HANDBUCH FÜR NACHHALTIGES UNTERNEHMERTUM VON FRAUEN

Co-funded by the European Union
tellme
isob Institut für sozialwissenschaftliche Beratung GmbH
MULHERES À OBRA

Inhalt

EINFÜHRUNG 2
PARTNER 3
HERAUSFORDERUNGEN UND STRATEGIEN FÜR WEIBLICHES KLEINSTUNTERNEHMERTUM ... 6
UNTERNEHMENSFÜHRUNG FÜR KLEINUNTERNEHMEN 9
DIGITALES MARKETING UND VERTRIEB FÜR KLEINUNTERNEHMEN 13
SOZIALE UND ÖKOLOGISCHE VERANTWORTUNG FÜR KLEINUNTERNEHMEN 18
ZUSAMMENARBEIT UNTER GLEICHGESINNTEN FÜR KLEINUNTERNEHMEN 21
LERNEN SIE UNSERE EXPERTEN UND AUSBILDER KENNEN 25
- RITA BERNARDINO 26
- RAQUEL PELICANO 28
- PAULA DUARTE 30
- SANDRA CARACOL 32
- SANDRA FÉLIX 34
- MARCELLE REBELO 36
- RITA NUNES 38
- REGINA COURELA 39

Der Inhalt ist das Ergebnis der Zusammenarbeit zwischen StoryTellme und allen Projektpartnern des XTEM FEM-Projekts und enthält Erfahrungsberichte von Expert:innenen und Trainr:innen.

EINFÜHRUNG

Dieses Handbuch befasst sich mit der Rolle und dem sozialen Kontext von Frauen in Kleinunternehmen, mit den spezifischen Fragen der Karriere und des Arbeitslebens von Frauen in diesem Bereich, und mit der Rolle von Frauen als Führungskräfte in Unternehmen.

Die Zahl der Frauen, die kleine Unternehmen leiten, ist in den letzten Jahren weltweit erheblich gestiegen. Doch obwohl Frauen 51 % der europäischen Bevölkerung ausmachen und die Frauenquote bei der Beschäftigung 67,3 % beträgt, sind nur 34,4 % der Selbständigen Frauen, von denen 31 % Existenzgründerinnen sind. Von den Existenzgründenden sind nur 14,8 % weiblich. Daher können wir davon ausgehen, dass Frauen heute das größte ungenutzte Führungs- und Unternehmer:innenpotenzial in Europa darstellen.[1] Diese Frauen können einen entscheidenden Beitrag zum Wirtschaftswachstum und zur Entwicklung der lokalen, nationalen und globalen Volkswirtschaften leisten. Trotz der wachsenden Zahl von Unternehmen, die von Frauen geführt werden, wird diesem Thema relativ wenig Aufmerksamkeit gewidmet, und es gibt in einigen Ländern so gut wie keine passende und spezifische Unterstützung für Gründerinnen.

Dieses Handbuch soll einen objektiven, unkomplizierten und praktischen Einblick in die Herausforderungen und Strategien für die Führung von Kleinunternehmen durch Frauen geben. Die von den Partnern erstellten Inhalte werden systematisch dargestellt, und das Projekt wird ausführlich vorgestellt. Es werrden Links zu passenden Bildungsprogrammen vorgestellt.

Das vorliegende Handbuch ist in Portugiesisch, Deutsch und Englisch verfügbar und kann kostenlos online abgerufen werden.

Wir werden die folgenden Themen behandeln:

- Herausforderungen und Strategien für Kleinstunternehmerinnen
- Unternehmensführung für Kleinstunternehmerinnenn
- Digitales Marketing und Vertrieb für Kleinunternehmen
- Soziale und ökologische Verantwortung für Kleinunternehmen

[1] https://eit.europa.eu/our-activities/entrepreneurship/women-entrepreneurship-and-leadership

- Gemeinsame Arbeit unter Gleichgesinnten für Kleinunternehmen

Die hier enthaltenen Informationen sind nicht spezifisch für Portugal und Deutschland, sondern haben einen breiteren geografischen Geltungsbereich, so dass sie für Menschen in allen EU-Mitgliedstaaten nützlich sein können. Dieser allgemeinere Ansatz des Handbuchs soll die potenzielle Reproduzierbarkeit der Methodik und der Ergebnisse des Projekts erhöhen.
Dieses Handbuch wird auch nach Beendigung des Projekts zur Verfügung stehen und Unternehmerinnen und relevante Stakeholder inspirieren und informieren. Es wird dazu beitragen, das Verständnis für die spezifischen Herausforderungen, mit denen sie konfrontiert sind, und die Strategien, die zur Bewältigung dieser Herausforderungen entwickelt werden können, zu erweitern, insbesondere im Hinblick auf den Einsatz von Peer-Learning-Ansätzen.

PARTNER

"Kleine Unternehmen sind das Rückgrat der Wirtschaft und die Grundlage einer qualitativ hochwertigen Demokratie, aber sie stehen vor großen Herausforderungen in einem Kontext, der von der Ideologie der Kapitalkonzentration in schnell wachsenden, exponentiellen Unternehmen beherrscht wird. Die Bestätigung des Wertes dieser Unternehmen hängt vor allem von der Fähigkeit zur Selbstorganisation der Unternehmer ab, die sie auf der Grundlage gemeinsamer Interessen und Ziele führen. Die Vielfalt und Kreativität dieser Unternehmen, ihre Logik der Nähe und die Übernahme sozialer und ökologischer Nachhaltigkeitswerte sind Grundpfeiler einer gerechten und ausgewogenen Gesellschaft, die Ressourcen und Chancen für alle und nicht nur für einige wenige bietet. Das Programm Erasmus Plus mit seiner Konsortialdynamik fördert genau diese Art von Synergie, und genau das ist im Projekt XTeamFEM geschehen. Zwei kleine Unternehmen in Portugal (MAO4Action und StoryTellMe) und eines in Deutschland (ISOB) schlossen sich zusammen, tauschten ihre Erfahrungen aus und produzierten eine Reihe hochwertiger, frei zugänglicher und kostenloser Schulungsressourcen. Gemeinsam haben diese Unternehmen etwas geschafft, was sie alleine nicht hätten erreichen können. Die beträchtliche internationale Erfahrung von ISOB und StoryTellMe in Verbindung mit der riesigen Gemeinschaft von Unternehmerinnen "Mulheres à Obra", die mit MAO4Action verbunden ist, ermöglichte es, groß zu denken und ein ehrgeiziges Projekt erfolgreich zu realisieren.

Statement von Camila Rodrigues, Mitbegründerin und Leiterin des Netzwerks für weibliches Unternehmertum "Mulheres à Obra".

"Die Bedeutung des portugiesischen Unternehmensgefüges, das von KMU, Kleinunternehmen und Familienbetrieben geprägt ist, liegt in ihrem Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung des Landes und zur Schaffung von Arbeitsplätzen. Diese Arten von Unternehmen sind oft flexibler und in der Lage, sich an Veränderungen auf dem Markt anzupassen, was sie in Krisenzeiten widerstandsfähiger macht. Darüber hinaus fördern sie eine gerechtere Verteilung von Wohlstand und Ressourcen, im Gegensatz zur Konzentration von Macht und Kapital in den Händen einiger weniger Großunternehmen.

Storytellme ist ein Paradebeispiel für die Vorteile eines Kleinunternehmens. Dank seiner schlanken Struktur kann es flexibel auf die Bedürfnisse seiner Kunden eingehen, personalisierte Dienstleistungen anbieten und enge Beziehungen zu den Kunden aufbauen. Außerdem profitiert es von einem starken Identitätsgefühl und gemeinsamen Werten, die dazu beitragen können, Vertrauen bei den Kunden aufzubauen und einen treuen Kundenstamm zu schaffen.

Das Vorherrschen von KMU, Kleinunternehmen und Familienbetrieben in der portugiesischen Unternehmenslandschaft trägt zu einer vielfältigeren und widerstandsfähigeren Wirtschaft bei, in der kleinere Akteure eine Chance haben, zu gedeihen und erfolgreich zu sein.

Die Regierungen müssen die Bedeutung von Klein- und Kleinunternehmen für ihre Volkswirtschaften anerkennen und sie durch politische Maßnahmen, Programme und Finanzmittel unterstützen."

Zeugnis von Teresa Valente, Gründerin und Geschäftsführerin von StoryTellme

"Aus unserer deutschen Sicht hat Deutschland einen gewissen quantitativen Rückstand im Unternehmertum, und viele der jungen Generation, vor allem High-Potentials unter den Hochschulabsolventen, werden eine Anstellung bei einem der führenden Technologieunternehmen, ob groß oder klein, suchen und finden, die in der deutschen Wirtschaft vorherrschen. Auch in Bezug auf die Werte der Bevölkerung scheint Deutschland eher auf Stabilität, Sicherheit und "geordnete" Karrierewege ausgerichtet

zu sein, die auf einer starken Bindung an genau definierte Berufe und Berufsprofile beruhen. Unter der Oberfläche finden wir jedoch eine reiche Tradition von technischen Erfindern, von denen einige weltmarktführende Unternehmen gründeten, indem sie ihre erste Maschine aus einem Stapel Schrott in den Trümmern nach dem Zweiten Weltkrieg bauten. Für viele von ihnen ging es nicht darum, von großen Gewinnen zu träumen, sondern um die Freude an der Verwirklichung eigener technischer oder anderer Ideen, um das, was man gerne tut, um Kreativität und Beharrlichkeit, um einen neuen Versuch auch im Angesicht des Scheiterns. Heute verändert eine neue Generation von technischen, wirtschaftlichen und sozialen Erfindern die Gesellschaft, und die meisten von ihnen sind Frauen. Nach der Überwindung des schlechten Images des Unternehmertums, das durch die Reichtums- und Gierwelle der neoliberalen 1980er Jahre entstanden ist, bis hin zu den Träumen, das nächste digitale Megaunternehmen zu werden, suchen unternehmerisch denkende Frauen nach neuen Lösungen im Bereich der sozialen Dienste, der umweltfreundlichen Technologie, der verantwortungsvollen Nutzung der digitalen Technologie und der Verbesserung der Art und Weise, wie wir essen, miteinander umgehen und in unseren Gemeinschaften leben. In vielen Fällen wird die Erfindung neuer Produkte und Dienstleistungen mit neuen Formen ihrer Zusammenarbeit kombiniert, wobei mit neuen sozialen Formen des Unternehmertums wie Sozialunternehmen, Kollektiven, Genossenschaften und Partnerschaften experimentiert wird. Darin spiegelt sich wider, dass die Zeiten des heroischen Unternehmers, der sein individuelles Genie der Welt und sogar den Sternen zeigt, vielleicht bald vorbei sind und die Zeit für eine gemeinschaftlichere, nachhaltigere Art der Kreativität und Initiative, des sozialen und des Gleichgewichts mit der Erde und der Gemeinschaft vor der Tür stehen könnte. Die neue Unternehmerin kann sich individuelle Unzulänglichkeiten eingestehen, weiß, dass sie sich um ihre eigenen physischen und psychischen Bedürfnisse kümmern muss und dass große Stärke aus der Zusammenarbeit auch von ganz begrenzten Individuen resultieren kann. Das vorliegende Buch ist ein Zeugnis für einen solchen ausgewogenen Ansatz und kann als kleiner Beitrag zur Entwicklung einer freundlicheren und humanistischeren Kultur des gemeinschaftlichen Unternehmertums betrachtet werden."

