dieser Aufgabe:

Datum:

Mein Visionboard

feel free

UND MACHE ES, WIE DU WILLST

1

Füge deine Lieblingsbilder ein. Verteile sie auf deinem Bord.

2

Schreibe deine Gedanken auf die Haftnotizen.



3

Verwende Pfeile oder Kreise, um auf tolle Bilder aufmerksam zu machen.



Diese hier!

Kapitel 3 - Mein Angebot

Modul 1 - Basis

Name:

Datum:

Was biete ich meinen Kunden an?

[Notiere deine Produkte oder Dienstleistungen so detailliert wie möglich.]

Zu welchem Preis bietest du an?

[Hochpreisig? Besonders günstig? Notiere deinen aktuellen Preis.]

Wo verkaufst du deine Angebot?

Name:

Datum:

Wie arbeite ich? Was ist ein Unterschied für meine Kunden zu anderen Wettbewerbern?

[Notiere deine Produkte oder Dienstleistungen so detailliert wie möglich.]

Mein Angebot

DATUM

ANGEBOTSNAME

KUNDE

INHALTE

Inhalte Module	% fertig	Notizen

STATUSÜBERSICHT

Welche Formate (Mitgliederbereich, 1:1. Beratung, Workbook) bietest du an?

Meilensteine für meine Kunden

[Welche Steps benötigst du, um deinen Kunden ans Ziel zu bringen?]

STEPS

1

2

3

4

5

6

7

NOTIZEN

Finde so viel wie möglich über deinen Lieblingskunden heraus. So als wäre er dein bester Freund. Du weißt, wo er sich aufhält, mit wem er verweist, welche Zeitschriften er liest, wo er am liebsten Möbel kauft, was er zum Frühstück isst und welche Kinofilme er am liebsten ansieht. Du möchtest ihn so gut kennen, dass du auf seine Fragen immer eine Antwort weisst.

Was ist dein Lieblingskunde für ein Mensch?

Hier kommt eine Hilfestellung für dich. Diese Fragen darfst du gern stellen und auch beantworten, umso genauer, umso besser.

Facts?

Alter
Geschlecht
Familienstand, Kinder
Bildung
Beruf
Jahreseinkommen

Freizeit?

Sportlich? Wo?
Leserate? Was?
Vereinsaktivität? Was?
Kreativperson? Was?
Chillen? Allein?
Kultur? Theater, Oper, Museum?
Musik? Stil? Festivals? Konzerte?
Wellness?
Neue Orte oder gewohnte Orte?
Camping oder Hotel oder Ferienwohnung?
Pauschalreise oder auf eigene Faust?

Psyche?

Mehr introvertiert oder extrovertiert?
Vorwiegend positiv oder kritisch?
Will Situation erhalten oder verändern?
Narzist oder emphatisch?
Hauptsächlich ein vorsichtiger oder mutiger Typ Mensch?
Ist Sicherheit und Stabilität am wichtigsten?
Ist Nähe und Fürsorge am wichtigsten?
Ist Leistung, Erfolg, Status am wichtigsten?
Ist Wunsch nach Neuem, Erlebnis, Innovation am wichtigsten?

Sozialverhalten?

Familie oder Freunde wichtiger?
Großer oder kleiner Freundeskreis?
Urlaub mit Freunden oder allein?
Partyanimal oder Couchpotatoe?
Viel in Netzwerken unterwegs?
Ehrenamtliche Tätigkeiten?

Mit welchem Typ Mensch möchtest du richtig gern zusammenarbeiten? Hast du bereits mit jemandem gearbeitet, dessen Eigenschaften voll zu dir, deinem Typ und deiner Arbeitsweise gepasst haben? #traumkunde
Definiere so genau wie möglich.

GESCHLECHT, ALTER, WOHNORT, BERUF, FAMILIENSTAND?

WERTE, PERSÖNLICHKEIT

HOBBIES

TRÄUME, ZIELE

Kapitel 4 - Mein Traumkunde

Modul 1 - Basis

Mein Lieblingskunde

- ein Steckbrief

Probleme meiner Kunden

Je besser du über die Probleme deines Lieblingskunden Bescheid weisst, umso leichter kannst du ihnen mit deinem Angebot konkret helfen.

Wo steht dein Kunde, was ist seine Herausforderung?
Welche Probleme hat er aktuell?



