

digit! 1-14

DAS PROFI-MAGAZIN FÜR DIGITALE BILDER

digit!

DAS PROFI-MAGAZIN FÜR DIGITALE BILDER



1-2014
FEBRUAR/MÄRZ

DEUTSCHLAND: 5,60 €
SCHWEIZ: 9,90 CHF
ÖSTERREICH: 6,50 €



fokus

VIDEO FÜR FOTOGRAFEN

experten
DER DREH BEIM DREH

portfolio
LUCAS GILMAN: AUGENBLICKE-JÄGER

know-how
KAUFBERATUNG: VIDEO-EQUIPMENT
FOTOBÜCHER: ANBIETER FÜR PROFIS

test
NIKON DF: ANALOG MEETS DIGITAL
SONY ALPHA 7: ... ABER OHO

workshops
FENSTER-EFFEKT

highlights
CMOS-BACK VON PHASE ONE
NEUHEITEN VON DER CES

ERFOLGREICH AKQUIRIEREN

SILKE GÜLDNER, COACH UND CONSULTANT FÜR FOTOGRAFEN

„Erfolg resultiert zu 10 % aus der Leistung und zu 90 % aus Kontaktpflege und Durchsetzungskraft“



digit! Frau Güldner, mit welchen Fragen kommen Fotografen zu Ihnen?

Silke Güldner: Es sind vor allem zwei Punkte, die ich im Erstgespräch höre. Erstens suchen meine Klienten Orientierung in Sachen Bildauswahl und Bildsprache, zweitens geht es um die Frage, wie Sie am besten akquirieren. Vielen fällt das schwer.

digit! Kein Wunder, die Akquise gehört ja nicht gerade zu den Kernkompetenzen eines Fotografen.

SG: Leider ist das oft so, aber Eigenmarketing und Akquise sind im wachsendem Maße Teil des Kerngeschäfts jedes Kreativen. Das ist nicht allen Fotografen bewusst. Branchenübergreifende Untersuchungen zeigen: Die angebotene Leistung muss zwar stimmen, ist aber nur zu 10 % dafür verantwortlich, dass sich Freiberufler am Markt behaupten können. 90 % des wirtschaftlichen Erfolgs basieren auf Soft Skills, wie der Fähigkeit, Beziehungen und Kontakte herzustellen und zu pflegen und mit einer gewissen Zielstrebigkeit seine Ziele auch zu verfolgen.

digit! Was, wenn jemand partout nicht in der Lage ist, sich zu vermarkten?

SG: Akquisition ist kein Hexenwerk, das kann jeder lernen, und durch Übung sammelt man gute Erfahrungen. Es gibt allerdings tatsächlich Menschen, die sich von ihrer Persönlichkeit weniger dazu eignen, eloquent und selbstsicher gegenüber Kunden aufzutreten. Da kann es helfen, wenn ein Spezialist diesen Part übernimmt, zum Beispiel eine Fotografenagentur oder eine Studiomanagerin auf freier Basis.

digit! Wie betreibt man denn erfolgreich Akquise?

SG: Auch wenn digitale Kommunikationswege hinzugekommen sind: Das Meiste läuft immer noch konventionell. Wichtig ist und bleibt der persönliche Kontakt. Um diesen erfolgreich herzustellen, muss man gut vorbereitet sein, das eigene Profil klar definiert haben und wissen, wo eigene Stärken und gegebenenfalls auch Schwächen liegen. Es geht darum, die Schnittstelle mit dem Kunden zu suchen und das eigene Leistungsspektrum mit dessen Bedarf abzugleichen.

digit! Was sind die häufigsten Akquisefehler?

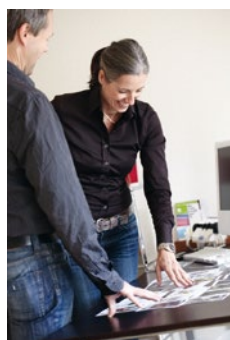
SG: Vielen gelingt es nicht so gut, die Zielgruppe zu definieren. Ein Screening kann da hilfreich sein, um nicht nur die üblichen Verdächtigen anzusprechen, die alle anderen auch ansprechen. Die Frage lautet: Wen gibt es jenseits der Big Player noch? Bei Corporate-Publishing-, Brand- oder anderen kleineren spezialisierten Agenturen sind die Erfolgchancen oft größer. Diese Analysearbeit machen sich viele Fotografen aber häufig nicht. Aber als fotografischer Dienstleister sollte ich über meinen Markt gut informiert sein.

digit! Weg vom Gießkannenprinzip also?

SG: Genau. Ich muss gezielt gucken, wer kann das, was ich biete, wirklich gebrauchen. Sprich: Lieber Zeit darauf verwenden, vier oder fünf Wunschkandidaten auszukundschaften, einen Kontakt herstellen und den dann auch weiterpflegen.

digit! Woran haperts bei der Kundenansprache?

SG: Fotografen sind hervorragende visuelle Dienstleister, oft aber weniger gut in der schriftlichen oder mündlichen Kommunikation. Zu einem E-Mail-Anschreiben gehört zwingend eine professionelle Signatur, eine korrekte Orthografie und ein gelungener Satzbau.



Das Feedback zu Portfolio und Bildsprache gehört zu Güldners zentralen Consulting-Leistungen.

Das Anliegen muss knapp, präzise und trotzdem ansprechend formuliert sein.

digit! Und bei der telefonischen Akquise?

