

The background of the image is a soft, warm-toned still life. On the left, a dark glass vase holds several stems of dried, light-brown flowers. In the center, a round, woven basket sits on a surface. In the foreground, an open spiral notebook with a gold-colored binding and lined pages is visible. The overall aesthetic is clean, organized, and professional, with a focus on natural and handmade elements.

LEVEL UP

dein Umsatz

7 Tipps für mehr Umsatz in deinem Fotografie Business

HEY DU!

So toll, dass du dich für meine „7 besten Tipps für sofort mehr Umsatz“ eingetragen hast und somit dein Fotografie Business auf ein neues Level bringen möchtest. Ich freue mich so sehr, diese Tipps nun mit dir zu teilen und bin schon sehr gespannt auf deine Ergebnisse. Alle diese Tipps, die ich dir heute gebe, habe ich selbst in meinem Business ausprobiert und für gut empfunden.



Natürlich nutzen die besten Tipps aber nichts, wenn du diese nicht auch umsetzt. Da du aber dieses Freebie haben wolltest, bist du jemand, der wachsen und sich immer stetig verbessern möchte. Aus diesem Grund bin ich sicher, dass du damit großen Erfolg haben wirst und deine Umsätze steigern kannst. Ich habe mich auf die Neugeborenen- und Familienfotografie spezialisiert, weshalb ich Beispiele aus diesem Bereich nennen werde. Ich habe jedoch auch versucht, mich in die anderen Fotografie Bereiche reinzudenken und das ein oder andere Beispiel aus diesem Bereich aufgeführt. Schau einfach, was du für dich mitnehmen kannst. Auch wenn es nur ein Tipp ist, der deinen Umsatz steigen lässt, hat sich dieser Freebie für dich schon gelohnt. Lass uns loslegen :-)



#01. ÜBERDENKE DEINE PREISSTRUKTUR

Hier kommt es darauf an, wie deine momentane Preisstruktur aufgebaut ist und ob du mit dieser zufrieden bist. Bis ich meine Preisstruktur gefunden habe, hat es natürlich auch erst einmal ein Weilchen gedauert, aber jetzt kann ich dir meine Preisstruktur auf jeden Fall sehr ans Herz legen, da ich seit der Umstellung viel höhere Umsätze fahre. Um dir einen besseren Einblick zu geben, muss ich etwas tiefer ins Detail gehen. Früher war es üblich, fertige Pakete für 5, 10 oder 15 Bilder anzubieten. Das habe ich ebenfalls jahrelang gemacht, mich aber dann irgendwann dazu entschlossen, eine andere Struktur auszuprobieren.

Mein Erfolg heißt „IPS“ - In person sales und bedeutet der persönliche Verkauf von Bildern als Fotograf vor Ort, statt Onlinegalerien. Durch IPS habe ich gleichzeitig meine Preisstruktur umgestellt und den Ablauf des Shootings erweitert.

Zunächst habe ich eine Grundgebühr eingeführt, die meinen ganzen Service, das Shooting und auch den Auswahltermin beinhaltet. Hier sind noch keine Bilder enthalten und die Kunden haben nun zwei Optionen:

1. Man kauft ein Bild für Summe X. Bei mir kostet zum Beispiel ein Bild 58,- Euro. Ein Bild bedeutet, dass der Kunde eine hochauflösende Datei bekommt und gleichzeitig einen Ausdruck in 13x19. Die Preise sind extra so kalkuliert, dass wenn die Kunden sich für diese Option entscheiden in Summe mehr bezahlen würden, als bei Option 2.

2. Ich habe ein fertig geschnürtes Paket (sog. Kollektion), die immer einen Produktgutschein für Fotoprodukte beinhaltet, ein musikhinterlegtes Video mit Mitschnitten aus dem Shooting und ALLE Dateien (ca. 35 Bilder) aus dem Shooting. Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist hier für den Kunden am besten.

Mein Ziel ist immer, dass die Kunden sich für die sogenannte Kollektion entscheiden, da ich die Bilder vorab schon fertig bearbeite und es schade wäre, wenn sie nur ein paar Bilder nehmen. Seitdem ich dieses Preismodell fahre, habe ich definitiv höhere Umsätze, da sich die Kunden meist nicht entscheiden können und der Anreiz sehr groß ist, ein personalisiertes hochwertiges Fotoprodukt in Händen zu halten.