Ein Beispiel für dich

Problem:

DEIN "ANTI"-KUNDE

Mit welchem Typ Mensch möchtest du gar nicht zusammenarbeiten? Bestimmt ist dir schonmal jemand begegnet oder du musstest mit jemandem arbeiten, dessen Eigenschaften überhaupt nicht zu dir, deinem Typ und deiner Arbeitsweise gepasst haben. Definiere so genau wie möglich.

GESCHLECHT, ALTER, WOHNORT, BERUF, FAMILIENSTAND?

WERTE, PERSÖNLICHKEIT

-
-
-
-
-

HOBBIES

TRÄUME, ZIELE

Finde folgende Punkte über deine Mitbewerber (aka Konkurrenz) heraus, um dein Angebot entsprechend zu positionieren.

- Zielgruppe
- Problem
- Lösung
- Preis - Leistung

MITBEWERBER 1

MITBEWERBER 2

MITBEWERBER 3

Kapitel 5 - Marktanalyse

Modul 1 - Basis

Platz für Alles, was mir noch einfällt

Kapitel 6 - Mein Pricing

Modul 1 - Basis

Name:

Datum:

Wie ist meine Kostenstruktur? Welche Kosten fließen in mein Angebot: Fixkosten, variable Kosten, z.B. Personal, Miete, Fortbildung, Abonnements, Arbeitsgeräte

Zu welchem Preis bieten die wichtigsten Mitbewerber an?

Welche Fachkompetenzen habe ich??

Name:

Datum:

Wie fühlen sich meine Kunden, nachdem sie mein Angebot gekauft haben. #askthem

Das ist der (neue) Preis meines Angebotes:

Name:

Datum:

Mein Privatleben

Ist

Wunsch

Ich bin Mama

Ich lebe mit meiner Familie zusammen

Ich lebe mit meinem Partner zusammen

Ich wohne an einem festen Ort

Ich bin an mehreren Orten zu Hause

Meine Arbeitszeit

Ist

Wunsch

Meine Arbeitszeit ist jeden Tag gleich

Ich habe folgende feste Arbeitszeiten

Ich habe völlig flexible Arbeitszeiten

Welche Faktoren beeinflussen deine Arbeitszeiten

Meine Arbeitssituation

Ist

Wunsch

Ich arbeite allein

Ich arbeite im Team

Ich arbeite in der Nähe von anderen

Name:

Datum:

Mein Place to Work

Ist

Wunsch

Ich arbeite im Homeoffice

Ich arbeite in einem Co-Working-Space

Ich arbeite in einem Miet-Büro

Ich arbeite in eigenen Räumlichkeiten

Ich arbeite völlig flexibel, mal hier, mal da

Meine Notizen

Deine eigene Marke ist wie eine Visitenkarte, dein Haus und ein Gespräch mit dir auf einmal. Um dein Branding möglichst klar darzustellen, nimm dir einen Moment Zeit für nachfolgende Fragen.

Was ist deine Nische und wo stehst du aktuell?

Wofür bist du bekannt? Was machst du besonders gut?

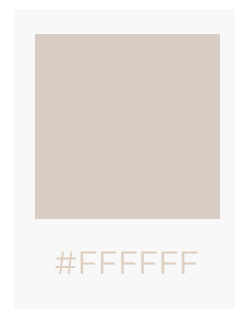
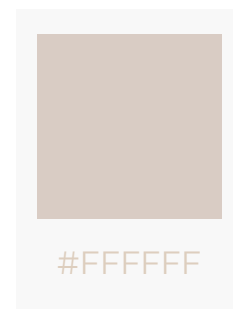
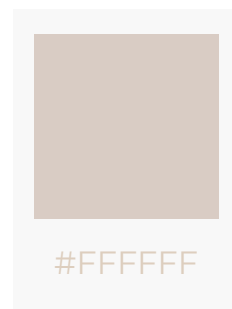
Für welche Werte steht deine Marke? Welche Menschen und Werte passen gar nicht zu deinem Business und warum nicht?

Worauf bist du stolz und was würdest du gern ändern?

Das folgende Moodboard soll dir helfen, alle deine Fakten für dein Branding auf einen Blick zu haben.

