

Karen Christine Angermayer

BOOK & MONEY

So werden Sie sichtbarer,
BUCHbarer
und erfolgreicher!



Karen Christine Angermayer

BOOK & MONEY

**So werden Sie
sichtbarer,
BUCHbarer
und erfolgreicher!**



Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----|
| Snoopys Scheck..... | 07 |
| STEP 1: Welche Schuhe tragen Ihre Kunden? | 14 |
| STEP 2: Konzentrieren Sie sich! | 32 |
| STEP 3: Das Geheimnis liegt in Ihrer DNA..... | 50 |
| STEP 4: Ihr Name ist „program“ | 68 |
| STEP 5: Lassen Sie den Bus nicht abfahren..... | 90 |
| Über Karen Christine Angermayer | 102 |
| Leistungen: Wie kann ich Ihnen helfen? | 104 |
| Coachinggutschein „BOOK & MONEY“ | 110 |
| Kontakt | 112 |



Snoopys Scheck

In einem meiner Lieblingsbücher über das Schreiben sitzt Hund Snoopy aus der „Peanuts“-Serie auf dem Dach seiner Hundehütte und tippt auf seiner altmodischen Schreibmaschine einen Brief an einen Verlag:

„Geehrte Herren, bezugnehmend auf den mir übersandten Ablehnungsbescheid ... Ich glaube, Sie haben mich missverstanden ... Ich wollte nur, dass Sie mein Buch veröffentlichen und mir 50.000 Dollar schicken ... War Ihnen das nicht klar?“

Herrlich. Alles gesagt in vier Sätzen und den dazugehörigen Bildern. Herrlich, wenn das Autoren- und Unternehmersein so einfach wäre. Doch so einfach, wie Snoopy sich das vorstellt, ist es nicht. Das wissen wir beide, Sie und ich.

Ich habe das große Glück, sagen zu können, dass ich als Autorin tatsächlich schon mal einen Scheck (hierzulande heißt es „Autorenabrechnung“) über fast 50.000 Euro erhalten habe. Genauso habe ich

schon mal einen Scheck über 3,86 Euro bekommen.

Ich bin ganz ehrlich zu Ihnen in diesem Buch. Alles andere nützt Ihnen nichts und mir auch nichts. Ich bin zweifache Unternehmerin und das inzwischen seit fast 20 Jahren. Ich bin zweifache Mutter und das seit mehr als 10 Jahren. Und ich lebe und arbeite an zwei wunderschönen Orten. Ich lache gerne, bin gerne unterwegs und setze gerne Dinge um. Und weil es mir leichtfällt, Strukturen zu erkennen, den roten Faden in einer Geschichte und auch in einem Unternehmen, unterstütze und begleite ich auch andere Menschen mit Freude dabei, ihre Dinge umzusetzen:

Bücher, E-Books, Hörbücher, Websites, Vorträge, Seminare, Online-Kurse, Webinare, Podcasts und Videos, um nur eine Auswahl zu nennen.

Bücherschreiben und auch die Gründung und Leitung eines Unternehmens, ist eine sehr persönliche Sache. Wer sich nicht **persönlich hineingibt** – mit Haut und Haar, mit Herz und Seele – der bleibt an einer Oberfläche und erreicht nicht die

Tiefe (und Bandbreite), die seine Bücher und sein Unternehmen haben könnten!

Das Größte und Schönste in meiner Arbeit ist es für mich:

Menschen dabei zu helfen, sich zu entwickeln.

Sichtbare und messbare Fortschritte zu machen.

Das Beste aus sich herauszuholen.

Und den größtmöglichen Umsatz zu machen.

Denn Umsatz bezahlt unsere Rechnungen, macht uns froh, füllt unseren Kühlschrank und die Schulbrotdosen unserer Kinder - und macht es möglich, dass wir auch den nächsten Traum, das nächste Projekt realisieren können.

Die Buchbranche ist eine Welt, in der es **viel Mut, viel Herz und viel Leidenschaft** braucht. Doch genauso braucht es auch einen kühlen Kopf und viel Verstand, um die Zahlen im Blick zu haben. Ich selbst durfte einiges lernen in den letzten 20 Jahren. Ich weiß, wie sich schlaflose Nächte anfühlen, wenn sich Projekte bis ins Unendliche verschieben oder platzen, die Rechnungen aber trotzdem mit schöner Zuverlässigkeit weiter eintrudeln.