Ich habe natürlich alle Fotoprodukte vor Ort und im Blickfeld des Kunden platziert, damit meine Kunden sich von der tollen Qualität überzeugen können und sich ihr eigenes Produkt schon vor dem inneren Auge vorstellen können. Das ist auch super, super wichtig, oder würdest du die Katze im Sack kaufen? Wahrscheinlich eher weniger. Meine Fotoprodukte bestelle ich bei NPhoto. Diese Firma kann ich dir wirklich sehr empfehlen, da du hier nur als Berufsfotograf mit eigener Website bestellen kannst. So brauchst du keine Angst haben, dass deine Kunden diesen Anbieter „herausfinden“ und die Preise ebenfalls vergleichen können oder – noch schlimmer: dort einfach selbst bestellen.

**UNTER FOLGENDEM LINK
BEKOMMST DU BIS ZU
75% RABATT AUF
DEINE ERSTEN BESTELLUNGEN:
[HIER KLICKEN](#)**

A woman with blonde hair and a young child with curly hair are walking through a grassy field. The woman is looking down at the child, and they both appear to be smiling. The background is a soft-focus landscape with trees and a bright sky. The overall tone is warm and nostalgic.

#02. NACHVERKAUF

Wie wäre es, wenn du dich ein halbes Jahr nach dem Shooting bei deinen Kunden nochmal meldest und schreibst, dass du zufällig ihre Bilder gerade auf dem Laufwerk entdeckt hast und sie fragst, ob und was sie schon aus den Bildern gemacht haben. Oftmals haben deine Kunden im Alltag mit den Kindern oder im Berufsleben nicht wirklich viel Zeit und kommen nicht unbedingt dazu, aus den Fotos Leinwände oder Fotobücher zu gestalten (Es sei denn, sie haben diese nicht bereits nach dem Shooting gekauft).

Indem du dich bei Ihnen meldest, erweckst du eine Erinnerung und sie merken, dass sie eventuell das nächste Shooting bei dir buchen könnten oder bestellen über dich nachträglich hochwertige Bildprodukte.

Bei Hochzeiten zum Beispiel ist es oftmals eine Budgetfrage. Hochzeiten sind ja in der Regel nicht ganz so günstig und oftmals fehlt direkt nach der Hochzeit das nötige Budget für ein Album. Ein halbes Jahr nach der Hochzeit sieht die Situation schon etwas anders aus und man hat oftmals die ausgegebenen Summen nicht mehr so präsent im Kopf. Hier hast du nun die Gelegenheit deinen Kunden noch etwas im Nachhinein zu verkaufen. Wie wäre es mit einem 50 Euro Gutschein für ein Fotoprodukt (buchbar bis XX.XX.2022). Hier musst du natürlich deine Preise vorab so kalkuliert haben, dass du trotzdem noch genug Gewinn machst.

Kleiner Tipp: Wähle lieber einen Geldbetrag aus als z.B. 20% Rabatt, da der Betrag psychologisch gesehen die Kunden mehr anspricht. Gleichzeitig denken sie darüber nach, was man mit diesen 50 Euro denn anderes kaufen kann und somit hat man schon im Kopf ein Bild erzeugt und dein Angebot wird den Kunden eher ansprechen. Setze dir nach jedem Shooting eine Erinnerung, dass du dich bei den Kunden meldest und einen Nachverkauf anbietest. Oder du führst eine Excel Liste über deine monatlichen Shootings und setzt dich am Ende des Monats hin, suchst dir den Monat aus, der gerade benötigt wird und schreibst alle aus Monat X an. Mache dir hier eine E-Mail Vorlage, sodass du diese für alle Kunden verwenden kannst und du dir somit Zeit sparst. Wenn du zum Beispiel Onlinegalerien hast, kannst du dem Kunden eine E-Mail schreiben, dass du in einer Woche die Galerie löschen möchtest und sie nochmal die Chance haben (optional vergünstigt) Bilder auszusuchen. Versuche es immer zeitlich zu begrenzen, denn das gibt dem Ganzen eine gewisse Dringlichkeit.

Damit wirst du dich nicht nur in Erinnerung rufen, sondern auch zusätzlich Umsatz generieren. Denn, was super wichtig ist:

Wir sollten nicht immer schauen, wo wir Neukunden generieren können, sondern mit unseren bestehenden Kunden arbeiten und ihnen den Service und die Leistung anbieten, die wir im Programm haben. So verkaufst du zusätzlich, ohne dafür erneut ein Shooting machen zu müssen.