Dein Logo

Deine Farben



Deine Schriften

Schriftname

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@£\$%^&

Schriftname

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@£\$%^&

Deine Werte

Inspirationen für dein Moodboard

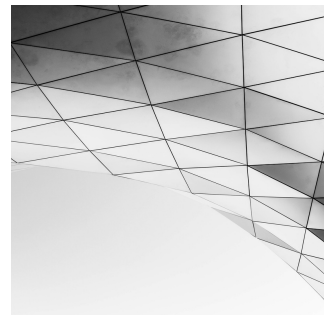
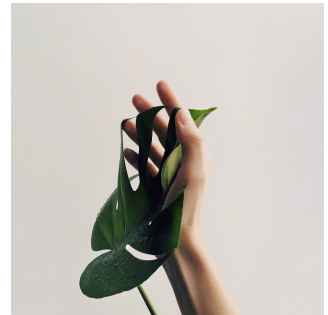
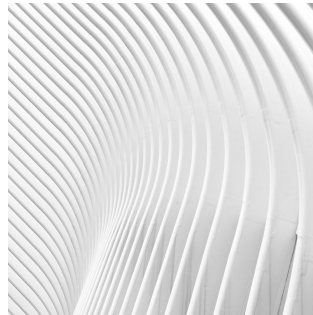
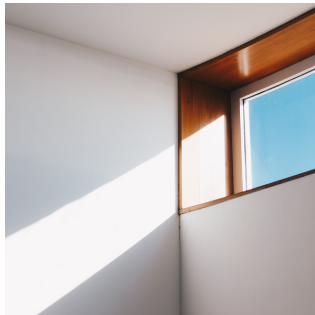


erdfarben
feminin
leicht
naturverbunden

Inspirationen für dein Moodboard



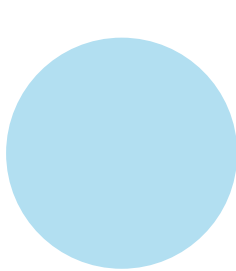
Inspirationen für dein Moodboard



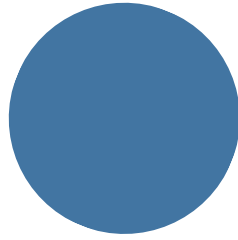
gradlinig
klar
hell
minimalistisch
freundlich
modern

Inspirationen für dein Moodboard

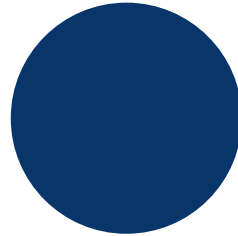
COLOR PALLETTE



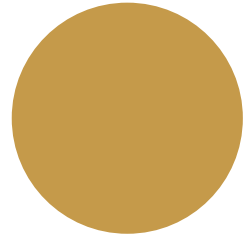
#B2DFF1



#FFFFFF



#08366B



#C59A4A

FONT STYLE

Headers: Cormorant Garamond Medium

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
! / - ; ? () . \$ % &

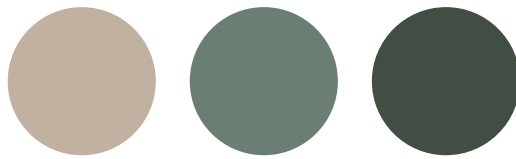
Body: *Intro Script*

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
! / - ; ? () . \$ % &*



Kapitel 1 - Deine Marke

Modul 2 - Branding



Jetzt sollte dir klar sein, worauf es hinausläuft - Wichtig ist, dass du dir ein klares Bild von deinem Brand machen kannst.

WARUM ?

Einfach alles aufschreiben. Alles, was dir wichtig scheint, kann hilfreich sein.

Start with why

Meine Werte

Abenteuer - Tradition - Selbstvertrauen - Achtsamkeit - Abwechslung
- Aktivität - Anerkennung - Einzigartigkeit - Gelassenheit - Fitness -
Anziehungskraft - Aufrichtigkeit - Authentizität - Begeisterung -
Beharrlichkeit - Bescheidenheit - Beliebtheit - Besitz - Bewunderung -
Bindung - Dankbarkeit - Leichtigkeit - Individualität - Vergebung -
Hilfsbereitschaft - Vielfältigkeit - Spaß - Einfachheit - Spontanität -
Reichtum - Teamwork - Leidenschaft - Ehrgeiz - Höflichkeit -
Optimismus - Erfolg - Offenheit - Intuition - Empathie - Entspannung -
Ästhetik - Ruhe - Mut - Disziplin - Freiheit - Liebe - Kreativität -
Gerechtigkeit - Vergnügen - Pünktlichkeit - Respekt - Macht -
Sorgfalt - Nähe - Neugier - Humor - Sicherheit - Balance - Ordnung -
Partnerschaft - Wohlstand - Wertschätzung - Kontrolle - Gesundheit
- Zufriedenheit - Leistung - Lebensstil - Ansehen - Sympathie -
Wachstum - Vision - Überlegenheit - Fortschritt - Verlässlichkeit - Sinn
- Gemütlichkeit - Unabhängigkeit - Konsequenz - Willenskraft -
Lernbereitschaft - Entscheidungsfreiheit - Rückhalt - Ruhm - Freude