Aussage von Alexander Krauss, Geschäftsführer der ISOB GmbH

HERAUSFORDERUNGEN UND STRATEGIEN FÜR WEIBLICHES KLEINSTUNTERNEHMERTUM

Die Zahl der von Frauen geführten Unternehmen ist gestiegen, und es gibt immer mehr Initiativen zur Förderung des Unternehmertums von Frauen. Aber Unternehmen im Besitz von Frauen sind immer noch in der Minderheit und wir haben noch einen langen Weg vor uns. Im Gegensatz zu ihren männlichen Kollegen sehen sich Frauen beim Unternehmertum mit mehreren großen Herausforderungen konfrontiert.

Unternehmerinnen von Kleinunternehmen sind bei der Gründung und beim Wachstum ihrer Unternehmen mit verschiedenen Hürden konfrontiert. Herausforderungen wie der begrenzte Zugang zu Finanzmitteln, Ausbildung und Beratung, Marktinformationen und Technologie sind auf eine Vielzahl von Gründen zurückzuführen.

GENDER BIASES sind vorgefasste Meinungen, die die Realität von Frauen in Unternehmen prägen und durchdringen. Frauen werden beim Zugang zu Finanzmitteln, Mentoring, Schulungen und Möglichkeiten aufgrund gesellschaftlicher Vorurteile oft diskriminiert.

- Soziale Erwartungen:

Da Frauen in Unternehmen und bei Networking-Veranstaltungen gegenüber Männern oft in der Überzahl sind, kann es schwierig und nervenaufreibend sein, nur mit männlichen Führungskräften über Geschäfte zu sprechen. Es wird aber von den frauen oft erwartet, dass sie sich stereotyp "männlich" verhalten, z. B. wettbewerbsorientiert, aggressiv und manchmal sogar barsch.

- Es ist schwer, ernst genommen zu werden:

In männerdominierten Bereichen sind Frauen mit Vorurteilen über ihre Führungsqualitäten, mit Vermutungen über ihre Finanzierung oder ihren Karriereweg und sogar mit ihrem Ruf konfrontiert. Es kann ein Kampf sein, ernst genommen zu werden und nicht von diesen Ansichten beeinflusst zu werden, die sich oft in ironischen Kommentaren, unsichtbar verschlossenem Zugang zu wichtigen Kreisen, Missachtung IHRER Führungsentscheidungen und mangelnder Unterstützung äußern können.

- Fehlende Sicherheiten

Frauen verfügen möglicherweise nicht über Vermögenswerte, die als Sicherheiten für Kredite verwendet werden können, was ihnen den Zugang zu Finanzmitteln erschwert.

- Begrenzte Netzwerke

Für den unternehmerischen Erfolg ist ein reichhaltiges und solides Netzwerk entscheidend, aber Frauen berichten, dass es ihnen an geeigneten und verfügbaren Berater:innen und Mentor:innen fehlt. Frauen verfügen nur über begrenzte berufliche

Netzwerke und haben nur begrenzten Zugang zu Informationen über Marktchancen und Branchentrends, was es ihnen schwer macht, ihr Unternehmen auszubauen. Es ist nicht einfach, die richtigen Lösungen, die richtige Unterstützung und die richtige Netzwerkgruppe zu finden.

- Familiäre Verpflichtungen:

In den meisten Haushalten sind immer noch die Frauen die Hauptversorgerinnen. Zusätzlich zu ihrer Arbeit übernehmen sie die meisten häuslichen und familiären Pflichten, und Männer sind bei diesen Aufgaben noch immer nicht gleichberechtigt. Dies bedeutet, dass ihre Verantwortlichkeiten ihre Möglichkeiten einschränken können, an Fortbildungs- oder Netzwerkveranstaltungen teilzunehmen, und dass es schwierig sein kann, ihre beruflichen und familiären Verpflichtungen miteinander zu vereinbaren. Zeit für beide Bereiche zu finden und eine gesunde Work-Life-Balance zu erreichen, kann eine Herausforderung sein.

- Ungleicher Zugang zur Technologie:

Frauen haben möglicherweise nur begrenzten Zugang zu Technologien wie Smartphones oder Computern, was ihre Möglichkeiten einschränkt, auf Online-Marktplätze, soziale Medien oder andere digitale Plattformen zuzugreifen, um ihre Unternehmen zu vermarkten und Kunden zu erreichen.

Diese Herausforderungen können den Erfolg der von Frauen geführten Kleinunternehmen behindern, was wiederum ihren Beitrag zu Wirtschaftswachstum und Entwicklung einschränkt.

Um einige der Herausforderungen individuell zu bewältigen, ist es für Frauen wichtig, ihre Stimme zu finden und nicht an ihren Ideen zu zweifeln; sich über vorgefasste Erwartungen und Vorstellungen von dem, was Männer für eine Führungspersönlichkeit halten, hinwegzusetzen; ihre Führungsqualitäten und -fähigkeiten zu kultivieren und auf den Wert ihres Beitrags zu vertrauen; sich in Unternehmerinnengruppen zu engagieren, die sie inspirieren, unterstützen, ihnen Gleichgesinnte und Mentor:inneen zur Seite stellen, ihnen Zugang zu verschiedenen Finanzierungsmöglichkeiten, Netzwerken und Erfahrungen verschaffen. Sie lernen klar zu sein und sich nicht zu scheuen, nach ihren Bedürfnissen zu fragen; und weiter für eine gleichmäßigere Verteilung aller Aufgaben am Arbeitsplatz und im Haushalt zu kämpfen.[2]

[2] https://www.businessnewsdaily.com/5268-women-entrepreneur-challenges.html

Es ist aber auch wichtig, diese Herausforderungen durch politische Maßnahmen und Programme anzugehen, die Unternehmerinnen unterstützen und die Gleichstellung der Geschlechter fördern. Zu den Strategien zur Bewältigung dieser Herausforderungen gehören Vernetzung und Zusammenarbeit, der Zugang zu staatlichen Programmen und Finanzmitteln, die Nutzung von Technologien und die Entwicklung relevanter Fähigkeiten und Kenntnisse.

Verschiedene Maßnahmen und Programme unterstützen Unternehmerinnen und fördern die Gleichstellung der Geschlechter. Einige dieser Programme sind:

- Zugang zu Finanzmitteln: Regierungen und Organisationen können Unternehmerinnen durch Zuschüsse, Darlehen und Mikrofinanzierungsprogramme finanziell unterstützen. Dies kann Frauen helfen, die Hindernisse beim Zugang zu Finanzmitteln zu überwinden und ihre Unternehmen zu gründen oder zu erweitern.
- Schulungen und Mentoring: Programme, die Unternehmerinnen Schulungen und Mentoring anbieten, können dazu beitragen, ihre Fähigkeiten und Kenntnisse zu erweitern und ihnen wertvolle Netzwerke und Verbindungen in ihrer Branche zu verschaffen.
- Unterstützung für von Frauen geführte Unternehmen: Regierungen und Organisationen können gezielte Unterstützung für von Frauen geführte Unternehmen anbieten, z. B. durch Auftragsvergabe, Netzwerkveranstaltungen und Gründerzentren.
- Geschlechtsspezifische Politik: Regierungen und Organisationen können Maßnahmen entwickeln, die die besonderen Herausforderungen von Unternehmerinnen berücksichtigen, wie etwa familiäre Verpflichtungen und geschlechtsspezifische Vorurteile.
- Technologie und digitale Kompetenz: Programme, die Unternehmerinnen Zugang zu Technologie und Schulungen in digitaler Kompetenz verschaffen, können ihnen helfen, die Technologie zu nutzen, um ihr Geschäft auszubauen und neue Märkte zu erreichen.
- Advocacy- und Sensibilisierungsmaßnahmen: Advocacy- und Sensibilisierungskampagnen können dazu beitragen, das Profil von Unternehmerinnen zu schärfen, geschlechtsspezifische Stereotypen und Vorurteile zu bekämpfen und die Gleichstellung der Geschlechter in der Geschäftswelt zu fördern.

Diese Maßnahmen und Programme können dazu beitragen, ein günstiges Umfeld für den Erfolg von Unternehmerinnen zu schaffen und die Gleichstellung der Geschlechter in der Geschäftswelt zu fördern.

UNTERNEHMENSFÜHRUNG FÜR KLEINUNTERNEHMEN

Was ist eigentlich Small Business Management?

Die Leitung eines Kleinunternehmens ist der Prozess der Planung, Organisation und Kontrolle eines Kleinunternehmens, um dessen Ziele zu erreichen. Dazu gehören verschiedene Tätigkeiten wie die Verwaltung der Mitarbeitenden und der täglichen Abläufe im Unternehmen. Marketing, Finanzen, Betriebsführung und Personalmanagement. Sie sind wichtig, um das reibungslose Funktionieren und Wachstum des Unternehmens zu gewährleisten.

Die Führung kleiner Unternehmen weist einige Besonderheiten auf, die sie von der Führung großer Unternehmen unterscheiden. Hier sind einige wichtige Merkmale der Führung kleiner Unternehmen:

- Begrenzte Ressourcen: Kleine Unternehmen verfügen über begrenzte finanzielle, personelle und technologische Ressourcen, was bedeutet, dass sie bei der Verwaltung ihrer Ressourcen kreativ und innovativ sein müssen.
- Inhaber:innengeführt: Kleine Unternehmen werden häufig von ein und derselben Person oder einer kleinen Gruppe von Einzelpersonen geführt, was zu einem starken Gefühl des persönlichen Eigentums und Engagements für das Unternehmen führen kann.
- Flexible Struktur: Kleine Unternehmen sind oft flexibler als große Konzerne und können sich daher rasch an Veränderungen des Marktes oder des Geschäftsumfelds anpassen.
- Persönlicher Kundenservice: Kleine Unternehmen konzentrieren sich oft auf einen persönlichen Kundenservice und den Aufbau von Beziehungen zu ihren Kunden, was zu einem treuen Kundenstamm führen kann.
- Unternehmerisches Denken: Inhaber kleiner Unternehmen haben oft eine unternehmerische Einstellung, d. h. sie sind bereit, Risiken einzugehen und Chancen zu ergreifen, um ihr Unternehmen auszubauen.
- Lokaler Fokus: Kleine Unternehmen bedienen oft eine lokale Gemeinschaft oder einen Nischenmarkt, was ihnen ermöglicht, ein tiefes Verständnis für ihre Kunden und deren Bedürfnisse zu entwickeln.

- Multifunktionale Aufgaben: Inhaber kleiner Unternehmen müssen oft mehrere Aufgaben wahrnehmen, z. B. Marketing, Finanzen und Betrieb, was von ihnen Vielseitigkeit und Anpassungsfähigkeit verlangt.