Ich weiß, wie sich Geld anfühlt, das für immer verbrannt ist. Ich weiß zum Glück auch, wie sich großer Erfolg anfühlt. Ein prall gefülltes Bankkonto. Die Möglichkeit, sich eine Eigentumswohnung zu kaufen und den Kindern die schicken, teuren Turnschuhe oder Fußballschuhe, die sie unbedingt haben wollen. Ich weiß, wie sich der „Tunnel“ anfühlt, in dem alles trüb und hoffnungslos scheint, und wie schön das Licht ist, das an seinem Ende auftaucht und das zum Glück auch immer mit schöner Regelmäßigkeit kommt.

Ich freue mich, wenn Ihnen dieses Buch ein kleines „Licht“ ist auf Ihrem Weg ins erfolgreiche, freudvolle und lustvolle Autoren- und Unternehmerdasein.

MEIN ZIEL IST ES, DASS SIE NACH DER LEKTÜRE:

- Das Gefühl haben: Ich kann es schaffen! Ich kann ein eigenes Buch schreiben. Und ich kann es erfolgreich vermarkten. Ich kann erfolgreicher Unter-

nehmer, erfolgreiche Unternehmerin sein! Dass Sie außerdem ganz genau wissen, wer Ihre idealen Kunden sind, mit denen Arbeit Spaß macht, leicht geht und Geld bringt.

- Dass Sie sich im Klaren darüber sind, welcher „Herzschlag“ Ihr Buch und Ihr Business attraktiv und lebendig macht.
- Dass Sie immer wieder Material für tolle Marketinginstrumente schöpfen können, ohne ständig das Rad neu zu erfinden.
- Dass Sie ein „Rahmenprogramm“ für sich und Ihre Produkte gestalten, das Ihre Kunden happy macht – und Sie selbst mehr als happy, weil (endlich, endlich) alles zusammenpasst.
- Und: Dass Sie einen ganzen Bus voller guter Ideen haben, die für Sie arbeiten!

WIE HÖRT SICH DAS AN?

Herzlich willkommen in meiner Gedanken- und Erfahrungswelt. Machen Sie es sich gemütlich beim Lesen. Vergessen Sie aber nicht, Papier und Stift neben sich zu legen, denn von



Zeit zu Zeit werde ich Sie auffordern, sich ein paar Gedanken und Notizen zu machen.

Ach so, ja, und den Scheck über 50.000 Dollar vergessen Sie bitte auch nicht. An welche Adresse Sie ihn schicken dürfen, erfahren Sie am Ende dieses Buches.

Viel Spaß beim Lesen und viel Spaß und Erfolg mit Ihrem eigenen Buch und Business!

Karen Christine Angermayer
angermayer-sorriso.com

PS: Für Schnell-Starter und Gleich-Losleger. Wenn Sie jetzt schon das Bedürfnis haben, ganz schnell mit mir sprechen zu wollen: Unter <https://angermayer.youcanbook.me> können Sie sich Ihr kostenfreies Erstgespräch mit mir sichern. 30 Minuten, die Ihren Blick und Ihr Business enorm verändern.

Sie finden hinten im Buch einen persönlichen Gutschein für dieses Gespräch. **Nutzen Sie ihn!**



Step 1:
Welche Schuhe
tragen Ihre
Kunden?



Weniger ist mehr.

„Von 0 bis 99 Jahre“ steht auf den Kartonverpackungen von vielen Gesellschaftsspielen. Auch als Verlegerin habe ich in den letzten Jahren viele Exposés und Manuskripte eingereicht bekommen, in denen stand: „Zielgruppe dieses Buches sind alle Menschen zwischen 9 und 99 Jahren.“

Wenn Sie das schreiben, meinen Autoren, dass das Buch für viele Menschen interessant ist. Aber mal ehrlich: Kaufen 9-jährige die gleichen Bücher wie 99-jährige? Und wie sollen das Cover und die Vermarktung für ein solches Buch aussehen? Es ist in manchen Genres schon herausfordernd genug, Frauen und Männer unter einen Buchdeckel zu bekommen – jetzt auch noch drei Generationen?

Hier müssen wir anders denken, wenn wir uns und unser Buch erfolgreich schreiben und vermarkten wollen. Natürlich wollen wir die große „Masse“ erreichen, doch wer auf die große Masse abzielt, der zielt an allen vorbei. Wichtig ist es, auf die Richtigen zu zielen. Dann ist die Chance deutlich höher, auch die anderen zu erreichen. Ein

altes Marketing-Paradoxon, das auf den ersten Blick widersprüchlich erscheint, sich aber immer wieder bewahrheitet.