SG: Die Gesprächsführung sollte ergebnisorientiert sein: Wenn ich keinen Termin bekomme, muss Plan B her, beispielsweise das Angebot, ein digitales Portfolio zu schicken. Die Basics guter Gesprächsführung sind elementar, viele geben einfach auf, ohne Ihre Kontakte zu fordern. Beispielsweise durch gutes Fragenstellen Informationen zu gewinnen und Kundenbedarf abzufragen.

digit! Stichwort Präsentationstraining. Wie gehen Sie hier vor?

SG: Ich arbeite mit meinen Klienten heraus, wo die Kernkompetenzen und idealerweise der USP liegen. Dann geht es meist darum, die bestehende Präsentation aufzuräumen. Als Fotograf muss ich von meiner Arbeit selbst begeistert und inhaltlich mit mir im Reinen sein – nur dann kann ich andere überzeugen. Zugleich muss ich mein Profil schärfen: Statt viel und bunt besser fokussiert auf wenige Themen und Stile – mit dem Mut, bestimmte Arbeitsaspekte auszublenden und andere zu betonen.

digit! So wird man erfolgreich. Wie bleibt man erfolgreich?

SG: Neben dem kommunikativen Instrumentarium, das mich kontinuierlich sichtbar macht – z. B. Newsletter oder Follow-up-Kontakte –, ist entscheidend, dass ich meine Bildsprache kontinuierlich weiterentwickle und dies auch mit freien Arbeiten dokumentiere. Außerdem muss ich natürlich Schritt halten mit neuen technischen Anforderungen in puncto Equipment, Workflow oder neuen Formaten wie beispielsweise Videoproduktionen.

digit! Wie viel Zeit muss ich als Fotograf für diese Maßnahmen einkalkulieren?

SG: Das kommt ganz drauf an. Wenn alles gut läuft, sollte man einen Tag in der Woche für die Optimierung der Außendarstellung und unterschiedliche Kommunikationsmaßnahmen reservieren. Dazu zählen auch Markt- und Zielkundenrecherche, lesen von Newslettern oder Brancheninformationen. Ein Profifotograf, der lange gut im Geschäft war und dem auf einmal die Kunden wegbrechen, braucht eher zwei Tage pro Woche, in denen er etwa die Mappe und das Bildarchiv aufarbeiten, Akquise betreiben und digitale Kommunikationsplattformen wie den eigenen Blog, die Facebook-Seite oder das XING- und LinkedIn-Profil pflegen kann.



Beispiel Homepage-Entwicklung: Güldner erarbeitete den Relaunch von christoph-siegert.com gemeinsam mit dem Fotografen.

digit! Was raten Sie Fotografen in Sachen digitale Selbstdarstellung?

SG: Das wichtigste Element ist eine gute Website, denn die arbeitet für mich, auch wenn ich schlafe.

digit! Wann ist eine Website gut?

SG: Die Gestaltung muss stimmig sein, der Look meine Zielgruppe ansprechen. Die häufigsten Fehler erlebe ich aber beim Thema Usability. Die Frage ist doch: Was wünscht sich der Besucher, wie halte ich seine Aufmerksamkeit? Viele Fotografen-Sites verlieren sich im Spielerischen. Vor zehn Jahren waren visuelle Gags auf Flash-Basis vielleicht cool, heute sind sie ein absolutes „Nogo“.

digit! Wie geht man also beim Aufbau vor?

SG: Man sollte mit Experten zusammenarbeiten. Am Bau einer gelungenen Website sind mindestens drei Leute beteiligt: ein Konzipter, der die Seitenstruktur, den Aufbau und die Menüführung, also kurz gesagt, die Anforderungen an die neue Website entwickelt, ein Webdesigner und ein Entwickler, der sowohl Ahnung von moderner Programmierung mit zum Beispiel HTML5 und der Implementierung von Content Management Systemen hat, als auch von Suchmaschinenoptimierung. SEO ist das A und O des digitalen Marketings.

SILKE GÜLDNER

... ist auf die Beratung von Fotografen und anderen Selbstständigen aus der Kreativ-Wirtschaft spezialisiert und hilft ihren Klienten dabei, das eigene kreative Potenzial sichtbar zu machen. Das Beratungsangebot reicht von einem fundierten Portfolio-Feedback über die Überprüfung und Konzeption eines eigenständigen Corporate Designs bis hin zur Homepage-Entwicklung oder Präsentations- oder Akquisitionstraining. Die frühere Art Directorin, Studiomanagerin und Gründerin der „Vermittlung – Agentur für Fotografen“ startete 2004 ihr Coaching + Consulting für Fotografen. Seit 2009 leitet die Hamburgerin außerdem verschiedene Workshops, Trainings und Seminare für Unternehmen und Schulen der Fotografie.

www.silkeguedner.de

digit!

DAS PROFI-MAGAZIN FÜR DIGITALE BILDER

- Praktisches Wissen zu allen relevanten digitalen Imaging-Technologien
- Fundiert recherchierte Anwenderberichte, Praxistests, Marktübersichten und Workshops
- Professionelles Know-how für die Optimierung des digitalen Workflows und Ihre aktuellen Investitionsentscheidungen



**1 HEFT
GRATIS!**



Jetzt digit! testen

Fordern Sie noch heute Ihr Gratisexemplar zum Probelesen an!
www.digit.de