Da die Verwaltung von Kleinunternehmen so wichtige Bereiche berührt, muss sie richtig gemacht werden.

Alles was die Unternehmerin tut, wird sich direkt auf die Leistung und Produktivität der Mitarbeiter:innen auswirken - alles, was eine Kleinunternehmerin sagt, hat Auswirkungen, da es kein HR-Team dazwischen gibt. Der Kontakt zu den Mitarbeiter:innen findet wahrscheinlich täglich statt, und deshalb ist es wichtig, gute Arbeitsbeziehungen mit dem Team zu pflegen. De Managerin eines Kleinunternehmens muss sich darüber im Klaren sein, dass ihr Führungsstil einen großen Einfluss auf das Tagesgeschäft des Unternehmens hat, dass sie die Moral des Teams beeinflussen kann und dass sie dem Unternehmen zum Erfolg verhelfen kann oder es in Schwierigkeiten bringt.

Wenn die Managerin eines Kleinunternehmens gut in ihrem Job ist, kann sie immer ein Teil des Unternehmens sein, wenn es mehr und mehr wächst, den Weg für neue Teams ebnen und ein großes Wissen über die Arbeit haben, eine Schlüsselperson für neue Mitarbeiter:innen sein und die Grundlage für zukünftige Unternehmungen schaffen. Die Managerin eines Kleinunternehmens lernt verschiedene Schlüsselaspekte des Unternehmens kennen, darunter Produktentwicklung, Teams und Ressourcen, und wird durch eine ganzheitliche Sichtweise ein Schlüsselelement für die Entwicklung des Unternehmens sein.

Managerinnen von Kleinunternehmen sollten sich auf den Cashflow konzentrieren - die Finanzen sind Teil der Arbeit. Strategische Einstellungen, eine korrekte Budgetierung, die Wahl der richtigen Software und Tools, ein gesunder Cashflow - all das sind Prioritäten für die Führung eines kleinen Unternehmens.

Für die Führung eines Kleinunternehmens sind bestimmte Schlüsselqualifikationen erforderlich. Dazu gehören Transparenz und klare Kommunikation, Aufmerksamkeit für Details und effektives Zeitmanagement. Es ist wichtig, dass Sie klar und effektiv mit Ihren Teams und Geschäftspartnern kommunizieren können und dass Sie auf Details achten, denn Sie werden mit vielen Aufgaben aus verschiedenen Bereichen zu tun haben, und es kann eine Herausforderung sein, kein wichtiges Detail zu übersehen. Sie müssen delegieren, managen, Prioritäten setzen und mit sich und Ihren Teams im Reinen bleiben.

Außerdem sind Beziehungen der Schlüssel zu Unternehmen. Wir sprechen oft nur über gute Beziehungen zu Geschäftspartner:innen, Kund:inneen und Investor:innen, aber auch gute Beziehungen innerhalb Ihres Unternehmens sind wichtig.

TIPPS FÜR DIE FÜHRUNG KLEINER UNTERNEHMEN

I. Trennen Sie Ihre persönlichen und geschäftlichen Finanzen: Sie und Ihr Unternehmen sind getrennte steuerpflichtige Einheiten. Stellen Sie sicher, dass Sie getrennte Finanzunterlagen führen und keine Zahlungen von Ihrem Unternehmen auf Ihr Konto annehmen oder Geschäftsausgaben dort verbuchen.

II. Kosten für Buchhaltungssoftware: Es ist wichtig, dass alle Ihre Finanzen in Ordnung sind. Manchmal versuchen Menschen, Geld zu sparen, indem sie denken, sie könnten Aufgaben wie Buchhaltung oder Buchführung selbst erledigen. Wenn Sie nicht von Anfang an einen Buchhalter einstellen wollen, können Sie eine Buchhaltungssoftware kaufen, mit der Sie in Excel Zeit sparen und die Aufgaben selbst erledigen können. Sie hilft Ihnen, die Ausgaben zu verfolgen, Rechnungen professionell zu versenden und keine Belege zu verlieren.

III. Investieren Sie in Ihre Ausbildung: Versuch und Irrtum ist ein wichtiger Weg, um zu lernen, kann aber viel kosten, wenn dies der einzige Weg ist, den Sie beschreiten. Wenn Sie in Ihre Bildung investieren, in gute Kurse, werden Sie viel zurückbekommen, Zeit sparen, mehr Netzwerke aufbauen Es gibt auch viele kostenlose Kurse, die Ihren Lebenslauf und Ihre Fähigkeiten sinnvoll ergänzen können.

IV. Neue Mitarbeiter:innen gut ausbilden: Um eine hohe Fluktuation zu vermeiden, ein gutes Team zu haben und keine Zeit damit zu verschwenden, die Fehler der Mitarbeiter:innen zu korrigieren, ist es wichtig, dass Sie Ihre Mitarbeiter:innen gut ausbilden. Es braucht Zeit, um alles zu lernen und zu verstehen, was mit ihrer Arbeit zusammenhängt, daher sollten Sie sich Zeit nehmen und einen guten Ausbildungsplan aufstellen.

V. Ignorieren Sie Ihren Posteingang in den ersten 4 Stunden eines jeden Tages: Die ersten Stunden des Tages sind bekanntlich produktiv, aber stellen Sie sicher, dass Sie Ihre Gehirnleistung nicht mit sinnlosen Spam-E-Mails vergeuden. Das kann sich zwar produktiv anfühlen, aber manchmal befassen Sie sich nicht mit dringenden Problemen, sondern verbrauchen trotzdem Energie. Setzen Sie klare Prioritäten bei den Aufgaben und finden Sie eine gute Balance zwischen dringenden und wichtigen Aufgaben. Gerade zu

Beginn ist es wichtig, nicht nur das dringendste zu tun, sondern auch am grundlegenden Aufbau des Unternehmens zu arbeiten.

VI. Investieren Sie in Marketing, denn nur so können Sie die Aufmerksamkeit Ihrer Kund:innen gewinnen. Denken Sie voraus, bereiten Sie sich vor und investieren Sie in Strategien, die für Ihr Ziel und Ihr Unternehmen geeignet sind.

VII. Planen Sie Besprechungen mit sich selbst: Da Sie ein kleines Unternehmen leiten und deshalb selbst eine lange Liste von Aufgaben erledigen müssen, ist es wichtig, dass Sie den Überblick über Ihre Arbeit, Ihre Ziele und das Gesamtbild behalten. Planen Sie ein "Treffen mit sich selbst" ein, um die kurz-, mittel- und langfristigen Ziele zu überprüfen und abzustimmen, und den Geschäftsplan im Auge zu behalten.

VIII. Zahlen Sie Ihre Steuern: Stellen Sie sicher, dass Sie Ihre Steuern und Finanzunterlagen in Ordnung haben und dass Sie die staatlichen Vorschriften einhalten und die Fristen für Zahlungen und Steuern einhalten. So stellen Sie sicher, dass Sie nicht von Geldstrafen oder anderen Komplikationen überrascht werden.

IX. Verbieten Sie sich Multi-Tasking: Versuchen Sie, sich jeweils auf eine Aufgabe zu konzentrieren, um sicherzustellen, dass Sie sie richtig erledigen. Sie können Prioritäten setzen und auswählen, welche Aufgaben Sie erledigen wollen. Dies kann Tippfehler in E-Mails, Fehler, Gehirnnebel auslösen und eine konzentrierte Sicht auf jede einzelne Aufgabe verringern.

X. Sie brauchen eine gute Buchhaltung: Es kann hilfreich sein, jemanden zu haben, an den Sie sich wenden können, wenn Sie Zweifel haben oder Hilfe bei der Buchführung benötigen.

XI. Halten Sie sich 20 % des Tages frei: Überbuchen Sie Ihren Tag nicht völlig. Wenn Sie sich 20 % des Tages freihalten, haben Sie Platz für kurzfristige Dinge, die immer wieder auftauchen. Das hilft auch, dass Sie nicht so viele Überstunden machen müssen und Zeit für Familie und Freunde haben.

XII. Verwenden Sie die Pomodoro-Technik (oder eine ähnliche Technik): Techniken wie Pomodoro helfen Ihnen, sich zu konzentrieren, ohne sich ausgebrannt zu fühlen. Sie legen regelmäßig Pausen ein und helfen Ihrem Gehirn, Leistung zu erbringen, ohne es zu erschöpfen. Die Technik unterteilt Ihre Arbeitszeit in Segmente: 25 Minuten Arbeit, 5 Minuten Pause und Wiederholung. Auf diese Weise entstehen unüberschaubare Arbeitsberge gar nicht erst, aber der sanfte Druck, ein Mini-Projekt in einer Sitzung zu

beginnen und zu beenden, veranlasst Sie, mehr und intelligenter zu arbeiten und sich trotzdem besser zu fühlen.

XIII. Sobald Sie Ihre Mitarbeiter:innen geschult haben, sollten Sie sie nicht mikromanagen: Legen Sie Strategien fest, die es ihnen ermöglichen, mit Ihnen in Kontakt zu treten, ohne Ihre Arbeit zu stören. Sorgen Sie dafür, dass sie selbständig arbeiten können, und konzentrieren Sie sich darauf dafür zu sorgen, dass die Mitarbeiter:innen gut arbeiten können. [3]

XIV. Eine gute und klare Kommunikation mit Ihren Mitarbeiter:innen ist entscheidend: Um dies zu gewährleisten, sollten Sie den Kommunikationsaspekt in Ihre täglichen Arbeitsabläufe integrieren und eine gute Kommunikationsplattform oder -anwendung verwenden, die alle zu nutzen weiß: Instant Messaging, Chats, Videokonferenzen oder Anrufe. Stellen Sie sicher, dass jeder weiß, was und wann er seine Aufgaben zu erledigen hat, und gehen Sie offen auf Ihre Mitarbeiter:innen zu, damit sie das Gefühl haben, dass sie sich an Sie wenden können, wenn dringende Probleme auftreten.

DIGITALES MARKETING UND VERTRIEB FÜR KLEINUNTERNEHMEN

Marketing ist ein wichtiger Bereich für jedes Unternehmen. Es besteht aus der Förderung und dem Verkauf von Dienstleistungen oder Produkten, deren Bereitstellung, Marktforschung und Werbung. Es zielt darauf ab, Kund:innen und Klient:innen anzuziehen und kann über verschiedene Kanäle erfolgen.

Marketing besteht aus mehreren Dimensionen wie Strategien, Taktiken, Kanälen und Inhalten.

Eine Marketingstrategie ist die große Vision dieser Aktivität, der große und umfassende Plan, der sicherstellt, dass alle Marken- und Geschäftsaktivitäten auf die Unternehmensziele abgestimmt sind.

Die Aktivitäten, die ein Unternehmen durchführt, um sein Produkt oder seine Dienstleistung, seine Marke, zu fördern, sind Marketingtaktiken. Sie sind Konzepte, die Kampagnen über das Produkt oder die Dienstleistung vereinheitlichen können.

