

## Begleitende Marketingberatung

# Mehr Direktkunden und höherer Umsatz



Andrea Bernard  
Texterin und Übersetzerin  
Paris, Frankreich

Transkreation  
Copywriting  
Übersetzungen

de | en | jp | fr

Informationstechnologie  
Additive Fertigung

*»Nach einigen Jahren als technische Übersetzerin habe ich gemerkt, dass ich mit meinem Geschäftsmodell an Grenzen stoße: Maschinelle Übersetzungen – gerade auch im technischen Bereich – werden immer besser, der Preisdruck nimmt zu und der globale Wettbewerb durch andere Übersetzer auch.«*

Eine Neuausrichtung musste her.

Andrea Bernard ist von Haus aus eine mehrsprachige Journalistin und IT-Unternehmensberaterin. Nach langjährigen Aufenthalten in Berlin und Tokio zieht sie 2008 der Liebe wegen nach Frankreich.

Sie macht sich im Pariser Großraum als technische Übersetzerin mit den Sprachen Englisch, Japanisch, Französisch und Deutsch sowie als Texterin für Deutsch und Englisch selbstständig.

Zunehmend spezialisiert sich Andrea auf Transkreation und das Schreiben von Pressemitteilungen und Case Studies im High-Tech-Bereich. Zu ihren Kunden zählen Direktkunden aus der Wirtschaft und Agenturen auf der ganzen Welt.

*»Vor 4 Jahren entschied ich mich: So geht es nicht weiter. Ich wollte meine Fähigkeiten ausbauen, neue Direktkunden gewinnen und einen höheren Umsatz erzielen. Dafür war klar: Ich musste mein Profil schärfen, mich zielgerichtet weiterbilden und meine Kundenakquise professionalisieren, um die Stärken aus meiner bisherigen beruflichen Karriere besser einzubringen und als spezialisierte Content-Expertin wahrgenommen zu werden.«*

2017 entschließt sich Andrea, ein kleines Unternehmen zu gründen, eine neue Website samt Logo und Corporate Design in Auftrag zu geben und sich professionelle Hilfe bei der Positionierung und Kundenakquise zu holen.

# Triacom

Markt + Strategie

## Andrea Beraterin

Dr. Thea Döhler

Positionierungsexpertin  
Marketingberaterin  
Akquisecoach  
... für Dolmetscher und  
Übersetzer

Barendorf, Deutschland



## Beratung von einer Insiderin mit Expertenwissen

*»Ich habe einfach gemerkt, dass Thea den Markt sehr gut kennt und genau weiß, worum es uns Übersetzern geht und was uns wichtig ist. Sie kennt unsere typischen Problemsituationen und versteht, wo uns der Schuh drückt.«*

Andrea ist neugierig und abenteuerlustig, aber nicht auf Eroberungen aus. Sie weiß, was sie kann.

Doch das Ansprechen potenzieller Kunden und das »Sich-Verkaufen« fällt ihr schwer. Sie sucht einen Marketingpartner, der den Übersetzermarkt kennt und sie bei der Positionierung und Kundenakquise langfristig begleitet und ihr den Rücken stärkt. Gerade als Einzelkämpferin – wie die meisten Freiberufler im Übersetzermarkt – wünscht sich Andrea jemanden, mit dem sie sich austauschen kann und dem sie – wenn natürlich auch nur gefühlt – »Rechen-schaft« schuldig ist.

Im Oktober 2018 besucht Andrea ein Webinar ihres Berufsverbands BDÜ zum Thema »Honorare selbstbewusst verhandeln«. Die geradlinige Herangehensweise der Dozentin Thea Döhler gefällt ihr sofort.

Als ihr dann auch von einer erfahrenen Kollegin die Marketingberatung von Thea ans Herz gelegt wird, steht für sie die Sache fest – sie möchte gern mit Thea arbeiten.

## Eine klare Zielsetzung: Mehr Direktkunden und mehr Umsatz

Gleich in der ersten Sitzung legen Andrea und Thea die Beratungsschwerpunkte und Ziele gemeinsam fest:

- Direktkunden im IT-Bereich und im Umfeld der additiven Fertigung gewinnen
- Schwerpunkt auf Transkreation und Texten legen (weg vom Übersetzen)
- Positionierung als Content-Expertin für den High-Tech-Bereich
- Höhere Preise erzielen und Umsatz steigern

Für die Umsetzung wählt Andrea bei Thea zuerst das Beratungs-Impulspaket von insgesamt 3 Stunden zum Schnuppern und anschließend die langfristigen und flexiblen Beratungs-Begleitpakete zu jeweils 6 Stunden.