#03. SEI AKTIV

Es ist kein Geheimnis, dass Kunden, bevor sie dich buchen, zunächst einmal im Internet nach dir suchen. Wenn sie dann kein Gesicht oder nur sehr wenig Informationen von dir persönlich bekommen, werden sie dich ggf. nicht buchen. Denk mal an dich – du folgst sicherlich auch anderen Menschen auf Social Media und findest den ein oder anderen auch ohne persönliches Kennenlernen schon sympathisch. Solltest du diese Person dann irgendwann persönlich kennenlernen, hat sie automatisch einen Pluspunkt bei dir. Und jetzt stell dir das in deinem Geschäft vor:

Wenn du in Social Media nicht aktiv bist und die Menschen dich nicht vorher kennengelernt haben, wirst du am Anfang des Shootings erst mal die Verbindung zu dem Kunden aufbauen müssen. Wie toll wäre es, wenn das schon da wäre? Menschen kaufen nicht nur deine Bilder, sondern vor allem dich als Person. Sie kaufen das Gefühl, was du ihnen vorab vermittelst. Also sei aktiv, zeig wer du bist, was du liebst und lebst. So gibst du den potenziellen Kunden die Möglichkeit sich mit dir zu identifizieren, dich zu mögen und somit auch zu buchen.

Im Bezug auf Social Media kann ich dir außerdem empfehlen, aktiv im Kommentieren und Liken von Bildern deiner Zielgruppe zu sein. Suche nach bestimmten Hashtags bei Instagram (zB. #Mamiblogger oder #Dickbauchdienstag, #Hochzeit2022, #Paarbilder) und kommentiere bei den verschiedenen Profilen. Du machst auf dich aufmerksam und deine Reichweite wächst. So wird es vorkommen, dass Mamis, die aus der Nähe kommen, dich für ein Shooting buchen möchten. Ich bekomme mittlerweile sehr viele Anfragen über Instagram, weil ich dort ziemlich aktiv bin. Falls du schauen möchtest, wie ich mein Social Media Account betreibe, kannst du sehr gerne auf Instagram unter @lydiabeckerfotografie oder @lydiabecker_ vorbeischaun. Ansonsten habe ich hier noch ein paar Tipps für dich:

- BEI FACEBOOK KANNST DU ZUM BEISPIEL IN REGIONALEN GRUPPEN AKTIV SEIN. SO MACHST DU EBENFALLS AUF DICH AUFMERKSAM, INDEM DEIN NAME IMMER WIEDER ERSCHEINT.

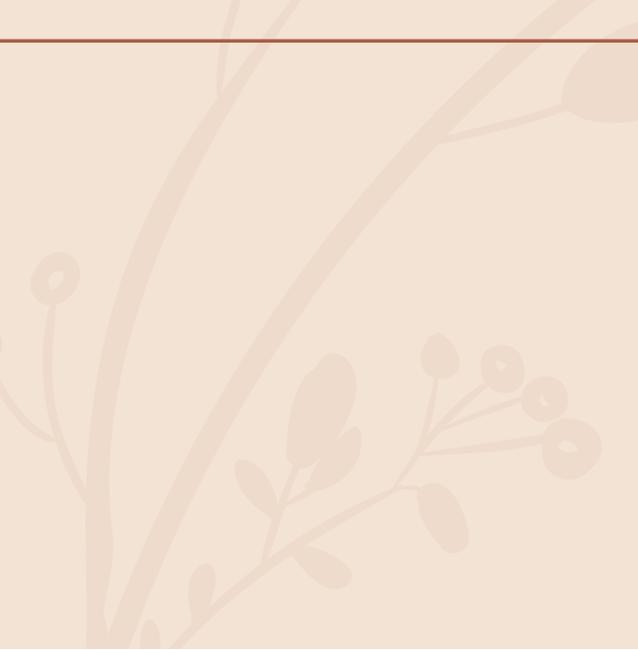
- WENN IN DEN GRUPPEN FRAGEN GESTELLT WERDEN, KANNST DU DARAUF ANTWORTEN. SO WIRST DU ALS HILFSBEREIT EMPFUNDEN, WAS WIEDER FÜR DICH SPRICHT.