Marketingkanäle zielen darauf ab, mit der Zielgruppe in Kontakt zu treten und mit ihr zu kommunizieren. Diese Kanäle können bezahlt, kostenlos, online oder traditionell sein.

[3] https://buildfire.com/small-business-management-tips/

Über diese Kanäle wird das Produkt oder die Dienstleistung dem Zielpublikum vorgestellt und das Ziel ist aus dem Publikum aktive Kunden zu machen.

Das digitale Marketing umfasst jegliches Online-Marketing wie soziale Medien, digitale Anzeigen, organische oder bezahlte Suche und Suchmaschinenoptimierung (SEO), Blogbeiträge, E-Mail-Marketing, nutzergenerierte Inhalte (UGC), Videomarketing usw. Weitere Strategien sind der Aufbau einer kundenorientierten Website, die Nutzung von Kundenrezensionen und Erfahrungsberichten sowie die Verwendung von Analysen zur Leistungsmessung der Werbeaktionen. Dies kann dazu beitragen, mehr Zugkraft zu erzeugen, einen Kund:innenstamm aufzubauen, Gespräche und Kundennähe zu fördern, neue Märkte zu erschließen und schließlich neue Strammkund:innen zu gewinnen.

Digitales Marketing für Kleinunternehmen

Für Kleinunternehmen ist das digitale Marketing ein zentraler Bereich, um erfolgreich zu sein. Es ermöglicht ihnen, eine Online-Präsenz und -Erfahrung aufzubauen und ein breiteres Publikum in einer zunehmend digitalen Welt zu erreichen. Die Kund:innen erwarten, dass sie die Marke leicht erreichen können und online ein positives Erlebnis zu haben.

Es ist wichtig, eine gezielte Marketingstrategie zu entwerfen, um den Überblick über Ihre Online-Präsenz zu behalten und Ihre Kanäle entsprechend Ihren Zielen klug auszuwählen. In einer digitalen Marketingstrategie müssen Sie überlegen, wie Sie Ihre Ziele mit bezahlbaren, eigenen und erworbenen Medien über digitale Kanäle erreichen können. Die sorgfältige Ausarbeitung Ihrer Strategie stellt sicher, dass Ihr Unternehmen ein kohärentes, positives, aber auch authentisches Bild von sich vermittelt. Sie sollte festlegen, wie Sie mit Ihrer Zielgruppe in Kontakt treten und potenzielle Kundinnen möglichst individuell ansprechen wollen.

Digitale Marketing-Kanäle

- Marketing für **soziale Medien**

Weltweit verbringen Internetnutzer 38 Prozent ihrer Zeit in sozialen Medien. In Europa nutzten im ersten Quartal 2022 307 Millionen europäische Verbraucher täglich Facebook. Und wenn wir uns die Gründe ansehen, warum Menschen soziale Medien

nutzen, geben 25,9 % an, dass sie sie nutzen, um Produkte zu finden, die sie kaufen möchten.[4]

Daher ist es wichtig, soziale Medien zu nutzen, um für Ihr Unternehmen zu werben und den Umsatz zu steigern. Sie können Ihre Social-Media-Plattformen nutzen, um mit Ihren Zielgruppen in Kontakt zu treten und sich mit ihnen auszutauschen. Durch soziale Medien können Sie Ihre Marke aufbauen, Besucher auf Ihre Website leiten, den Umsatz steigern und mit Ihren Kunden in Kontakt treten.

Sie können Ihre bezahlten, eigenen und erworbenen Medien nutzen und organische Inhalte veröffentlichen, Veranstaltungen organisieren und Werbung in sozialen Medien schalten.

- **E-Mail-Marketing**

E-Mail ist ein weiteres Instrument, das von vielen Menschen genutzt wird: 4,3 Milliarden Nutzer weltweit.[5]

Es ist ein effektiver Kanal, um Ihre Kunden anzusprechen, zu informieren, zu fördern und die Beziehung zu ihnen zu pflegen.

E-Mail-Marketing nutzt E-Mail-Nachrichten, um Ihre Zielgruppe zu erreichen und Ihre Produkte und Dienstleistungen zu bewerben. Sie können damit bestehende Kunden über Neuigkeiten und Angebote informieren, neue Leads generieren und das Markenbewusstsein stärken.

- **Suchmaschinenoptimierung (SEO)**

Als Internetnutzer ist die Suche nach Themen und Produkten zur Norm geworden. Allein im Januar 2023 wurde Google 88,3 Milliarden Mal genutzt. [6]

Die Suchmaschinenoptimierung ist ein führender Marketingkanal, der darauf abzielt, Ihre Website zu positionieren und in der Suche entsprechend zu platzieren, damit Sie Ihr Publikum leichter erreichen. Sie optimiert Ihre Informationen für Suchmaschinen durch Suchmaschinenmarketing (SEM), eine Technik, die darauf abzielt, die Qualität des Verkehrs auf Ihrer Unternehmenswebsite zu verbessern. Diese Technik liefert relevante Suchergebnisse und verbessert das Nutzererlebnis, indem sie die Art der Suchanfragen der Verbraucher analysiert.

- **Vermarktung von Inhalten**

[4] https://ecommercenews.eu/in-europe-romanians-are-most-active-on-social-media/
[5] https://coschedule.com/marketing-strategy/marketing-channels
[6] https://www.similarweb.com/website/google.com/#traffic

Beim Content Marketing geht es um die Erstellung und Verbreitung von Originalinhalten über eine Vielzahl digitaler Kanäle, um den Verbraucher:innen einen Mehrwert zu bieten. Dazu gehören Infografiken, Blogbeiträge, Fotos, Videos und E-Books, die den Nutzer:innen wertvolle Informationen liefern und so die Bindung an Ihre Marke fördern sollen.

Es gibt noch weitere digitale Kanäle, die Sie nutzen können, z. B. Videomarketing, Pay-per-Click-Werbung (PPC), Affiliate-Marketing, Influencer-Marketing, Partnerschaftsmarketing, Empfehlungsmarketing, Mobile Marketing, Display-Werbung usw.

Bei der Auswahl der für Sie am besten geeigneten Programme müssen Sie bedenken, dass jedes Unternehmen anders ist und dass es auf die Höhe Ihrer Ressourcen ankommt. Sie müssen sich dessen bewusst sein:

Ihre Kampagnenziele: Was wollen Sie erreichen? Was sind Ihre Ziele? Mehr Markenbekanntheit? Lead-Generierung? Marktanteil ausbauen? Erstellen Sie eine Liste Ihrer wichtigsten Ziele und wählen Sie entsprechend aus.

Ihre demografische Zielgruppe: Definieren Sie, wen Sie erreichen wollen. Unterschiedliche Demografien reagieren auf unterschiedliche Kanäle. Ältere Generationen nutzen eher E-Mail-Tools als jüngere, die Texting-Tools bevorzugen. Verschiedene Generationen nutzen verschiedene Social-Media-Plattformen. Stimmen Sie Ihre Entscheidungen auf Ihre Zielgruppen ab.

Kampagnenbudgets: Jeder digitale Kanal hat unterschiedliche Kosten. Sie müssen ein angemessenes Budget aufstellen und Ihr Budget entsprechend verwalten! Jeder digitale Kanal ist mit unterschiedlichen Kosten verbunden. Recherchieren Sie und wählen Sie die effektivsten aus.

Zeitplan: Planen Sie Ihre Kampagnen in einem zusammenhängenden Zeitrahmen, um Ihre Ziele zu erreichen. Planen Sie, wie lange Sie die einzelnen Kanäle nutzen werden, planen Sie Posts und überlegen Sie, ob Sie spezielle Kampagnen für besondere Ereignisse wie den Black Friday benötigen. Das Timing und der Zeitrahmen Ihrer digitalen Kampagnen sollten geplant und strukturiert sein, um die effektivsten Ergebnisse zu erzielen.

Im Allgemeinen sollten Sie Ihre Online-Präsenz fördern und dort sein, wo Ihre Zielgruppen sind. Auf diese Weise können Sie für Ihre Kunden erreichbar sein und diese Kanäle zur Kommunikation mit ihnen nutzen.

Für Kleinunternehmen gibt es 3 Marketingstrategien, die zum Erfolg führen

I. Nutzen Sie Tools zur Optimierung Ihrer Inhaltserstellung und -strategie.

Tools mit Automatisierungsfunktionen können zeitsparend und sehr hilfreich für Kleinunternehmen sein, was Ihre Content-Strategie stärken kann. Recherchieren Sie SEO-Software, um die Automatisierungsfunktionen zu nutzen, die Ihnen helfen werden, Ihre Kunden und Zielsuchen zu verstehen und was zu tun ist, um bessere Suchmaschinenergebnisse zu erzielen. Marketing-Automatisierungssoftware kann Ihnen Werkzeuge an die Hand geben, mit denen Sie Marketingaktivitäten planen, strukturieren und messen sowie Aufgaben und Beiträge automatisieren können.

II. Bleiben Sie bei den sozialen Medien.

Es ist wichtig, dass Sie das Interesse Ihres Publikums aufrechterhalten. Der Erfolg auf sozialen Medienplattformen stellt sich nicht immer schnell ein, daher ist es wichtig, dass Sie sich in diesem Bereich kontinuierlich bemühen. Soziale Medienplattformen verfügen bereits über Tools, die Ihnen dabei helfen können, Inhalte für jeden Kanal zu erstellen, Links zwischen den Plattformen herzustellen und Beiträge zu planen. Die Verbindung zu Ihrem Publikum über soziale Medien kann eine starke Beziehung zu Ihrem Unternehmen fördern und die Kommunikation offen halten.

III. Setzen Sie sich mit Ihrem Publikum auseinander.

Für kleine Unternehmen ist es oft schwierig, den Service für bestehende Kunden und die digitalen Marketing- und Vertriebsaktivitäten unter einen Hut zu bringen. Deshalb ist es wichtig, allen 3 Bereichen Aufmerksamkeit zu schenken. E-Mail-Marketing-Plattformen können Ihnen dabei helfen, mit Ihren Kunden in Kontakt zu bleiben und verschiedene Arten von Kampagnen zu organisieren, die auf die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe zugeschnitten sind. Sie bieten Ihnen auch Analysetools, mit denen Sie die Anzahl der Klicks auf die Links überwachen, den Prozentsatz Ihrer Zielgruppe, der die E-Mails öffnet, verfolgen und sich über die Wirksamkeit dieser Kommunikation informieren können.

