

BUCHZIEL-KOMPASS

Ihr persönlicher Auftrag für die ersten 1.000 verkauften Bücher

Ein Buch kann sehr unterschiedliche Aufgaben erfüllen. Es kann Geld verdienen, Expertise sichtbar machen, Kunden gewinnen oder eine Leserschaft aufbauen. Entscheidend ist nicht, dass Ihr Buch alles gleichzeitig leistet. Entscheidend ist, **welches Ergebnis für Sie Vorrang hat**.

Nehmen Sie sich zehn Minuten Zeit. Am Ende dieser beiden Seiten sollten Sie einen klaren Auftrag für Ihr Buch formuliert haben.

01 Mein Buchprojekt

Titel / Arbeitstitel

Bisher verkaufte Exemplare: _____

Status meines Buches

☐ Idee / Konzept

☐ Manuskript fertig

☐ bereits veröffentlicht

☐ Manuskript in Arbeit

☐ Veröffentlichung
vorbereitet

02 Die wichtigste Frage

Im Buch beginnt die Zielklärung mit der Drei-Jahres-Frage. Sie soll verhindern, dass „mehr Verkäufe“ mit dem eigentlichen Erfolg des Projekts verwechselt werden.

Wenn dieses Buch in drei Jahren für mich ein Erfolg ist, dann hat es ...

Was wäre für mich das wichtigste konkrete Ergebnis?

☐ zusätzliches Einkommen erzeugt

☐ meine Expertise sichtbar gemacht

☐ neue Kunden oder Aufträge gebracht

☐ Bekanntheit in einem Themenfeld erhöht

☐ eine eigene Leserschaft aufgebaut

☐ weitere Buchprojekte ermöglicht

☐ etwas anderes: _____

03 Welche Aufgabe hat mein Buch?

Wählen Sie **eine Hauptaufgabe**. Weitere Wirkungen dürfen entstehen - aber eine sollte im Zweifel Vorrang haben.

☐ **Einkommensbuch**

Das Buch selbst soll wirtschaftlich erfolgreich sein.

Für mich bedeutet Erfolg konkret:

☐ **Expertenbuch**

Das Buch soll Kompetenz und Positionierung sichtbar machen.

Mit welchem Thema möchte ich verbunden werden?

☐ **Kundenbuch**

Das Buch soll qualifizierte Kontakte, Anfragen oder Kunden erzeugen.

Wen möchte ich dadurch erreichen?

☐ **Reichweitenbuch**

Das Buch soll Leserschaft, Community oder Autorenmarke aufbauen.

Welche Reichweite möchte ich entwickeln?

Die vier Typen und ihre unterschiedlichen wirtschaftlichen Funktionen sind unmittelbar aus Kapitel 1 übernommen.

04 Mein 1.000er-Ziel

Die 1.000 Verkäufe sind ein gemeinsamer Arbeitsmeilenstein - nicht automatisch das eigentliche Ziel Ihres Buches.

Aktueller Stand
verkaufte Exemplare

Mein Ziel
1.000 Exemplare bis

Noch benötigt
verkaufte Exemplare

Warum möchte ich diese Marke erreichen?

05 Meine zweite Kennzahl

Verkaufszahlen allein sagen noch nicht, ob Ihr Buch seine eigentliche Aufgabe erfüllt. Definieren Sie deshalb **eine zweite Kennzahl**, an der Sie erkennen können, ob Ihr Buch für Ihr persönliches Ziel arbeitet. Das entspricht unmittelbar der Übung im Kapitel.

Meine wichtigste zweite Kennzahl ist:

- | | | |
|---|--|---|
| ☐ Autorenhonorar / Deckungsbeitrag | ☐ Newsletter-Abonnenten | ☐ qualifizierte Kontakte |
| ☐ Kundenanfragen | ☐ neue Kunden | ☐ Medienanfragen |
| ☐ Podcast-Einladungen | ☐ Vortragsanfragen | ☐ Kooperationsanfragen |
| ☐ Community-Mitglieder | | |
| ☐ etwas anderes: _____ | | |

Mein konkretes Ziel:

1.000 Verkäufe + _____

Beispiele: 1.000 Verkäufe + 5 qualifizierte Neukunden · + 300 neue Newsletter-Kontakte · + 10 hochwertige Medien- oder Vortragsanfragen · oder bei positivem Deckungsbeitrag

06 Mein realistischer Einsatz

Ein Ziel ohne Grenzen kann schnell dazu führen, dass zu viel Zeit oder Geld in Maßnahmen fließt, deren Nutzen unklar bleibt. Genau deshalb sieht Kapitel 1 ausdrücklich einen Zeit- und Budgetrahmen vor.

Marketingbudget
maximal

Euro

Zeitbudget
regelmäßig

Stunden pro Woche

Mein Prüfzeitraum
erste Kontrolle am

Datum

07 Was hat Vorrang?

Stellen Sie sich vor, Sie könnten innerhalb der nächsten zwölf Monate nur **eines** dieser Ergebnisse erreichen. Welches würden Sie wählen?

- | | | |
|--|--|---|
| ☐ möglichst viele verkaufte Exemplare | ☐ möglichst hoher Gewinn aus dem Buch | ☐ starke fachliche Positionierung |
| ☐ hochwertige Kundenanfragen | ☐ Bekanntheit in meiner Zielgruppe | ☐ Aufbau einer eigenen Leserschaft |

Warum gerade dieses Ergebnis?

Diese Entscheidung ist wichtig, weil sich beispielsweise ein Einkommensbuch anders vermarkten lässt als ein Buch, dessen Hauptziel wenige hochwertige Entscheider sind.

08 Mein Buchauftrag

Verdichten Sie jetzt Ihre Antworten auf einen einzigen Satz.

Dieses Buch soll ...

... und ich erkenne seinen Erfolg daran, dass ...

MEIN BUCHZIEL-KOMPASS

Mein Buch

☐ Einkommen

☐ Expertise

☐ Kunden

☐ Reichweite

Ziel

Zweite Kennzahl

Marketingbudget

Zeitbudget

Mein Buchauftrag in einem Satz

Bewahren Sie diesen Buchziel-Kompass auf. Wenn später eine neue Marketingidee, Werbekampagne, Kooperation oder Vertriebsmöglichkeit auftaucht, stellen Sie sich eine einfache Frage:

Bringt mich diese Maßnahme meinem Buchauftrag näher?

Wenn die Antwort nicht erkennbar **Ja** lautet, ist sie möglicherweise gerade nicht die richtige Maßnahme.