**Triacom**  
Markt + Strategie

 **ANDREA BERNARD**  
TECHNICAL TRANSLATION & COPYWRITING

Da Thea und Andrea weit voneinander entfernt wohnen, findet die Beratung auch vor Corona-Zeiten bereits komplett online statt. Skype-Meetings nach terminlicher Absprache wechseln sich mit einem fruchtbaren E-Mail-Austausch ab.

## Andreas Ziele

- Klare Positionierung
- Mehr Direktkunden
- Höherer Umsatz



## Leistungen für Andrea

- Marketingberatung mit dem »Impulspaket« (einmalig)
- Marketingberatung mit dem »Begleitpaket« (mehrmalig)

## Ganz flexibel und Schritt für Schritt

*»Die Flexibilität der verschiedenen Beratungspakete hat mir gut gefallen. So kann man sich entweder ab und zu Schützenhilfe und frische Impulse holen oder aber eine langfristige Begleitung, die einem hilft, auf Kurs zu bleiben. Je nach Bedarf kann man tiefer in Themen eintauchen oder sich unterstützend unter die Arme greifen lassen. Ein Zeitprotokoll sorgt für Transparenz, sodass es bei der Abrechnung keine Überraschungen gibt.«*

In der Beratung werden Maßnahmen zur Erreichung der gesteckten Ziele hinsichtlich Positionierung, Akquise und Honorarvorstellungen festgelegt und nach und nach in einzelne Schritte heruntergebrochen und in die Tat umgesetzt.

Ein konkretes Beispiel aus der gemeinsamen Arbeit:

- ✓ Einen Wunschkunden vor einem geplanten Messebesuch kontaktieren und einen persönlichen Termin auf der Messe vereinbaren.
- ✓ Nach dem Messebesuch auf verschiedenste Art und Weise mit dem Wunschkunden im Gespräch bleiben, ohne zu nerven.
- ✓ Einen Termin vor Ort beim Wunschkunden für eine Präsentation und tiefgreifende Analyse der Probleme und Bedürfnisse arrangieren.
- ✓ Den Wunschkunden nach anderthalb Jahren schließlich mit einem Angebot überzeugen und die Zusammenarbeit beginnen.

*»Thea verspricht nicht das Blaue vom Himmel oder sagt, wenn ihr bei mir eine Beratung bucht, dann habt ihr anschließend ein sechstelliges Einkommen. Sie ist realistisch und gibt unterstützendes und ehrliches Feedback. Ihre Vorschläge sind pragmatisch und berücksichtigen, wie man selbst gestrickt ist. Umsetzen muss (und darf!) man sie dann allerdings selbst und wird dabei seine eigenen Erfahrungen machen.*

*Natürlich war nicht jede Aktion sofort ein Erfolg. Oft haben wir herzlich über kleine Patzer gelacht – und dann überlegt, wie ich es das nächste Mal besser machen kann. Diese Mischung aus Bestätigung und praktischen Verbesserungsvorschlägen, aus Gradlinigkeit und Humor, sowie das gemeinsame Durchleben von Höhen und Tiefen, das gefällt mir gut.«*







7

neue  
Direktkunden

2

neue  
Agenturen

30%

mehr  
Umsatz



- **Positionierung als bilinguale Content-Expertin**
- **Schärfung des Profils**
- **Höhere Sichtbarkeit als Expertin im High-Tech-Bereich**

## Erkenntnis: Akquise ist ein Marathon und kein Sprint

*»Akquise, das ist nicht ein einzelner Telefonanruf oder eine oder zwei E-Mails, so nach dem Motto ›Hier bin ich, ich habe Interesse«. Das ist ein langfristiger Prozess, bei dem man am Ball bleiben und den potenziellen Kunden mit nützlichen Informationen versorgen muss, um sein Vertrauen zu gewinnen.*

*Zu dieser Erkenntnis zu kommen und den Prozess selbst zu durchleben, hat mir sehr geholfen und vor allem Selbstvertrauen für kommende Akquise-Aktionen gegeben.«*