Referenzen:

https://www.getapp.com/knowledge-base/digital-marketing-for-small-businesses/
https://terakeet.com/blog/digital-marketing-channels/

https://coschedule.com/marketing-strategy/marketing-channels

https://ecommercenews.eu/in-europe-romanians-are-most-active-on-social-media/

SOZIALE UND ÖKOLOGISCHE VERANTWORTUNG FÜR KLEINUNTERNEHMEN

Soziale Verantwortung ist heutzutage aufgrund des Wandels der gesellschaftlichen Normen ein wichtiger Aspekt. Sie besteht in der Überzeugung, dass Unternehmen nicht nur auf Gewinn ausgerichtet sein sollten, sondern auch so handeln sollten, dass wir alle, die ganze Gesellschaft, davon profitieren. Für Kund:innen und Investor:innen ist es wichtig zu wissen, ob eine Marke sozial verantwortlich handelt und ob sie zum Wohl der Gesellschaft und der Umwelt beiträgt. Einige Statistiken belegen dies gut:

- 76 % der Verbraucher geben an, dass sie keine Geschäfte mit einem Unternehmen machen würden, das eine Meinung vertritt oder eine Agenda unterstützt, die im Widerspruch zu ihrer eigenen steht.
- 55 % der Verbraucher sind bereit, mehr für Produkte und Dienstleistungen zu zahlen, die zu einem positiven Wandel beitragen.
- Über 90 % der Käufer weltweit sind bereit, zu Marken zu wechseln, die einen guten Zweck unterstützen.
- 90 % der befragten Verbraucher neigen eher dazu, sozial verantwortlichen Unternehmen zu vertrauen und ihnen die Treue zu halten, als Unternehmen, die diese Eigenschaften nicht aufweisen.
- 90 % der befragten Käufer würden Unternehmen aktiv boykottieren, wenn sie feststellen würden, dass diese in unverantwortliche Geschäftspraktiken verwickelt sind, wobei 55 % der Befragten dies im vergangenen Jahr bereits getan haben.
- 91 % der Weltbevölkerung wollen, dass Unternehmen mehr tun als nur Gewinn zu machen.
- 88 % der Menschen wollen über die SR-Bemühungen eines Unternehmens Bescheid wissen, und 84 % würden Freunden und Verwandten von den CSR-Bemühungen eines Unternehmens erzählen".
- 85 % der Kunden haben ein positiveres Bild von einem Produkt oder Unternehmen, wenn es eine Sache unterstützt, die ihnen am Herzen liegt.
- 92 % wollen ein Produkt kaufen, das einen guten Zweck unterstützt.
- 72 % der Verbraucher sind der Meinung, dass Unternehmen eine rechtliche Verantwortung gegenüber den Menschen und dem Planeten haben sollten.[7]

Vor allem die jüngere Generation setzt sich für soziale und ökologische Belange ein und hofft, den Wandel in unserer Welt voranzutreiben. Verbesserungen, nicht nur Profit. 94

[7] https://impactmarketingclub.com/list-statistics-demonstrate-importance-csr/

% der Gen-Z stimmen zu, dass Unternehmen dringende soziale und ökologische Probleme angehen sollten. Es ist bekannt, dass unser heutiges Handeln - oder das Fehlen desselben - große Auswirkungen auf die nächsten Generationen haben wird, daher ist soziale Verantwortung entscheidend, um voranzukommen. Diese Gruppen möchten auch Teil dieses Wandels sein und sind eher bereit, sich freiwillig zu engagieren oder zu spenden.
Soziale Verantwortung trägt dazu bei, positive Veränderungen zu bewirken, das Richtige zu tun und das Vertrauen der Kunden zu stärken. Kunden und Verbraucher bevorzugen Produkte und Dienstleistungen von Marken mit sozialer Verantwortung, weil sie das Gefühl haben, dass sie ihren Teil dazu beitragen und sorgfältiger auswählen.

Es gibt viele Möglichkeiten, wie Unternehmen ihre soziale Verantwortung wahrnehmen können, z. B. durch die Förderung von Philanthropie und Freiwilligenarbeit, ethische Arbeitspraktiken und die Förderung des Umweltschutzes. Alle Unternehmen können soziale Veränderungen bewirken, von den größeren bis zu den kleinsten. Einige Beispiele für die soziale Verantwortung von Unternehmen können sein:

- Lieferanten haben, die die ökologischen Anforderungen erfüllen,
- Abfall begrenzen,
- Reduzierung des Kohlenstoff-Fußabdrucks,
- Fairer Handel,
- gerechte Löhne,
- Verbesserung der Arbeitspolitik,
- Eingliederung, Gerechtigkeit und Vielfalt,
- Förderung des sozialen Wandels,
- Sozial- und umweltbewusste Investitionen
- usw.

Für Kleinunternehmen ist dies wichtig: Soziale und ökologische Verantwortung trägt zum Aufbau eines positiven Markenimages bei, stärkt die Kundenbindung und zieht sozial bewusste Verbraucher an. Außerdem werden dadurch die Umweltauswirkungen verringert und nachhaltige Geschäftspraktiken gefördert. Dies sollte eine Priorität sein, und das kann es auch:

1. Verbessern Sie das Engagement Ihrer Mitarbeiter:innen: Da es sich um ein Kleinst- oder Kleinunternehmen handelt, kann die Förderung von Programmen zur sozialen Verantwortung Ihnen helfen, das Team zusammenzuhalten. Sie können Ihre Mitarbeiter:innen in die Initiativen einbeziehen und hören, was sie

beizutragen haben. Wenn sie ein Ziel haben, das größer ist als sie selbst, können sie sich engagierter und engagierter fühlen. Einen Unterschied zu machen, kann ihre Arbeit fördern und ihnen helfen, an den Zweck Ihres Unternehmens zu glauben.

2. Die Darstellung Ihres Zwecks und Ihrer Mission kann Ihnen helfen, den Markt zu erobern und sich von Ihren Mitbewerbern zu unterscheiden.
3. Schnellere Reaktionen: Da Ihr Unternehmen kleiner ist, können Sie schnellere und effizientere Entscheidungen über Ihre Programme zur sozialen Verantwortung treffen oder sie schneller in die Tat umsetzen und so schneller etwas für Ihre Umwelt und Ihre Gemeinschaft bewirken.
4. Starke Beziehungen: Diese Programme können Ihre Beziehungen verbessern, sowohl zu Ihren Mitarbeitern als auch zu Ihrer Gemeinschaft und Ihren Kunden, wodurch Sie deren Vertrauen und ein gutes Image gewinnen und erhalten können.

Um sozial verantwortliche Programme auf sinnvolle Weise zu entwickeln, müssen Sie klare Schritte unternehmen.
Überlegen Sie, in welchem Bereich Sie soziale, ökologische und wirtschaftliche Wirkungen erzielen wollen. Legen Sie sie in das SMART-Modell, um klar zu planen, wie sie erreicht werden sollen: Spezifisch, Messbar, Attraktiv, Realistisch, Terminiert
Legen Sie alle Ihre Aktionspläne detailliert dar: Sie müssen einen detaillierten Plan haben, um Ihre SMART-Initiativen zu erreichen. Entscheiden Sie, mit wem Sie zusammenarbeiten werden, oder was Sie tun werden, um jedes Ziel zu erreichen.
Setzen Sie geeignete Marketingstrategien ein: Sie müssen sorgfältig darauf achten, wie Sie die Vermarktung Ihrer sozial verantwortlichen Programme gestalten. Sie dürfen nicht den Anschein erwecken, dass Sie prahlen, aber Sie müssen auch sicherstellen, dass Sie vermitteln, was Sie tun und warum.

- Die Einbindung Ihrer Mitarbeiter:innen in Ihr Marketing und Ihre Kommunikation kann eine gute Lösung sein. Das Teilen ihrer guten Aktionen als Botschafte:innen auf ihren Social-Media-Plattformen kann eine große Wirkung haben.

- Ständige Überprüfung: Für jedes SMART-Ziel sollten Sie sicherstellen, dass Sie es messen und verfolgen können. Sammeln Sie in regelmäßigen Abständen wichtige Informationen und bewerten Sie Ihre Wirkung und ob Sie sich Ihren Zielen nähern.

- Verbessern Sie Ihre Aktionen: Es ist in Ordnung, wenn Ihr Programm nicht von Anfang an perfekt ist. Es ist auch gut, wenn Sie sich im Laufe der Zeit verbessern und sich verpflichten, bei Bedarf Änderungen vorzunehmen. Stellen Sie sicher, dass Sie Feedback von allen Beteiligten und Daten sammeln - und dann entsprechend Änderungen und Verbesserungen vornehmen.

REFERENZEN:
https://digitalmarketinginstitute.com/blog/corporate-16-brands-doing-corporate-social-responsibility-successfully
https://www.linkedin.com/pulse/corporate-social-responsibility-csr-small-businesses-why-matters-?trk=pulse-article_more-articles_related-content-card
https://www.investopedia.com/terms/s/socialresponsibility.asp

ZUSAMMENARBEIT UNTER GLEICHGESINNTEN FÜR KLEINUNTERNEHMEN

Die geschäftliche Zusammenarbeit ermöglicht es Ihnen, Ihre Verbindungen zu nutzen, indem Sie Ihre Anstrengungen bündeln, um neue Ideen zu entwickeln, gemeinsame Ziele zu erreichen und bessere Lösungen zu finden. Dies kann ein großer Schritt sein, von dem Sie und Ihre Partner profitieren können.

Auch wenn viele Unternehmenseigentümer:innen die Bedeutung der Zusammenarbeit zunächst nicht erkennen, so ist sie doch entscheidend für das Erreichen größerer Ziele und Ergebnisse.

Für Kleinunternehmen kann dies sogar besonders vorteilhaft sein. Die Zusammenarbeit unter Gleichgesinnten beinhaltet eine Partnerschaft mit anderen Kleinunternehmen oder Unternehmern, um Ressourcen, Wissen und Fachkenntnisse zu teilen.

Die Zusammenarbeit unterMenschen mit ähnlichen Werten und Visionen oder Arbeitsfeldern, hat viele Vorteile, wie z. B:

- Gemeinsame Nutzung von Ressourcen: Ressourcen, die der Einzelne vielleicht nicht kennt oder zu denen er keinen Zugang hat, werden verfügbar.
- Zeitersparnis: Gemeinsames Arbeiten spart Zeit und rationalisiert die Arbeitsabläufe in Ihrem Team.
- Lernmöglichkeiten: Durch die enge Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen konnten viele Mitarbeiter:innen von dem in diesem Prozess erworbenen Fachwissen und den Fähigkeiten profitieren und dieses Wissen in der Folgezeit anwenden.
- Innovation: Neue Erkenntnisse, neue Arbeitsweisen und neue Ideen können Unternehmen neue Visionen geben und ihre Produkte oder Dienstleistungen verbessern.

Diese externe geschäftliche Zusammenarbeit kann in verschiedenen Formen erfolgen, z. B. durch Netzwerkveranstaltungen, Partnerschaften und Joint Ventures. Es ist wichtig, klare Ziele und Erwartungen festzulegen, effektiv zu kommunizieren und Verantwortlichkeiten und Belohnungen gerecht zu verteilen. Je nach Ihren Zielen müssen Sie entscheiden, welche Art der Zusammenarbeit für Sie am vorteilhaftesten ist.

- Allianz: Bei einer Allianz handelt es sich um eine traditionellere Form der Zusammenarbeit, an der in der Regel 2 oder 3 Unternehmen beteiligt sind, die gemeinsam an einem Ziel arbeiten und ihr Wissen und ihre Ressourcen gemeinsam nutzen. Sie kann sehr gut für Unternehmen sein, die ein anderes Unternehmen benötigen, um eine Lücke in ihrem Wissen oder in einem bestimmten Bereich vorübergehend zu füllen.

