



Kooperationen: Ein roter Faden

Mit welchem **Thema** möchtest du sichtbar werden?

Ein guter Fokus bei deiner **Kooperationspartnersuche** ist darauf zu schauen, dass dein potentieller Kooperationspartner die **gleiche Zielgruppe** wie du hat. Fast alle meine Kooperationen gestalte ich so, da diese Art von Kooperationen für deine Zielgruppe einen Mehrwert bringen. Es gibt natürlich noch andere Formen, aber das würde hier den Rahmen sprengen.

Kooperationen kannst du **horizontal** gestalten, indem du ergänzende Themen und Lösungen zu deinem eigenen Angebot findest. Der andere Blickwinkel ist **vertikal**. Vertikal bedeutet: Was kauft dein Kunde typischerweise vorher und was, wenn er dein Produkt gekauft hat? Hieraus ergeben sich spannende Kooperationsideen. Zum Einstieg ist eine Suche nach ergänzenden Themen einfacher.

Überlege dir im Vorfeld für eine Aktion genau, welche **Formate** du angehen magst. Wünschst du dir beispielsweise eine bessere Online-Reputation, dann ist es sinnvoll, eine Aktion in Form eines Online-Produktes wie einen Onlinekurs zu starten. Möchtest du als Autor wahrgenommen werden, dann könnte eine Autorenaktion passen.

Wenn Kooperationspartner unterschiedliche **Kommunikationskanäle** nutzen, werden alle sichtbar. Bist du beispielsweise gerne in XING unterwegs, dann ist es günstig, Kooperationspartner ins

Boot zu holen, welche die anderen Social Media Kanäle mit Infos zur Aktion beglücken 😊 Praktisch, oder?

Aktionen in Kooperation in vier Schritten

1. Wähle das **Thema**, mit dem du sichtbar werden möchtest.

2. Suche zum Thema mögliche **passende Kooperationspartner**.

3. Günstige **Formate** zur eigenen Positionierung wählen

4. Ergänzende **Kommunikationskanäle** wählen

Schon dabei? Infos zur kostenfreien [21-Tage-Networking-Challenge](#).