Anderthalb Jahre und viele kleine Aktionen hat es gebraucht, bis der anvisierte Wunschkunde seine erste Übersetzung bei Andrea in Auftrag gibt: *»Unabhängig davon, dass es am Ende wirklich geklappt hat, habe ich bei diesem Prozess sehr viel über Akquise gelernt.«*

Die begleitende Beratung durch Thea und ihr kontinuierliches Nachhaken und Hinterfragen waren für Andrea ganz entscheidend. Denn es ist eine Sache, sich zu überlegen, was man in der Akquise gerne machen würde, und eine andere, das dann auch tatsächlich zu planen und umzusetzen.

Andrea stand dabei bisher oft der eigene Perfektionismus und der tägliche Arbeitsstress im Weg. Es gelang ihr mit Theas Hilfe, diese Hindernisse zu überwinden, denn sie wollte unbedingt weiterkommen und ihre Ziele erreichen. Der Aufwand sollte ja nicht umsonst gewesen sein.

Denn eins ist klar: Die Beratung durch Thea ist nicht kostenlos, und auch das spornt Andrea dazu an, für sich das Maximale herauszuholen: *»Für mich ist die Arbeit mit Thea ganz klar eine Investition, genau wie meine Firmengründung, meine neue Website, meine Weiterbildungsmaßnahmen und meine Flyer. Und eine Investition muss sich rechnen.«*

## Ziele setzen, aktiv werden und am Ball bleiben

»Ohne Thea wäre ich heute nicht da, wo ich bin, das weiß ich.«

Nach zwei Jahren Zusammenarbeit kann Andrea messbare Erfolge vorweisen:

- 7 neue Direktkunden
- 2 neue Agenturen
- 30 % mehr Umsatz

Auch ihre anderen Ziele hat sie erreicht:

- Klare Positionierung als Content-Expertin
- Mehr Aufträge in den Bereichen Transkreation und Texten
- Größere Selbstsicherheit bei der Akquise

## Fazit

Die begleitende Beratung durch Thea war für sie der richtige Schritt zur richtigen Zeit. Und das ist auch ein wesentlicher Punkt, auf den Andrea andere Übersetzer hinweisen möchte: »Wichtig ist der richtige Zeitpunkt. Dass man, wenn man eine solche Beratung in Anspruch nehmen will, bereit sein muss, Empfehlungen und Vorschläge auch umzusetzen. Man sollte an einem Punkt sein, wo man konkrete Ziele hat und sich bewusst ist, dass niemand einem das eigene Tun abnehmen kann. Doch ohne die Unterstützung von Thea wäre ich heute nicht da, wo ich bin. Das weiß ich.«

## Ausblick

Für die Zukunft plant Andrea, sich noch stärker auf bilinguales Texten und Transkreation zu konzentrieren. Ihre Fachbereiche IT und additive Fertigung werden auch weiterhin im Zentrum stehen. Beim Texten will sie sich zunehmend auf das Schreiben von Case Studies spezialisieren. Die reine Übersetzung gibt sie natürlich nicht auf. Sie spielt jedoch zunehmend eine untergeordnete Rolle – nicht zuletzt auch aufgrund der wachsenden Verbreitung der maschinellen Übersetzung: »Ich möchte mich als Texterin und transkreative Übersetzerin einfach auf das konzentrieren, was mir am meisten Spaß macht und was ich am besten kann – und was auch eben nur Menschen können.«



© 2021 Triacom Markt + Strategie

**Konzept** Andrea Bernard

**Texte** Andrea Bernard, Thea Döhler

**Fotos** Thierry Seguin (1. Seite), Andrea Bernard, Per N. Döhler

**Knäuel** Fotolia 145723042

**Landkarte** Michael Ritz

**Layout** Per N. Döhler

Triacom® ist eine eingetragene Marke und das Triacom-Logo ist eine Marke von Thea und Per N. Döhler.

**Triacom Markt + Strategie**

Dr. Thea Döhler

Dorfstraße 6

21397 Barendorf

Deutschland

+49 4137 810166

consulting@triacom.com

**SAS Spark Associates**

Andrea Bernard

19, Rue de Ville d'Avray

92310 Sèvres

Frankreich

+33 1 4534 2554

ab@thespark.info