Ganz spontan - deine TOP - Werte

Start with why

Meine 5 wichtigsten Werte



- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Start with why

Fragen an dich:

- **Warum** hast du dein Unternehmen gegründet?
- Was sind **deine Werte**, die dir als Unternehmen wichtig sind?
- **Was machst du besser** als deine Konkurrenz?
- Was macht dich **besonders**?
- Wenn du **deine Marke in drei Worten** beschreiben könntest, welche wären das?
- Mit welchen drei Worten sollen dich deine Kunden beschreiben?

Kapitel 2 - Persönlichkeit deiner Marke

Modul 2 - Branding

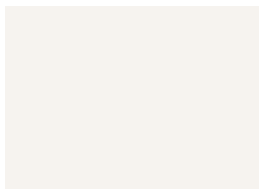
A series of 24 horizontal, light grey lines spaced evenly down the page, intended for handwritten notes or answers.

Mein Styleguide

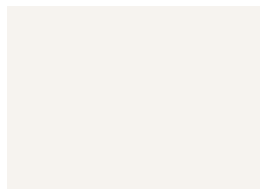
LOGO

WERTE

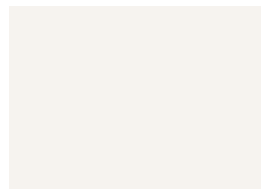
FARBPALETTE



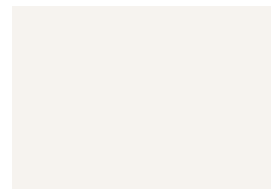
R G B
#



R G B
#



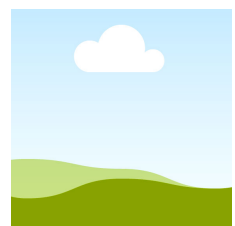
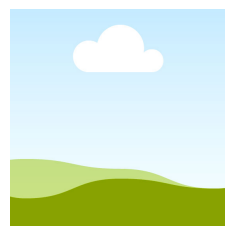
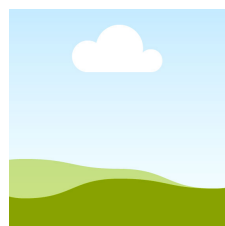
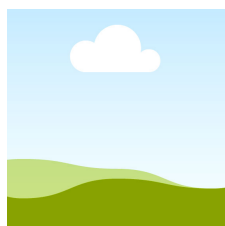
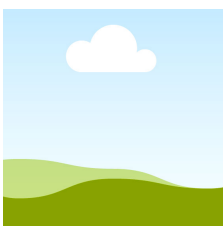
R G B
#



R G B
#

BRAND SCHRIFTEN

BRAND PHOTO STYLE



DATUM

Ideen für deine Formate

Checkliste

-
- Fragenmontag
 - Kundenfeedback Day
 - MythenMittwoch
 - Quiz Day
 - Produkt der Woche
 - Zahlen der Woche
 - FunFactDay
 - InspirationsDay
 - Q&A Day
 - Rezeptday
 - Surprise Day
 -
 -

Kleiner Tipp - Nutze maximal 3 Formate für dich.
Hab Spaß dabei und übernahm`dich nicht.

Kapitel 2 - Deine Stärken

Modul 3 -Content

Name:

Datum:

Was sind meine Stärken?

Bei welchem Problem kann ich helfen?

MERKBLATT

Storytelling richtig umsetzen

Ein paar Gedankenstützen, falls du mal nicht genau weißt, wie deine Story sein könnte...

- Kern deiner Geschichte

Worum geht es? Konzentriere dich auf ein Erzählziel. Was braucht dein Traumkunde, um die Geschichte zu verstehen?