Jedes Unternehmen hat Kunden, die perfekt zu ihm passen. Ich nenne sie die idealen Kunden.

Nicht jeder passt zu jedem! Das haben Sie sicher auch schon bemerkt. Würden Sie jeden Menschen da draußen küssen? Oder Geschäfte mit ihm machen? Nein.

Und genau aus dem Grund will uns auch nicht jeder Kunde. Da können wir das beste und schönste Produkt der Welt haben. Es will uns nicht jeder. Aber die Richtigen – die wollen uns und die gilt es zu finden!

Mit den richtigen Kunden geht es leicht: Diese Menschen sehen Ihr Angebot. Und wollen es haben. Ist der Kaufvertrag unterschrieben, geht es leicht mit diesen Menschen. Sie rufen sie gerne an, die Gespräche sind harmonisch, die Ergeb-

nisse für beide Seiten mehr als zufriedenstellend. Bei erfolgter Leistung erfolgt zeitnah die Wertschätzung, auch diese in für beide Seiten zufriedenstellendem Maße. Wunderbar.

Ich sage im Folgenden „Kunde“, weil es mir hier sowohl um Ihr Buch, als auch um Ihr gesamtes Business geht. Ich meine damit also immer Ihre Kunden und Ihre Leser.

Sie hätten diesen Zustand auch gerne – doch bei Ihnen sieht es anders aus? Ihre Kunden beißen einfach nicht an, obwohl Ihr Angebot doch fantastisch ist? Und die, die anbeißen, sind schwierig – wollen immer noch mehr, sind scheinbar nie zufrieden, die Zusammenarbeit läuft zäh, Sie kriegen schon die Pimpfellen oder Hautausschlag, wenn Sie nur den Namen desjenigen auf Ihrem Handy sehen ... Und am Ende lässt das Geld noch auf sich warten?

*Höchste Zeit,
dass Sie Ihren
idealen Kunden
in Ihr Leben und
Business ziehen.*

Auf welcher Couch sitzt er abends, Ihr idealer Kunde? Oder sitzt er bis spätnachts noch im Büro und hat seine Couch zum letzten Mal an Weihnachten gesehen? Welche Schuhe trägt er? Auf welche Schule schickt er seine Kinder?

Wer genau weiß, was er will, der kann es materialisieren, es erschaffen. „To create“, das Wort aus dem Englischen drückt es sehr schön aus. Wir sind Gestalter. Und dazu braucht es Klarheit, sonst erschaffen wir nur immer mehr von dem, was wir nicht wollen: Dinge und (Kunden)Beziehungen, die überhaupt nicht zu uns passen und uns auf Dauer zermürben.

Wer sind Ihre idealen Kunden und Leser?

Mit welchen Menschen wollen Sie in Zukunft am liebsten arbeiten? In wen möchten Sie Ihre wertvolle Zeit und Lebensenergie investieren? In wen nicht mehr?

Ganz gleich, ob Sie eine One-Man- oder One-Wo-

men-Show haben oder einen Konzern leiten. Die Frage ist für uns alle wichtig.

Es überrascht mich immer wieder, doch den meisten Menschen, die zu mir in die Beratung kommen, ist überhaupt nicht klar:

- **Für welche Zielgruppe ist mein Angebot IDEAL?**
- **Für welche Menschen löse ich mit meinen Angeboten das GRÖSSTE PROBLEM?**
- **Und: Wo finde ich diese Menschen, die mich und mein Angebot dringend brauchen? Wo tummeln die sich?**

Es ist fatal, auf diese Fragen keine Antwort zu haben. Es kann einen das eigene Unternehmen kosten.

Auch ich habe lange gebraucht, um das zu verstehen. Ich dachte über viele Jahre, ich hätte die Antwort. Doch mein Kontostand belehrte mich wieder und wieder eines Besseren. Doch besser

spät als nie. Heute bin ich froh, Ihnen mit meinen Erfahrungen und Erkenntnissen eine Abkürzung zeigen zu können.

Abnehmen kann uns den eigenen Weg ja niemand und das ist auch gut so. Aber es hilft doch ungemein, wenn schon jemand vor uns eine Spur in den tiefen Schnee getrampelt oder mit der Machete zumindest mal das größte Dickicht im Dschungel weggesäbelt hat, oder?

