

# Freiheits-Business.Deluxe Kongress *Workbook*



Das Wichtigste  
zum  
Kongress  
Interview

Jörg Hüttmann

<https://Kongress.Freiheits-Business-Deluxe.com>

**Jörg Hüttmann**

**Texter, Fachjournalist, Buchautor, Ghostwriter**

Oft sieht man selbst gar nicht was wichtig ist an eigenen Qualitäten, die man hervorheben kann.

Sie sind uns so selbstverständlich. Da ist es schon sehr gut jemand professionellen mal schauen zu lassen.

Man selbst möchte ja oft auch gar nicht für sich selbst „trommeln“.

Die Eigene Individualität aufs Papier bringen.

Erfolgreiche Online-PR: Wie Sie Pressemeldungen für das Web zielgruppengenau schreiben und erfolgreich verbreiten (beim Buchhändler deines Vertrauens)

## "Guerilla-Marketing"

Ist eine Marketingstrategie, die unkonventionelle und oft kostengünstige Taktiken beinhaltet, um ein Produkt oder eine Dienstleistung zu bewerben. Guerilla-Marketing wird in der Regel von kleinen Unternehmen oder Start-ups mit begrenzten Marketingbudgets verwendet, kann aber auch von größeren Unternehmen verwendet werden, um Begeisterung für ein neues Produkt oder eine neue Kampagne zu erzeugen.

Einige Beispiele für Guerilla-Marketing-Taktiken sind:

Erstellen viraler Sozial-Media-Kampagnen

Verwendung von Street Art oder Graffiti, um ein Produkt oder eine Dienstleistung zu bewerben

Durchführung von Flashmobs oder Pop-up-Events im öffentlichen Raum

Aufsehenerregende Stunts oder Performances

Guerilla-Marketing kann effektiv sein, weil es unerwartet ist und die Menschen oft unvorbereitet erwischt, was zu erhöhter Markenbekanntheit und Begeisterung führen kann. Es ist jedoch wichtig zu beachten, dass einige Guerilla-Marketing-Taktiken illegal sein oder gegen lokale Verordnungen verstoßen können, daher ist es wichtig, die potenziellen Risiken und rechtlichen Auswirkungen sorgfältig abzuwägen, bevor Sie eine Kampagne starten.

Der Begriff kommt aus der Notwendigkeit einer Ungleichgewichtigkeit

Der Eine hat alles, der andere Nichts.

Die David und Goliath Geschichte.

Man kann mit sehr begrenzten Mitteln den größten Effekt erzielen.



Im kleinen Überzeugen, mit etwas Besonderen Pfiffig und etwas Frechheit.

---

---

---

---

**Wie schreibst Du selbst am besten .....**

z. B. Deine „Über Mich Seite“

Eine kurze Vita, Wer du bist, woher du kommst, welche „Altersklassen“ (10 – 20 Jahresbereich nimmt der Kunde Intuitiv seinen Mentor, Coach, Berater)

---

---

---

---

---

---

Kommunikationsstyl überlegen.

---

---

---

---

---

---

---

---



Wie Du Deine Kunden Ansprichst hängt auch von Deinem Lieblingskunden ab.

Wenn Du Lieber mit den Leuten im „Du“ arbeitest, schließt das die, die auf „Sie“ beharren, direkt aus.

### **Video, Reels, Live oder Bilder und Text**

Auch das ist Situationsabhängig

Es kann leichter in Worten sein, dann ist Video oder Reals super.

Wenn es in 2 Sätzen möglich ist, ist Text und Bild gut.

### **4 Action Steps**

1. Perfektionismus überwinden
2. Beim Texten die Externe Perspektive suchen
3. Zielgruppenanalyse ist auch beim Texten wichtig
4. Ins Detail gehen um das Kopf Kino anspringen zu lassen