- Empfänger deiner Geschichte

Denk immer an deinen Traumkunden - nur den musst du erreichen & bei dir behalten.

Was sind seine Wünsche, Hoffnungen, Bedenken, auf welche Sprache steht er, welche Sachen sprechen ihn emotional an und von welchen Dingen fühlt er sich am meisten angesprochen.

- Relevanz deiner Geschichte

Was bringt deinem Traumkunden somit die Geschichte? Wie soll er sich anschließend fühlen? Was soll er danach denken oder tun?

Content creation Tools

Detaillierte Informationen inkl. Preisen findest du im Modul 3 - Kapitel 3

TEXTE

- Later
- Repost
- Notizen
-
-

VIDEOS

- InShot
- CutStory
-
-
-

GESTALTUNG

- Canva
- Unfold
- Storychic
- HypeType
-

STOCKFOTOS

- Unsplash
- Adobe Stock
-
-
-

BUSINESSMANAGEMENT

- Kreativ.management
- Lexoffice
-
-
-

ORGANISATION

- Planbella
- Google Drive
- Trello
- Asana
-

Content creation Tools

Detaillierte Informationen inkl. Preisen findest du im Modul 3 - Kapitel 3

BILDBEARBEITUNG

- Lightroom mobile
-
-
-

- Canva
- Unfold
- Storychic
- HypeType
-

- Unsplash
- Adobe Stock
-
-
-

Social Media, nicht SELLING MEDIA.

Social Media ist

- ein Teil deines Marketing Portfolios
- die perfekte moderne Möglichkeit, deine Zielgruppe zu treffen und mit ihr auf Augenhöhe zu kommunizieren und zu interagieren
- persönlicher, menschlicher Kontakt
- deine Chance, kostenlos eine Community aufzubauen
- das schnellste Medium, um dein Angebot zu testen und dir Feedback von deiner Zielgruppe einzuholen
- offene, ehrliche Kommunikation mit Freunden

Gut zu wissen!

Ein User entscheidet:

- **in 3 Sekunden**, ob er bleibt oder geht
- **in 30 Sekunden**, ob er ein Profil interessant findet
- **in 180 Sekunden**, ob er sich mit dir vernetzen möchte oder nicht

Je genauer du deine Follower kennst, umso gezielter kannst du mit ihnen kommunizieren. Unterscheide zwischen verschiedenen Beiträgen:

- informierend
- unterhaltend
- aktivierend
- saisonal

Auch nach dem 10. Mal ...

Deine

Wiederholung

nervt nicht!

Wie bewirbst du dein Angebot?

Online Werbung

- Social Media Marketing
- Social Media Werbeanzeigen
- Website
- Newsletter
- SEO
- SEA
- Banner Werbung
- Influencer-Marketing
- Affiliate Mktg.
-

Klassische Werbung

- Print Werbung
- Radio
- TV
- Außenwerbung
- POS
- Kino
- Guerilla-Marketing
-
-

Notes

Ist Status:

Meine Social Media Kanäle

- | | |
|------------------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> Instagram | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Facebook | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> LinkedIn | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Twitter | |
| <input type="checkbox"/> YouTube | |
| <input type="checkbox"/> Pinterest | |
| <input type="checkbox"/> Xing | |
| <input type="checkbox"/> TicToc | |
| <input type="checkbox"/> Twitch | |
| <input type="checkbox"/> Google+ | |
| <input type="checkbox"/> Snapchat | |
| <input type="checkbox"/> Tumblr | |

Notes

Meine Instagram Konten & ihre Ziele

Insta-Konto:

Ziel



Insta-Konto:

Ziel



Insta-Konto:

Ziel



Insta-Konto:

Ziel



Deine Insta Promotion

Checkliste

-
- Ich habe mich meiner Community in mindestens 3 Posts schon vorgestellt
 - Ich weiß wer meine Follower sind und habe das in mehreren Story Fragerunden herausgefunden.
 - Ich kenne meine Zielgruppenbesitzpartner, lese ihre Posts und schaue, was meine Wunschkunden tun
 - Ich begrüße meine neuen Follower persönlich
 - Ich nutze bei den Posts meine Farben und meinen Look als Wiedererkennungswert
 - Ich poste viel Mehrwert, verstehe und löse die Probleme meiner Wunschkunden
 - Ich gebe Einblick in mein Business und in meine Persönlichkeit
 - Meine Follower wissen genau, was sie bei mir bekommen können
 - Ich tausche mich mit meinen Followern regelmäßig aus.
 - Ich kooperiere mit meinen Zielgruppenbesitzpartnern

To Do Liste für dein Insta Marketing

Aufgaben

Erledigt bis

Mein Plan to grow

DIESE 3 MARKETING ZIELE WERDE ICH UMSETZEN

ICH SCHAFFE MEINE ZIELE BIS

DIESEN MEILENSTEINEN SCHENKE ICH PRIORITÄT IN DIESEN WOCHEN

Los geht's!