MEIN TIPP: Drücken Sie sich um die folgende Übung nicht herum. Lesen Sie sie nicht nur, auch wenn Sie denken, Sie wüssten die Antwort oder hätten schon ein Gefühl dafür. Oder dass bei Ihnen und Ihrem Unternehmen sowieso alles ein bisschen anders ist. Das ist es nicht.

Nehmen Sie ein Blatt Papier (ohne Linien, ohne Karos, keine Begrenzungen) oder legen Sie sich ein schönes Notizbuch für Ihren **„BOOK & MONEY“-Weg** zu.

Und dann beschreiben Sie mir in den folgenden Minuten, ganz locker, so als säßen wir uns gerade im Café gegenüber, Ihren idealen Kunden und Leser.



Übung

MEINE IDEALEN KUNDEN UND LESER

Beschreiben Sie mir einen Menschen, mit dem es Ihnen total viel Spaß macht, zusammenzuarbeiten. Das kann ein Mensch sein, den Sie schon kennen und der aktuell Ihr Kunde ist. Es kann auch ein fiktiver Mensch sein, den Sie sich gerade erst ausdenken.

- Ist er ein Mann oder eine Frau?
- Wie sieht dieser Mensch aus?
- Wie alt ist er?
- Ist er Kind, Jugendlicher, Erwachsener, Senior?
- Ist er angestellt oder selbständig?
- Arbeitet er gerne?
- Was macht dieser Mensch in seiner Freizeit:
Eher „Kartoffel auf der Couch“ oder aktiv, sportlich, unternehmungslustig?

- Was hat dieser Mensch schon Schönes erlebt?
- Welche Herausforderungen oder Krisen musste er schon meistern?
- Was waren die drei größten Herausforderungen, die dieser Mensch schon erleben musste?
- Hat er sie gemeistert oder ist er daran zerbrochen?
- Was hat er daraus gelernt?
- Wo steht dieser Mensch gerade jetzt, in diesem Moment?
- In welcher Weise bringen Ihr Buch und Ihre Angebote (Vorträge, Seminare, Beratungen, Trainings etc.) diesen Menschen weiter? Wohin führen Sie ihn?
- Wie tragen genau Sie dazu bei, dass dieser Mensch eine entscheidende Veränderung erlebt?

Haben Sie die Fragen schriftlich beantwortet?
Gut.

Sie sind gerade im Auto unterwegs und können nicht schreiben? Sprechen Sie die Antworten in Ihr Handy!

Die intensive Beschäftigung mit Ihren idealen Kunden ist die Basis für alles, was Sie in Ihrem Buch schreiben und in Ihrem Unternehmen tun.

Denn ohne Leser – gibt es kein Buch. Oder ein gekauftes, aber ungelesenes. Davon gibt es jede Menge. Und ohne Kunden – gibt es kein Unternehmen. Oder eines, das nicht in seiner vollen Kraft ist. Eines, durch dessen Adern kein Blut fließt, keine Freude, kein Geld.

Was wollen Ihre idealen Kunden eigentlich von Ihnen?

Ich denke, wir wissen beide: Ihre Kunden und Leser kaufen nicht bei Ihnen, weil Sie nett sind. Oder weil sie Ihnen einen Gefallen tun wollen (außer Ihre Oma vielleicht). Ihre Kunden wollen

eigentlich nur das Eine.

Sie wollen entweder:

Einen spürbaren Nutzen haben. Etwas lernen. Sich informieren. Eine Problemlösung finden. Eine Hilfestellung bekommen. Eine Anleitung erhalten. Eine „Reparatur“ in einem wichtigen Lebensbereich (Gesundheit, Beziehungen, Finanzen, Karriere usw.) durchführen.

Und: **Sie wollen gut unterhalten werden.** Wussten Sie, dass das „Tortenstück“ an Menschen, die Ratgeber lesen, viel kleiner ist als die Anzahl der Menschen, die Krimis, Thriller, Romane usw. lesen? Es lesen längst nicht alle Menschen. Und die meisten wollen einfach gut unterhalten werden und sich entspannen. Behalten Sie das im Hinterkopf, wenn Sie in Ihr Exposé an einen Verlag schreiben: „In Deutschland gibt es 83 Millionen Einwohner. 41 Millionen davon sind Frauen. Und alle diese Frauen brauchen dieses Buch.“

Nein!!