- IN DEN HOCHZEITSGRUPPEN WIRD OFT NACH DIENSTLEISTERN GESUCHT. VERLINKE PERSONEN AUS DER HOCHZEITSBRANCHE(FLORISTIK, MUSIKBAND, DJ USW...) DIESE PERSONEN WERDEN DICH DANN ALS GEGENLEISTUNG ALS FOTOGRAF UNTER DEN SUCHANFRAGEN VERLINKEN.

WENN MAN MAL BEDENKT, DASS SOCIAL MEDIA DIR EINE PLATTFORM BIETET, WO DU KOSTENLOSE WERBUNG FÜR DICH UND DEIN GESCHÄFT MACHEN DARFST, WARUM NUTZT DU DIESE DANN NICHT, UM SOMIT MEHR UMSATZ ZU GENERIEREN?!

#04. SEI AUFMERKSAM

Stell dir mal vor, du machst ein Shooting mit deinem neugeborenen Baby bei einer Fotografin. Nach einem Jahr bekommst du plötzlich ein Päckchen von dieser besagten Fotografin mit einem kleinen Geschenk für dein Baby und ein paar lieben Worten. Wie würdest du dich fühlen? Würdest du diese Fotografin jetzt nicht noch lieber empfehlen und von ihr schwärmen, falls du dich mal mit jemandem über Fotografen unterhalten würdest? Würdest du nicht gleich am liebsten ein Shooting bei ihr buchen wollen? Tja, und nun stell dir mal vor, du bist diese Fotografin – eine aufmerksame Fotografin, der an ihren Kunden etwas liegt. Du denkst an ihre Geburtstage und an die von deren Kinder. Du holst dich also immer wieder in Erinnerung und zeigst, dass jeder deiner Kunden etwas Besonderes ist.



Wir im Studio machen es so, dass zum 1. Geburtstag des Kindes, eine kleine Geschenkbox verschickt wird. Hier, je nach Alter, legen wir ein Puzzle, Malbuch, Bastelbuch und ein kleines Spielzeug mit einer handschriftlichen Karte in ein schönes verpacktes Paket.



TIPP: Es gibt aber auch die Möglichkeiten, persönliche Geburtstagsgrüße automatisiert per Mail zu versenden.

(z.B. <https://www.eventkingdom.com>)

Wir nutzen Kreativ.Management als Datenbank. Hier haben wir die Möglichkeit E-Mails vorzuplanen und zu einem bestimmten Datum automatisiert zu verschicken. Du möchtest gern Kreativ.Management kostenlos testen? Dann klicke [HIER](#).

Als Hochzeitsfotograf kannst du an den Hochzeitstag denken und z.B. eine Flasche Wein mit ein paar netten Worten an die Kunden senden. Oder einem kleinen Gutschein für ein Folgeshooting? Was meinst du, wie sich die Kunden fühlen werden, wenn sie ein Jahr später von dir hören. Und wenn du zu Hochzeiten z.B. auch Familienbilder anbietest, könnte es zu einem weiteren Auftrag führen. Probiere dich einfach aus, gebe an deine Kunden etwas zurück, ohne etwas zu erwarten. Geben ist seeliger als nehmen, wie es so schön heißt.

Die Kunden werden es wertschätzen
und dich aus tiefstem Herzen
weiterempfehlen.



#05. NEWSLETTER

Newsletter Marketing ist eine Umsatz Maschine! Gib deinen Kunden die Möglichkeit sich in einen Newsletter einzutragen, um immer über deine aktuellen Aktionen und Rabatte informiert zu werden. So generierst du zusätzlichen Umsatz, denn du kannst nun kleine Aktionen exklusiv für deine Kunden einrichten. Wenn du merkst, dass es in einer Woche etwas ruhiger ist, kannst du eine bestimmte kleine Aktion (wie z.B. ein 30 Minuten Mini-Shooting) anbieten und nur direkt deine Kunden ansprechen, denn die Öffnungsraten bei E-Mails ist eine viel größere, als die Sichtbarkeit in Social Media. Durch die Newsletter kannst du somit neue Aufträge erhalten und auch Bilder und Produkte nachverkaufen. Somit generierst du wieder mehr Umsatz. Zwischendurch kannst du den Kunden auch ein paar Inspirationen schicken, was sie aus den gemachten Bildern machen können. Das bietet für die Kunden Mehrwert und sie werden durch dich inspiriert. Außerdem kannst du deinen Newsletter dazu nutzen, deinen Kunden frohe Ostern oder frohe Weihnachten zu wünschen. So bist du immer wieder bei den Kunden auf dem Schirm und sie können dich nicht vergessen.