- Co-opetition - diese Art der Zusammenarbeit wird zwischen Wettbewerbern vereinbart. Wenn Sie sich mit Ihren Konkurrenten zusammentun, können Sie viele Kosten einsparen, Ressourcen gemeinsam nutzen, Doppelarbeit vermeiden und neue Kunden für beide Seiten gewinnen.

- Portfolio: Eine Portfolio-Zusammenarbeit kann eine Option sein; sie besteht darin, dass eine große Organisation eine umfassende Zusammenarbeit mit mehreren kleineren externen Partnern betreibt. Die zentrale Managementorganisation legt die Regeln für die Zusammenarbeit fest und hält sie am Laufen. Dies kann viele der Vorteile einer Allianz bieten, ist langfristig angelegt und schafft mehr Verbindungen zwischen Unternehmen. Denken Sie jedoch daran, dass das größere Unternehmen die Regeln festlegt. Stellen Sie also sicher, dass Ihre Ziele übereinstimmen und dass Sie von der Zusammenarbeit profitieren.

- Community - diese Art der Zusammenarbeit konzentriert sich auf die Zusammenarbeit mit Einzelpersonen oder Unternehmen aus Ihrer Gemeinschaft. Das kann Ihr Unternehmen oder Ihre Kundengemeinschaft sein. Sie kann durch Influencer in den sozialen Medien oder durch Partnerschaften mit lokalen Unternehmen erreicht werden.

- Netzwerk - dies beinhaltet die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen, die die gleichen Ziele oder Werte verfolgen wie Sie, ob sie nun Konkurrenten sind oder nicht. Durch die Vernetzung erhalten Sie Zugang zu anderen Kundenstämmen, Ressourcen und Wissen, wobei Sie gleichzeitig dieselben Ziele verfolgen und an für beide Seiten vorteilhaften Projekten mitarbeiten können.

- Ökosystem - es besteht aus langfristigen Kooperationen zwischen mehreren voneinander z.B. in einer Lieferkette abhängigen Unternehmen. Im Gegensatz zu Allianzen, Portfolios oder Netzwerken sind sie nicht so fest verbunden, können aber Wissen, Fähigkeiten und Innovationen untereinander teilen.

- Wiki - dies ist ein Online-Bereich mit nützlichen Informationen und Handbüchern, Anleitungen und Seiten, die von den Benutzern erstellt werden. Es ist eine großartige Möglichkeit, Informationen und sinnvolles Wissen auszutauschen, einen Beitrag zur Unternehmenskultur zu leisten und die Ausbildung zu verbessern.

- Cross-Promoting - dies ist eine Zusammenarbeit, die darin besteht, andere Unternehmen auf Ihrer Plattform zu präsentieren und umgekehrt. Dies kann über Social-Media-Plattformen erfolgen: gemeinsame Seiten, gemeinsame Werbeaktionen, das Schreiben von Gastbeiträgen auf der jeweils anderen Plattform oder gemeinsame Podcasts.
- Networking-Veranstaltungen - diese Veranstaltungen können sich hervorragend eignen, um neue Investor:innen, neue Kund:innen oder zukünftige Mitarbeiter:innen zu finden.

- Gemeinschaftsveranstaltungen - Diese Art von Veranstaltungen können für Kleinunternehmen sehr nützlich sein, da sie Sie mit potenziellen Mitarbeiter:innen und Kund:inneen zusammenbringen. Sie helfen Ihnen auch, in der Öffentlichkeit breiter sichtbar zu werden, als sie es allein könnten. Es kann von Vorteil sein, eine Gemeinschaftsveranstaltung mit anderen lokalen Unternehmen auszurichten, um Beziehungen zu pflegen, die schließlich in langfristige Partnerschaften münden.

Sie müssen aktiv und strategisch nach Kooperationen suchen. Nutzen Sie Ihre Chancen, indem Sie am richtigen Ort sind und mit den richtigen Personen Kontakt aufnehmen. Eine vorteilhafte Zusammenarbeit sollte zu einer Win-Win-Situation zwischen Ihnen und Ihren Partner:innen führen.

Auch Ihre Mitarbeiter:innen sind ein wesentlicher Bestandteil ihrer Vernetzung. Beginnen Sie damit, ein kollaboratives Umfeld und eine kollaborative Mentalität in Ihrem eigenen Unternehmen zu schaffen, und zwar intern. Das wird Ihre Mitarbeiter:innen zufriedener machen. Konzentrieren Sie sich auf kollaborative Werkzeuge oder Projekte statt auf Wettbewerb. So können Sie bessere Ergebnisse erzielen.

Sie können die Zusammenarbeit auch in Ihren Geschäftsplan aufnehmen, da dies eine Strategie zur Maximierung und zum Wachstum Ihres Unternehmens ist. Wenn Sie diese Einstellung fördern, wird es für Sie und Ihr Unternehmen einfacher und natürlicher werden. Zusammenarbeit kann Ihre Chancen verdoppeln und sollte ein Ziel sein, das Sie im Auge behalten sollten.

REFERENZEN:
https://www.ringcentral.com/gb/en/blog/business-collaboration/
https://www.linkedin.com/pulse/importance-peer-collaboration-frank-st-john

https://www.linkedin.com/pulse/advantages-collaboration-business-lorraine-garvie?trk=pulse-article_more-articles_related-content-card

LERNEN SIE UNSERE EXPERTEN UND AUSBILDER KENNEN

Die XTEAM-FEM-Projektkurse werden von einem Team von Experten und Ausbildern entwickelt, die sich der Bereitstellung hochwertiger Schulungen über unsere E-Learning-Plattform verschrieben haben.

Unsere Trainer und Links zu ihren Kursen und Informationen:

Rita Bernardino: SOS Domina as tuas Emoções
Raquel Pelicano: Concretiza - Da Ideia à Ação
Paula Duarte: Desvenda o teu Propósito
Sandra Caracol: FREE - Reconecta-te e Empodera-te
Sandra Félix: Ganha Tempo na tua Agenda
Rita Nunes: Networking 1.0 - As Bases para obteres resultados no teu negócio
Regina Courela: Rentabiliza-te - Transforma o teu talento num negócio
Marcelle Rebelo: Kreatives Schreiben im Verkauf

Seien Sie dabei und nutzen Sie die Gelegenheit, Teil einer ständig wachsenden Lerngemeinschaft zu sein. Verlieren Sie keine Zeit mehr und melden Sie sich jetzt über die oben stehenden Links an. Nutzen Sie die Gelegenheit, einige Erfahrungsberichte unserer Ausbilder zu lesen.
Verändern Sie Ihr Leben!

RITA BERNARDINO

Wer ich bin?

Rita Bernardino, 52 Jahre alt und Mutter eines Teenagers. Ich reise gerne, lerne Fremdsprachen, lese, meditiere, gehe spazieren und singe. Themen, über die ich gerne lese, rede und forsche: Psychologie, menschliches Verhalten, Neuropsychologie, Spiritualität, persönliche Entwicklung, Elternschaft und Minimalismus.

Ich glaube, dass das Leben viel mehr ist als nur zu arbeiten, um Rechnungen zu bezahlen. Für mich macht der Satz "Such dir einen Job, den du liebst, und du wirst keinen einzigen Tag in deinem Leben arbeiten müssen", absolut Sinn. Und ich bin gesegnet, weil ich 3 verschiedene Arten von Jobs gefunden habe, die sich gegenseitig ergänzen.

Was tue ich?

Klinische Psychologin und ganzheitliche Therapeutin mit mehr als 27 Jahren Erfahrung auf dem Gebiet der mentalen, energetischen und spirituellen Gesundheit. Über 5.000 Klienten in Psychotherapie und ganzheitlichen Therapien. Ich habe mehr als 10.000 Menschen in verschiedenen Themen wie Meditation, ganzheitliche Psychologie, Energieheilung, Reiki, Karuna, Heilung der Vergangenheit, Lichtkörperaktivierung, Heilung von Trauer und Familienbeziehungen, Heilung von Ahneneinflüssen, Radionik-Tisch, Space Clearing, Aromatherapie, u.a. ausgebildet.

Wofür habe ich eine Leidenschaft?

Ich bin leidenschaftlich über das Leben und die Freiheit. Es war schon immer mein Ziel, andere Frauen zu stärken und ihnen zu helfen, ihr bestes Leben zu leben und ihren Träumen zu folgen.

Was können andere Frauen von mir lernen?

Ich habe im Wesentlichen 3 Arbeitsbereiche: Ganzheitliche psychologische Beratungen; Training und Mentoring; dōTERRA Wellness-Berater.

In meinen psychologischen Beratungen verwende ich einen ganzheitlichen Ansatz, das heißt, wir arbeiten auf der emotionalen, mentalen und spirituellen Ebene. Der ganzheitliche Ansatz ermöglicht es uns, die Ursache der Probleme anzugehen. Durch verschiedene fortschrittliche Techniken wie Neurowissenschaften, Quantenphysik und das Energiefeld können wir die Ursache angehen, die Anzahl der Sitzungen reduzieren und das Problem an der Wurzel lösen.

Es können Situationen aus diesem Leben oder aus früheren Leben angesprochen werden, und es können verschiedene Techniken angewandt werden: Ganzheitliche Psychotherapie, Bioenergetik, Transzendentale und Transpersonale Psychotherapie, Psycho-Ko-Therapie, Energie-, Quanten- und Radionik-Therapien und Aromatherapie.
Ich habe einige Ausbildung in Person und online zur Verfügung: Aromatherapie, Meditation und Radionik-Tisch. Und vor kurzem habe ich ein komplettes Programm entwickelt, das zu 100% online und exklusiv für Frauen ist. Im Programm "Vida Plena" können Sie lernen, wie Sie die emotionalen, mentalen und energetischen Auslöser, die Ihr Leben stören und konditionieren, deaktivieren können! Mit Hilfe des "Full Life Program" können Sie ein erfolgreicheres Leben führen, Ihre Beziehungen verbessern, Ihr Selbstwertgefühl steigern und Ihre Energie erhöhen.

Mein drittes Berufsfeld (dōTERRA-Wellness-Beraterin) ermöglicht es mir, Frauen durch Aromatherapie zu einem ausgeglicheneren Leben zu verhelfen, besser zu schlafen, den Hormonhaushalt zu regulieren, Emotionen zu bewältigen und sogar ein passives Einkommen zu erzielen. Ich biete Beratungen und Schulungen an, wenn Sie Ihr Wissen über ätherische Öle vertiefen und/oder mit mir arbeiten möchten. Die Tätigkeit als dōTERRA-Wellness-Beraterin beeinträchtigt nicht Ihren Hauptberuf und kann in Teilzeit ausgeübt werden, so dass Sie Ihren Zeitplan und Ihr monatliches Einkommen selbst bestimmen können.

RAQUEL PELICANO

Wer bin ich?