Fragen an meine Follower

Welcher Content ist für meine Zielgruppe relevant?

Welche "Sprache" sprechen meine relevanten Follower

Im Sinne von "Umgangssprache", per Du, gehobene Sprache, Dialekt...

Welche Formate werde ich für meine relevanten Follower nutzen?

Diese neuen Features auf Insta werde ich nutzen:

Insights

Wann werden meine Posts überwiegend gelesen?

Welche Zielgruppe hast du mit deinen Posts erreicht?

Welche Follower haben am meisten interagiert?

Wie viele neue Abonnenten sind dazugekommen?

Name:

Datum:

Meine beruflichen Ziele

[Träume wild und groß. Und dann noch mal 76% mehr.]

Meine privaten Ziele

[Wie möchtest du leben? Wieviel Zeit möchtest du mit Arbeit verbringen und wieviel Zeit möchtest du deinen Hobbies nachgehen?]

Name:

Datum:

Mein perfekter Tag

If you can dream it you can have it!

Name:

#mylifemychoice

To Do - schreib deine wichtigsten Points auf und drucke dir das Worksheet gut sichtbar aus.
Quasi als täglichen Reminder für dein #dreamlife.

Woran möchte ich arbeiten

Mit wem möchte ich arbeiten

Ziele, die ich erreichen will

Bücher, die lesen möchte

Dinge, die ich lernen möchte

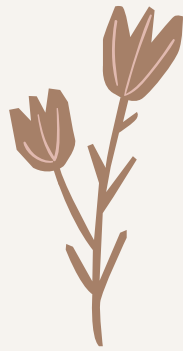
Dinge, die ich kaufen möchte

Reisen, die ich mir erfüllen möchte

...

Hobbies, für die ich mehr Zeit brauche

...



THINK IT.
WANT IT.
GET IT.

Mein Ziel ist

Warum ist das Ziel wichtig für mich?

Schritte zur Umsetzung

<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/>	_____

Problem

Lösung

Deadline:

Erledigt:



IF YOU CAN
DREAM IT,
YOU CAN
DO IT.

Mein Tagesprogramm

6 Uhr

8 Uhr

10 Uhr

12 Uhr

14 Uhr

15 Uhr

16 Uhr

17 Uhr

18 Uhr

19 Uhr

20 Uhr

21 Uhr

Heutige To-Dos

SO FUNKTIONIERT DIE POMODORO-TECHNIK FÜR DICH

Einfach mal versuchen und danach schauen, wie es läuft.

01

Suche dir einen stillen Raum, ideal mit Tür zu. Telefon, Handy, Netflix und Mailbenachrichtigung aus.

02

Setze dir ein realistisches Ziel: Was möchtest du erledigen?

Tipp: Je klarer das Ziel, umso leichter fällt es dir, dich darauf zu konzentrieren.

04

Arbeite konzentriert an deiner Aufgabe, an deinem festen Ziel und lass dich nicht stören.

Gruß an die Kids - stören gilt nur bei blutenden Wunden oder Feuer.

03

Stelle dir einen Wecker auf 25 Minuten.

Tipp: Diverse „Kurzzeitmesser“-Modelle nach dem Vorbild des originalen Tomatenweckers bekommst du z. B. bei www.amazon.de

05

Wenn dein Wecker klingelt, machst du 5 Minuten Pause. Danach startest du deine nächste Einheit, wenn die Zeit noch da ist und die Kinder vielleicht noch spielen/schlafen.

06

Wenn du vier Pomodori inklusive der Fünf-Minuten-Pausen geschafft hast, legst du eine deutlich längere Pause ein – mindestens 30 Minuten lang.

SO FUNKTIONIERT DIE EISENHOWERTECHNIK FÜR DICH

Ein großartiges Tool, um deine Aufgaben in deinem Tagesplanung unterzubringen.