#06. SHOOTINGPAKETE

Wie wäre es, wenn du nach Abschluss eines Auftrages erneut gebucht wirst? Ich habe zum Beispiel bei Neugeborenen ein Paket, welches „Babys first year“ heißt. Nachdem meine Kunden für das Neugeborenen Shooting in meinem Studio waren, haben sie nun die Möglichkeit zwei weitere Shootings, zu einem besonderen Vorzugspreis, zu buchen (Sitzalter- und Cakesmash Shooting). Dieses Shooting-Paket habe ich schön auf einem Flyer zusammengefasst und gebe ihnen diesen direkt nach der Bildpräsentation mit. Folgebuchungen sind dann garantiert.

Ein andere Möglichkeit ist die Buchung mehrerer Shootings im Paket. Bucht eine Kundin zum Beispiel direkt Babybauch- und Neugeborenen shooting zusammen, so verringert sich für beide Shootings die Grundgebühr, im Vergleich zum einzelnen Shooting. In der Hochzeitsfotografie kannst du das zum Beispiel so anbieten, dass es ab einem gewissen Paket (natürlich nicht gleich das 1. Paket) das Verlobungsshooting inklusive ist. So tendieren die Kunden eventuell eher zu dem größeren Paket, weil sie sehen, dass hier die Preis-Leistung super passt.



#07. EMPFEHLUNG

Nutze die Magie des Empfehlungsmarketings für mehr Umsatz in deinem Business. Gerade nachdem deine Kunden die fertigen Ergebnisse in Händen halten, sind sie super glücklich und bereit dich zu empfehlen. Natürlich sollte es auch belohnt werden, dass Kunden euphorisch von dir erzählen. Wie wäre es, wenn du für jeden Neukunden, der durch die Empfehlung den Weg zu dir findet, deinem Kunden einen Gutschein ausstellst. Diesen können sie auf Fotoprodukte nutzen oder für das nächste Shooting. Eine absolute Win-Win-Situation. Du gewinnst nicht nur einen neuen Kunden, und somit daraus resultierend noch mehr Umsatz, sondern gibst deinem bestehendem Kunden die Möglichkeit etwas geschenkt zu bekommen.

Tipp hier:

Aktives Empfehlungsmarketing bedeutet auch, dass du es aktiv an den Kunden weitergibst und nicht nur in dein Paket legst. Im Alltag wird es schnell vergessen und die Karten landen schnell im Müll. Wenn du sie ihnen aktiv in die Hand drückst und das ganze vielleicht auch auf einen Zeitraum begrenzt, entsteht auch hier eine Dringlichkeit und Verknappung und der Kunde ist eher aktiviert sofort zu agieren.

DANKE DIR!

Ich bin ganz gespannt, welche Tipps du heute für dich mitnehmen konntest und welche du direkt umsetzen wirst.

Wenn dir diese Tipps geholfen haben, lass es mich gerne wissen. Darüber freu ich mich sehr.



STARTE *jetzt*

Sehnt du dich bereits nach jemandem, der dich ganz individuell bei dem Wachstum deines Fotografie Business unterstützt?

Dann schau dir gerne mein Personal Coaching und Business & Soul Mentoring an. Beides findet 1:1 statt - also nur du und ich.

Das Personal Coaching ist ganz individuell und auf dich und die Dinge, die du lernen möchtest, abgestimmt. Ob du Fotografieren lernen, ein Business aufbauen oder ein bestehendes Business verbessern möchtest - es hilft dir all deine Herausforderungen anzugehen und mit mir daran zu arbeiten.

Beim Business & Soul Mentoring gehe ich mit dir mehr in die Tiefe. Wir schauen uns Business Themen an und finden heraus, welche Glaubenssätze und Blockaden dich davon abhalten dein erfolgreiches Traumbusiness zu führen. Denn wenn du etwas im Außen verändern möchtest, beginne im Inneren. Da das ein Prozess ist, der seine Zeit braucht, begleite ich dich über einen längeren Zeitraum.

Erfahre mehr >> www.lydiabeckercoaching.de/work-with-me