Ich bin Raquel Pelicano, eine Ehefrau, Mutter und Freundin, die sich leidenschaftlich für die menschliche Entwicklung, die Natur und die Menschen einsetzt. Ich habe einen Abschluss in Unternehmensorganisation und -management von der Universidade Moderna do Porto, sowie einen Master in Internationaler Wirtschaft und Management von der Universidade de Economia do Porto. Außerdem bin ich internationaler Trainer für Neurolinguistisches Programmieren von ITA - NLP, ausgebildet von NLP-Mitbegründer John Grinder, und High-Performance Coach von der Susana Torres Academy. Ich bin auch ein zertifizierter Online-Trainer und ein zertifizierter Dgert-Trainer.

Was tue ich?

Derzeit helfe ich Menschen, ihre Ziele zu erreichen und ihr Leben positiv zu verändern. Dies tue ich durch Coaching- und Neurolinguistisches Programmiertraining sowie durch maßgeschneiderte Coaching- und Mentoring-Programme. Ich biete sowohl Life-Coaching-Prozesse für Menschen an, die noch auf der Suche nach Antworten sind und ihren inneren Prozess beginnen, als auch High-Performance-Coaching-Prozesse für Menschen, die an Fokus und Ergebnissen arbeiten wollen. Ich halte auch Vorträge und Workshops, die auf das jeweilige Zielpublikum zugeschnitten sind.

Wofür habe ich eine Leidenschaft?

Wie bereits erwähnt, gilt meine Leidenschaft der menschlichen Entwicklung, der Natur und den Menschen. Ich liebe es, mit Menschen zusammen zu sein und ihre Transformationsprozesse zu teilen, sei es durch Coaching oder Training. Die Momente, die ich am meisten genieße, sind, wenn ich die Entwicklungsprozesse jedes Einzelnen sehe und verfolge, ihre Einsichten und wie sie Herausforderungen überwinden. Ich glaube, dass wir alle in der Lage sind, alles zu erreichen, was wir uns vornehmen, und die Zusammenarbeit mit Menschen, die zu mir kommen, um ihre Ziele zu erreichen, gibt mir ein tiefes Gefühl von Glück und Erfüllung.

Was können andere Frauen von mir lernen?

Ich glaube, dass jede Frau stark und fähig ist, ihre Träume zu verwirklichen und die Ergebnisse zu erreichen, die sie sich vorgenommen hat. Was ich zu bieten habe, ist mehr als nur Unterricht; ich helfe Frauen, sich darüber klar zu werden, wer sie sind, was sie wollen und wie sie es erreichen können. Ich kann Frauen helfen, zu verstehen, dass

es Werkzeuge und Strategien gibt, die sie in ihrem täglichen Leben einsetzen können, um jeden Tag besser zu machen. Ich kann Frauen auch dabei helfen, zu erkennen, dass das Glück in uns selbst liegt und dass wir die Schöpfer unseres eigenen Schicksals sind. Mit meiner Erfahrung und Ausbildung in Coaching und Mentoring kann ich jede Frau in ihrem Wachstums- und Selbstfindungsprozess begleiten und ihr helfen, ihr volles Potenzial auszuschöpfen.

PAULA DUARTE

Wer ich bin?

Meine Reise ist die Geschichte einer schüchternen und unglücklichen Frau, die davon träumte, frei zu sein.

Viele Jahre lang suchte ich nach einem tieferen Sinn für mein Leben, war aber meist in Gefühlen der Unsicherheit und Versagensangst gefangen.

Alles änderte sich, als ich beschloss, Gewicht zu verlieren und mein Selbstwertgefühl wiederzuerlangen. Ich war endlich in der Lage, neue Möglichkeiten zu erkunden und authentischer und wahrhaftiger zu leben.

Heute versuche ich, eine Inspiration für alle zu sein, die nach Freiheit und persönlicher Entfaltung suchen.

Wenn mich meine Reise eines gelehrt hat, dann, dass wir mit Entschlossenheit und Mut das erobern können, was wirklich wichtig ist, und ein erfülltes und ausgeglichenes Leben führen können.

Was tue ich?

Ich habe einen Abschluss in Öffentlichkeitsarbeit und Werbung und habe 23 Jahre lang in der öffentlichen Kommunalverwaltung in den Bereichen Veranstaltungen, Tourismus und Umwelt gearbeitet. Im Jahr 2019 änderte ich meinen Lebensstil, indem ich durch eine Ernährungsumstellung 27 kg abnahm, was eine Veränderung auf persönlicher und beruflicher Ebene bewirkte.

Meine Leidenschaft gilt der menschlichen Entwicklung, und im Laufe der Jahre habe ich mehrere ergänzende Ausbildungen absolviert, von denen ich das Coaching, das NLP (Neurolinguistisches Programmieren) und verschiedene alternative Therapien hervorhebe. Derzeit bin ich Life Coach, Mentorin und zertifizierte Trainerin. Mein Motto lautet: "Verwandle Herausforderungen in Chancen und verändere dein Leben mit Balance!" Ich helfe müden Frauen, ein Gleichgewicht für ein erfülltes, zielgerichtetes und unapologetisches Leben zu finden.

Wofür habe ich eine Leidenschaft?

Wir alle haben Leidenschaften, durch die wir uns lebendig und erfüllt fühlen. Es sind Momente, die uns mit Energie und Begeisterung erfüllen, die uns motivieren, besser zu werden, und die uns manchmal auch dazu bringen, Hindernisse zu überwinden.

Ich liebe es, zu reisen, neue Kulturen kennen zu lernen und andere Realitäten zu erleben.

In der Natur zu sein, beruhigt meinen Geist, der extrem schnelllebig ist, dort fühle ich mich in Frieden und Gemeinschaft. Eine weitere große Leidenschaft ist das Kochen, wo ich gerne Risiken eingehe, kreativ werde und mit verschiedenen Geschmacksrichtungen experimentiere.

Was können andere Frauen von mir lernen?

Das Ziel ist die Kraft, die uns antreibt, uns motiviert und dem Leben einen Sinn gibt. Wenn wir mit unserem Ziel im Einklang sind, fühlen wir ein Gefühl der Erfüllung und Zufriedenheit, selbst angesichts der Herausforderungen, die uns auf unserem Weg begegnen.

Manchmal fühlen wir uns jedoch verloren oder von unserer Bestimmung abgewandt, und dann werden Veränderungen im Leben notwendig. Veränderungen können beängstigend sein, aber sie sind der Schlüssel, um einen neuen Weg zur persönlichen Entfaltung zu finden.

Selbstwertgefühl und Selbstvertrauen sind der Schlüssel zu diesem Veränderungsprozess. Wenn wir an uns selbst und unsere Fähigkeiten glauben, haben wir den Mut, uns unseren Ängsten zu stellen und vorwärts zu gehen.

Dies sind die grundlegenden Schritte auf dem Weg zu einem sinnvolleren Leben. Es ist ein Weg der Entdeckung und des persönlichen Wachstums, der Mut, Beharrlichkeit und Offenheit für neue Möglichkeiten erfordert. Und auf dieser Reise zur Sinnfindung und zur Veränderung Ihres Lebens kann ich Ihnen helfen!

SANDRA CARACOL

Wer ich bin?

Ich bin so viele Dinge, dass ich hier keinen Platz hätte, um sie zu schreiben, aber ich werde Ihnen ein wenig darüber erzählen, was mich zu diesem Tag gebracht hat.

Ich bin ohne Selbstwertgefühl und Selbstvertrauen aufgewachsen, was dazu geführt hat, dass ich mit 23 Jahren die Chance ergriffen habe, in einer Bank zu arbeiten, als sich mir die Möglichkeit bot, ohne dass ich mich jemals erfüllt gefühlt hätte, da ich zwar einen künstlerischen Hintergrund hatte, aber glaubte, nichts zu können.

Ich war mit 25 Jahren Mutter eines Jungen und mit 36 Jahren eines Mädchens, und sie war es, die mich provozierte und herausforderte, bis ich spürte, dass ich etwas für mich selbst tun musste, um die Mutter zu sein, die sie brauchte und verdiente.

Was tue ich?

Es war ein langer Weg mit einigen Höhen und Tiefen, aber er führte mich schließlich zum Coaching, in das ich mich verliebte und das mir das Gefühl gab, dass ich auch zu Hause weiter an mir arbeiten konnte, über die wöchentlichen Sitzungen hinaus.

Schließlich wurde ich selbst Coach und habe mehrere Ausbildungen absolviert, u.a. die internationale Zertifizierung in Human Transformation Coaching, Emotional Coaching, NLP (Neurolinguistisches Programmieren) und Parenting Educator, und heute helfe ich anderen Frauen, die wie ich sehen, dass verschiedene Bereiche ihres Lebens durch den Mangel an Selbstliebe beeinträchtigt werden.

Wofür habe ich eine Leidenschaft?

Es gibt viele Dinge, die ich leidenschaftlich gerne mache. Ich liebe es, mit der Natur in Kontakt zu sein, die Sonne auf meinem Gesicht zu spüren, den Wind zwischen den Bäumen zu hören oder das Wasser in einem Bach fließen zu hören. Ich liebe ein gutes Buch und einen Kinobesuch, der mich in den Film versetzt. Ein Mittag- oder Abendessen unter Freunden, bei dem ich keine Zeit habe, es zu beenden. Musik und freies Tanzen lassen mich lebendig fühlen und erfüllen mich mit Energie.

Aber was mein Herz am meisten zum Flattern bringt, sind die Zeugnisse von Kunden, die von ihren kleinen Erfolgen berichten, und das Gefühl, dass ich in irgendeiner Weise dazu beigetragen habe, ihr Leben zu verändern.

Was können andere Frauen von mir lernen?

Wir leben in einer Kultur, in der das Äußere im Vordergrund steht, das Aussehen, das am wichtigsten ist und so oft trügerisch ist.
Ganz hinten auf unserer Prioritätenliste steht die Beziehung zu uns selbst, doch wie können alle anderen Beziehungen in unserem Leben gut funktionieren, wenn wir uns selbst nicht lieben können?
Wir überfordern uns selbst, vergleichen uns mit dem, was wir in anderen sehen, und die kritische Stimme lässt uns nicht los ("Du hättest nicht sagen/ tun sollen...", "Was glaubst du, wer du bist?", "Das ist nichts für dich" usw.).
Selbst wenn wir in einer großartigen Beziehung leben und einen Beruf haben, den wir lieben, können wir ohne Selbstliebe, ohne zu mögen, wer wir sind, nicht wirklich glücklich und in Frieden sein.
Ich habe das am eigenen Leib erfahren und weiß, welche Auswirkungen es auf mein Berufsleben, meine Beziehungen, meine Kinder usw. hatte. Heute gebe ich anderen Frauen die Werkzeuge an die Hand, die mir am meisten geholfen haben, damit auch sie lernen können, sich so zu lieben, wie sie sind, und ihren wahren Wert zu erkennen, noch bevor sie "perfekt" sind.

SANDRA FÉLIX

Wer bin ich?