01

SUPER-AUFGABEN

Diese Aufgaben retten Leben. Also fast, sie sind auf jeden Fall dringend!

- Bei deiner Tagesplanung bekommen diese Aufgaben die meiste Zeit (beachte immer das Pareto-Prinzip)
- Prüfe immer deine eigenen Kriterien, ob es wirklich deine Super-Aufgaben sind und nicht von jemand anderem.

02

SPÄTER-AUFGABEN

Wichtige, jedoch nicht dringende Aufgaben.

- Schreibe diese Aufgaben diszipliniert auf, damit dein Kopf frei ist für die Super-Aufgaben.
- Gib den Aufgaben einen festen Termin, damit sie nicht vergessen werden.
- Kannst du diese Aufgaben vielleicht an jemand anderen delegieren?

03

SOFORT-AUFGABEN

Dringend, aber nicht wichtig!

- Der Name sagt es: Diese Aufgaben erledigst du sofort.
- Der Haken bei dieser Kategorie:

Dass eine Aufgabe dringend ist, ist leicht zu erkennen – auf die Dringlichkeit wird meist von den wartenden Personen hingewiesen.

Z. Bsp. deine hungrigen Kinder..alles klar?

04

SINNLOS-AUFGABEN

Weder wichtig, noch dringend. Einfach nix.

- Über diese Aufgaben musst du dir den Kopf NICHT zerbrechen – einfach links liegen lassen und von der To-do-Liste streichen!
- Achte darauf, so wenig Zeit wie möglich mit Sinnlos-Aufgaben zu vergeuden.

Checkliste Zeitmanagement

ARBEITSZEIT IST KEINE HAUSHALTSZEIT

Woher kommt das, dass wir neben dem Job, dem Mama, Ehefrau, Freundin, Tochter sein, auch noch den Haushalt schaffen wollen? Zumindest nicht, wenn man nicht total gestresst durch das Leben gehen möchte. Dieser Tipp, eine Haushaltshilfe einzustellen, ist so wichtig. Den wichtigsten überhaupt. Bettzeug wechseln, Fenster putzen, welche Putzartikel eingekauft werden müssen. Für jede (selbstständige) Mama einfach eine Empfehlung. Gerade in busy Zeiten like Corona, in denen du sehr viel zu tun hast, hast du keine Lust auf Konflikte zum Thema Haushalt und Hausputz. Das raubt nur **Zeit und Energie**, die du viel mehr für deine Selbstständigkeit brauchst.

NIMM HILFE AN

Nimm so viel Hilfe an wie möglich. Wenn einer einen Kuchen zum Nachmittagskaffee mitbringen möchte, immer ja sagen! Wenn dir deine Freundin anbietet, eben den Müll rauszubringen, nimm es dankend an! Klar, du KANNST das alles alleine schaffen, aber du MUSST es eben nicht.

BAUE DIR EIN (PRIVATES) NETZWERK AUF

Neben dem beruflichen Netzwerk solltest du auch ein Netzwerk aus Nachbarn, Freunden, Familie, Babysittern aufbauen und regelmäßige Kinderbetreuungs- bzw. Spieltermine verabreden. So habt ihr eine Routine, falls du eine Betreuung brauchst.

GELASSENHEIT

Besonders das Thema „Abgeben“ bedarf extrem viel Gelassenheit. Mit ein bisschen Abstand und Humor funktioniert ein anderer Blick ganz gut, oder? Und dann klappt auch mal eine Fertigpizza.

Mein Ziel ist

Warum ist das Ziel wichtig für mich?

Schritte zur Umsetzung

-
-
-
-
-

Problem

Lösung

Deadline _____

Erledigt

Kapitel 4 - Deine Tagespläne umsetzen

Modul 5 Workflow

To Do

Bitte nur eine einzige To Do Liste. Dieser Tipp ist irre einfach, nur frag mal wie viele Listen jemand hat... Notiere alle deine Aufgaben, die keine regelmäßigen Gewohnheiten sind, auf deiner To Do Liste. #gettheshitdone

TO DO

INSPIRATIONEN

TERMINE

NOTIZEN

Ideen und Lösungen?

Playdates, Lieferdienste, bessere Strukturen - alles, was dir hilft, kannst du hier notieren. #helllyes
