

Alle wiederkehrenden Termine aus zwanzig Kapiteln auf einem Blatt. **Das Ziel, das zählt, ist die Zahl der Listings,** nicht der Umsatz: Sie ist die einzige Größe, die Du direkt steuern kannst. Der Umsatz folgt daraus, mit Verzögerung.

1 Die festen Termine

| WANN                   | WAS                            | MEIN TERMIN |
|------------------------|--------------------------------|-------------|
| Täglich, 5 Minuten     | Nachrichten prüfen             |             |
| Monatlich, zum 10.     | Umsatzsteuer-Voranmeldung      |             |
| Monatlich, 40 Minuten  | Abrechnung, Belege, Statistik  |             |
| 25. Jan, Apr, Jul, Okt | Zusammenfassende Meldung       |             |
| Vierteljährlich        | Linkprüfung, Begriffsdatenbank |             |
| Halbjährlich           | Sicherung testen               |             |
| Jährlich, ein Tag      | Die Jahresrunde                |             |

2 Mein Arbeitsjahr

Es fühlt sich falsch herum an: Weihnachten wird im Frühjahr gebaut. Genau deshalb verpassen viele die Saison.

| QUARTAL              | BAUEN | VORBEREITEN |
|----------------------|-------|-------------|
| Januar bis März      |       |             |
| April bis Juni       |       |             |
| Juli bis September   |       |             |
| Oktober bis Dezember |       |             |

3 Meine Saisontermine

Drei Monate Vorlauf vor der Kaufzeit. Der Rücktausch der Saisonbegriffe wird am häufigsten vergessen und kostet ganzjährige Anfragen.

| ANLASS | ONLINE SEIN AB | BEGRIFFE SETZEN | ZURÜCKTAUSCHEN |
|--------|----------------|-----------------|----------------|
|        |                |                 |                |
|        |                |                 |                |
|        |                |                 |                |
|        |                |                 |                |

4 Mein Ziel

Ein Produkt je Woche, mit zwölf Wochen Pause im Jahr, ergibt vierzig Listings. Bei viereinhalb Stunden je Produkt sind das vier bis fünf Stunden in der Woche.

|                               |
|-------------------------------|
| Listings zu Jahresbeginn      |
| Ziel zum Jahresende           |
| Produkte je Monat             |
| Geplante Stunden je Woche     |
| Erwarteter Umsatz, vorsichtig |

## 5 Die drei Zahlen, monatlich

Immer nur den Engpass angehen. Wer an allem gleichzeitig arbeitet, verbessert nichts messbar.

| MONAT     | LISTINGS | AUFRUFE | BESTELLUNGEN | KAUFRATE |
|-----------|----------|---------|--------------|----------|
| Januar    |          |         |              |          |
| Februar   |          |         |              |          |
| März      |          |         |              |          |
| April     |          |         |              |          |
| Mai       |          |         |              |          |
| Juni      |          |         |              |          |
| Juli      |          |         |              |          |
| August    |          |         |              |          |
| September |          |         |              |          |
| Oktober   |          |         |              |          |
| November  |          |         |              |          |
| Dezember  |          |         |              |          |

## 6 Der Jahresabschluss

|                                 |
|---------------------------------|
| Umsatz im Jahr                  |
| Ausgaben im Jahr                |
| Gewinn                          |
| Aufgewendete Stunden            |
| Ertrag je Stunde                |
| Im Vorjahr                      |
| Richtung: steigt oder stagniert |

## 7 Mein nächster Schritt

Erst wenn Aufrufe und Kaufrate stimmen und die Nische ausgereizt ist, lohnt Wachstum. Sonst wird mehr vom Falschen gebaut.

---

---

---