Ich bin eine 53-jährige Frau, seit 28 Jahren mit Jorge, meinem Lebens- und Geschäftspartner, verheiratet, und wir haben eine 26-jährige Tochter, Catarina. Ich liebe Filme, Bücher, den Strand und Reisen. Ich verbringe gerne Zeit mit Freunden und schreibe. Die Familie ist sehr wichtig für mich, sie ist mein Ausgleich. Ich habe einen Abschluss in Öffentlichkeitsarbeit und Werbung und ein Aufbaustudium in Marketing absolviert, aber im Coaching und Training kann ich mich voll und ganz verwirklichen. Ich bin international zertifiziert in Life Coaching und Master Coaching. Ich bin zertifiziert in Neurolinguistischem Programmieren, und ich bin zertifiziert in Master Executive und Business Coaching und High-Performance Coaching.

Was tue ich?

Ich helfe Unternehmern und Führungskräften dabei, überdurchschnittliche Ergebnisse zu erzielen, ihre persönlichen und beruflichen Ziele in Einklang zu bringen und ihre Produktivität zu steigern, während sie ihre beste Version von sich selbst entwickeln. Ich entwickle Trainingsprogramme in den Bereichen Verhalten und Wirtschaft. Ich bin Spezialist für High-Performance Leadership und habe die C.O.N.F.I.A.R. Methode entwickelt.

Ich bin der Autor der E-Books: "5 Techniken, um Zeit auf der Agenda zu schaffen"; "5 unfehlbare Techniken, um selbstbewusster zu werden, und Mitautor des E-Books "3 Gründe, ein Intra-Unternehmer zu sein".

11 Jahre lang habe ich Teams im kaufmännischen Bereich geleitet, wodurch ich die Erfahrung und den Geschmack für Leadership und Teammanagement erwerben konnte. Ich kenne die Herausforderungen einer Führungskraft gut (ich habe sie in meiner Haut gespürt) und ich liebe Menschen, was mich dazu gebracht hat, mich in diesem Bereich zu entwickeln und zu spezialisieren. Ich habe die C.O.N.F.I.A.R.-Methode (eine Methode, die die Entwicklung des Selbstvertrauens ermöglicht) und die L.A.D.-Methode (eine Methode zur Steigerung der Produktivität) entwickelt.

Wofür habe ich eine Leidenschaft?

Menschen. Persönliche Entwicklung und Neurowissenschaften.

Es ist faszinierend zu studieren, wie das Gehirn funktioniert, und das Beste aus ihm herauszuholen, damit wir es in unserem praktischen Leben anwenden können! Und das Beste von allem ist, dass ich diese Erfahrungen und dieses Wissen an die Menschen

weitergeben kann, mit denen ich arbeite, und dass ich sehe, wie sie in ihrem Leben wachsen und sich verändern.

Was können andere Frauen von mir lernen?

In der heutigen Gesellschaft wird von Frauen verlangt, dass sie in allen Rollen, die sie spielen, "hervorragend" sind: "sei eine gute Berufstätige", "sei eine gute Mutter", "sei eine gute Tochter", "sei eine gute Freundin", "sei eine gute Ehefrau/Freundin", "sei eine gute Geliebte", usw., usw... Bei so vielen Rollen und nur 24 Stunden pro Tag ist es sehr schwierig und anstrengend, all diese Rollen zu bewältigen. Deshalb habe ich eine Produktivitätsmethode entwickelt, die L.A.D.-Methode, die es uns ermöglicht, zuerst an unserer Selbstführung und unserem Verstand zu arbeiten und dann die Papiere und Aufgaben in der Agenda mit einer effektiven Methode zu verwalten, wodurch wir noch mehr Zeit in der Agenda gewinnen.

MARCELLE REBELO

Wer bin ich?

Ich bin ein Coach und Mentor, der sich darauf spezialisiert hat, Ratschläge für kreative und menschliche Kommunikation in digitalen Medien zu geben, mit einem Schwerpunkt auf Community-Marketing für Unternehmer, Fachleute und Unternehmen, die über das Internet verkaufen wollen. Ich habe einen Abschluss in Bibliothekswissenschaft und Dokumentation mit einer Spezialisierung in Marketing von der Bundesuniversität Fluminense, und ich bin auch ein zertifizierter Coach von Hera Edut und ein zertifizierter Leiter in Lachyoga von Judite B. Rezende.

Was tue ich?

Im Laufe meiner Karriere habe ich als Bibliothekarin und Ländermanagerin für ein multinationales Softwareunternehmen im Bibliotheksbereich gearbeitet, wo ich aus erster Hand die Mobilisierung von Nutzergruppen und Community-Marketing rund um die Marke erlebt habe. Im Jahr 2009 wurde ich Unternehmerin und gründete Biblio Ideias in Brasilien, das ich 2019 auf Portugal ausdehnte, um die portugiesischsprachige Gemeinschaft durch Beratung von Unternehmern und Unterstützung von Unternehmen durch Content Marketing zu vernetzen.

Derzeit bin ich Mentorin und Coach und habe das Programm "Rotas e Rumos" für diejenigen entwickelt, die ihre Ideen in die Tat umsetzen und in die Welt bringen wollen. Ich bin auch Gründerin der Biblio Ideias School, wo ich die Eureka Academy (eine Akademie für kreative Unternehmer) und das "Three Little Birds"-Programm (ein erfahrungsorientiertes Englischprogramm für das praktische Leben) nutze, um Fachleute, Unternehmer und Unternehmen dabei zu unterstützen, ihre Online-Projekte voranzubringen, sich zu internationalisieren und neue Marktchancen zu schaffen.

Wofür habe ich eine Leidenschaft?

Meine Leidenschaft ist es, Unternehmerinnen zu helfen, ihre Ziele und Träume zu verwirklichen. Ich glaube, dass es einen Weg gibt, wo ein Wille ist, und ich setze mich dafür ein, anderen zu helfen, ihren eigenen Weg zum Erfolg zu finden. Mit meiner Arbeit möchte ich etwas schaffen, das das Leben und die Reise von Unternehmerinnen erleichtern kann, und X-Team Fem hat meinem Ziel mehr Kraft und Sichtbarkeit verliehen.

Was können andere Frauen von mir lernen?

Ich kann anderen Frauen viel beibringen, vor allem über Community-Marketing und kreative und menschliche Kommunikation in digitalen Medien. Ich kann Frauen auch dabei unterstützen, ihre Online-Projekte voranzubringen, zu internationalisieren und neue Marktchancen zu schaffen. Außerdem kann ich Frauen vermitteln, wie wichtig es ist, Risiken einzugehen und neue Wege zu gehen, um ihre Ziele zu erreichen, so wie X-Team Fem mir bei meiner eigenen beruflichen Entwicklung geholfen hat.

RITA NUNES

Wer bin ich?

Ich bin Unternehmerin und habe mein erstes Unternehmen im Alter von 14 Jahren gegründet. Seitdem habe ich an verschiedenen Projekten und Unternehmen gearbeitet, wobei ich mich auf Franchising und die Unterstützung anderer Unternehmen beim Wachstum spezialisiert habe. Ich bin auch die Leiterin von TAB - The Alternative Board in Portugal und damit die jüngste Frau mit einem Franchise der Marke weltweit.

Was tue ich?

Ich nutze mein Fachwissen über Management-Tools, Führungs-Coaching und persönliches Mentoring, um die Stärken von Unternehmen zu ermitteln und sie in Wettbewerbsvorteile zu verwandeln. Ich helfe auch dabei, die Auswirkungen ihrer Schwächen zu minimieren oder zu beseitigen. Außerdem engagiere ich mich in Projekten, die Frauen stärken und ihnen helfen, in ihrer beruflichen Laufbahn voranzukommen.

Wofür habe ich eine Leidenschaft?

Ich interessiere mich leidenschaftlich für Unternehmertum, Unternehmen und dafür, wie kleine Änderungen in den Gewohnheiten und ein wachsames Auge ein Unternehmen zum Erfolg führen können. Außerdem glaube ich fest an die Macht der Frauen und an die Bedeutung der Stärkung der Rolle der Frau.

Was können andere Frauen von mir lernen?

Ich habe Erfahrung im Franchising und in der Unterstützung von Unternehmen beim Wachstum, und es liegt mir am Herzen, Frauen zu befähigen, in ihrer Karriere voranzukommen. Ich kann anderen Frauen beibringen, wie sie ihre Stärken erkennen und zu ihrem Vorteil nutzen können, wie sie Hindernisse überwinden und Schwächen in Wachstumschancen verwandeln können.

REGINA COURELA

Wer ich bin?

Mein Name ist Regina Courela, und ich bin eine Frau mit einem leichten Lächeln. Ich habe einen Abschluss in Kommunikation, bin Mutter von Margarida und Partnerin von Henrique. Ich hatte schon immer eine positive Einstellung zum Leben und führe gerne tiefgründige Gespräche. Vor allem liebe ich die Menschen.

Was tue ich?

Mein ganzes Leben lang war ich im Verkauf tätig. Es begann mit einem Teilzeitjob während meiner Studienzeit und führte schließlich zu einer Karriere im Verkauf und im Teammanagement. Ich habe in verschiedenen Funktionen gearbeitet, unter anderem als Leiterin des nationalen Verkaufsteams in der Expansionsabteilung eines renommierten Unternehmens in Österreich.

Wofür begeistere ich mich?

Mein beruflicher Weg war zwar lohnend, aber meine Prioritäten änderten sich, als ich im Alter von 41 Jahren Mutter wurde. Mir wurde klar, dass ich das Wachstum meines Babys nicht für ausgedehnte Reisen und wochenlange Abwesenheit von zu Hause opfern wollte. Diese Erkenntnis veranlasste mich, nach Portugal zurückzukehren und einen neuen Weg als Unternehmerin einzuschlagen.

Was habe ich anderen Frauen zu vermitteln?

Durch die Kombination meiner Leidenschaft für Schulungen und meiner mehr als 20-jährigen Erfahrung im Verkauf und im Teammanagement bin ich Mentorin für kleine Unternehmen geworden. Ich helfe anderen Frauen, ihr eigenes Unternehmen zu gründen oder auszubauen, indem ich sie bei der Entwicklung effektiver Strategien und Aktionspläne anleite. Außerdem berate ich kleine Geschäftsinhaber, um sicherzustellen, dass ihre Geschäfte so erfolgreich wie möglich sind.

Mit meinem Hintergrund im Verkauf und meiner Liebe zur Teamarbeit habe ich mir Fachkenntnisse in der Produkt- und Raumpräsentation und Werbung angeeignet. Es macht mir große Freude, auf die Bedürfnisse anderer einzugehen, auch wenn sie sich dieser Bedürfnisse selbst nicht bewusst sind. Meine Kreativität und meine Fähigkeit, die richtigen Fragen zu stellen, haben sich als hilfreich erwiesen, um Menschen auf ihrem Weg zum Erfolg zu unterstützen.

Co-funded by
the European Union

Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Veröffentlichung stellt keine Billigung des Inhalts dar, der ausschließlich die Ansichten der Autoren widerspiegelt, und die Kommission kann nicht für eine etwaige Verwendung der darin enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden.