

EIN ARBEITSWERKZEUG

Die *Sichtbarkeits- Diagnose.*

Drei Fragen, an denen du erkennst,
ob dein Social Media funktioniert.

Eine ehrliche Selbst-Diagnose für etablierte Selbstständige,
die wissen wollen, wo ihr Social Media wirklich steht – und
wo sie ansetzen müssen, damit aus Sichtbarkeit Anfragen werden.



Bevor du anfängst.

Drei Minuten Anleitung,
damit diese Diagnose wirklich wirkt.



Diese Diagnose ist kein weiteres E-Book mit allgemeinen Tipps. Sie ist ein Werkzeug. Drei konkrete Fragen, mit denen du in zehn bis fünfzehn Minuten ehrlich überprüfst, ob dein Social Media gerade arbeitet – oder ob es dich arbeiten lässt.

Die meisten Selbstständigen, die ich begleite, kommen zu mir mit dem Gefühl: "Irgendwas läuft nicht, aber ich weiß nicht was." Sie posten regelmäßig. Sie bekommen Likes. Aber Anfragen bleiben aus.

In fast allen Fällen liegt es an einer von drei Stellen. Genau diese drei Stellen prüfst du jetzt.

SO GEHST DU VOR

1. Nimm dir 15 Minuten Zeit, ungestört. Öffne dein Instagram- oder LinkedIn-Profil.
2. Geh die drei Fragen ehrlich durch. Beantworte jede mit Ja oder Nein.
3. Lies am Ende die Auswertung. Sie zeigt dir, wo du ansetzen solltest.
4. Setz den ersten Schritt diese Woche um. Nicht in einem Monat. Diese Woche.

Du brauchst keine Notizen. Nur Ehrlichkeit.

01

SICHTBARKEIT

Ist für einen Fremden in unter drei Sekunden erkennbar, was du anbietest?

WARUM DIESE FRAGE ENTSCHEIDEND IST

Wenn jemand dein Profil zum ersten Mal sieht, entscheidet er in unter drei Sekunden, ob er bleibt oder weiterscrollt. In diesen drei Sekunden liest er nicht alles. Er scannt: Was ist das hier? Für wen ist das hier? Was soll ich tun?

Wenn diese drei Fragen nicht beantwortet werden, scrollt er weiter. Nicht, weil dein Content schlecht ist. Sondern weil dein Profil keine Richtung gibt.

Die meisten Selbstständigen denken, sie sind "zu wenig sichtbar". Tatsächlich sind sie sichtbar – aber ohne Richtung. Und das ist das eigentliche Problem.

KERNSATZ

Du bist nicht unsichtbar, weil du zu wenig postest.

Du bist unsichtbar, weil dein Profil keine Richtung gibt.

Dein Selbst-Check.

Öffne dein Instagram- oder LinkedIn-Profil. Schau es an, als hättest du dich selbst noch nie gesehen.

- ☐ **Erkennst du in deiner Bio, FÜR WEN du da bist?**
Steht dort eine konkrete Zielgruppe? "Selbstständige Frauen in der Beratungsbranche" ist konkret. "Coach für Veränderung" ist es nicht.
- ☐ **Erkennst du, WAS sich für diese Zielgruppe verändert, wenn sie mit dir arbeitet?**
Nicht das, was du tust ("ich coache"), sondern das, was sich für sie verändert ("du gewinnst Klarheit über deinen nächsten Karriereschritt").
- ☐ **Gibt es einen klaren NÄCHSTEN SCHRITT?**
Ein Link, eine Handlungsaufforderung, ein Anker. Wenn jemand interessiert ist – weiß er, was er jetzt tun soll?

DEIN ERGEBNIS

Zähle deine Ja-Antworten. Wenn du dreimal Ja antworten kannst, ist deine Sichtbarkeit auf Profil-Ebene in Ordnung. Bei weniger als drei Ja-Antworten weißt du, wo du ansetzen solltest. Notiere dir, welche Frage Nein war – das ist dein erster Hebel.

02

AKTIVIERUNG

Endet dein typischer Post mit einem Grund, dich zu kontaktieren?

WARUM DIESE FRAGE ENTSCHEIDEND IST

Likes entstehen durch guten Content. Anfragen entstehen durch Content mit Richtung. Das sind zwei verschiedene Systeme.

Gut gemeinte Posts enden oft offen. Mit einer Frage, die niemand beantwortet. Mit einem Punkt, der keinen Anschluss gibt. Die Leserin nickt, scrollt weiter, vergisst.

Ein Post, der zu Anfragen führt, gibt der Leserin einen konkreten nächsten Schritt. Nicht aggressiv. Nicht aufdringlich. Aber klar. "Schreib mir, wenn du das umsetzen willst." "Speicher diesen Post, wenn er dir hilft." "Kommentier mit X, wenn du das kennst."

Ohne diesen klaren Anker bleibt deine Leserin Beobachterin. Mit ihm wird sie aktiv.

KERNSATZ

Likes entstehen durch guten Content.

Anfragen entstehen durch Content mit Richtung.

Dein Selbst-Check.

Geh deine letzten fünf Posts durch. Prüfe jeden einzelnen.

- ☐ **Endet jeder deiner letzten fünf Posts mit einem konkreten Anker?**
Eine Frage zum Antworten. Ein Hinweis zum Speichern. Eine DM-Aufforderung. Ein Link in der Bio. Irgendetwas, das eine Handlung auslöst.
- ☐ **Ist dieser Anker spezifisch und nicht generisch?**
"Was denkst du dazu?" ist generisch. "Welche der drei Methoden würdest du zuerst ausprobieren?" ist spezifisch. Spezifisch lädt zur Antwort ein.
- ☐ **Würde ein Fremder verstehen, was er als Nächstes tun soll?**
Wenn der Anker nur für Insider:innen verständlich ist ("Mehr in meinem Newsletter"), ist er unklar. Klare Anker funktionieren auch ohne Vorwissen.

DEIN ERGEBNIS

Bei mindestens drei deiner letzten fünf Posts sollten alle drei Fragen mit Ja beantwortet werden können. Wenn du häufiger Nein als Ja antwortest, ist Aktivierung dein Hebel – nicht mehr Content.

03

DIFFERENZIERUNG

Klingt dein Content nach dir – oder nach allen anderen?

WARUM DIESE FRAGE ENTSCHEIDEND IST

Wenn dein Content auch im Mund einer anderen Person funktionieren würde, ist es nicht dein Content. Es ist allgemeiner Content, den gerade zufällig du postest.

Sätze wie "Du bist genug", "Trau dich, sichtbar zu sein" oder "Stop playing small" sind in tausenden Profilen identisch. Sie sagen nichts über dich aus. Sie machen dich austauschbar.

Menschen buchen Menschen, die klingen wie sie selbst. Mit eigener Beobachtung, eigener Sicht, eigener Sprache. Nicht mit Sätzen, die jede zweite Beraterin posten könnte.

Das ist die unbequemste der drei Fragen. Sie verlangt, dass du Position beziehst. Nicht laut, nicht aggressiv – aber unverwechselbar.

KERNSATZ

*Menschen buchen Menschen, die klingen wie sie selbst.
Nicht wie alle anderen.*

Dein Selbst-Check.

Nimm einen typischen Post von dir. Geh die drei Fragen ehrlich durch.

☐

Würde dieser Post auch in einem anderen Account funktionieren?

*Tausch im Kopf deinen Namen gegen den einer Kollegin. Würde der Post immer noch genauso passen?
Wenn ja – dann ist es nicht dein Post.*

☐

Steht in diesem Post eine Beobachtung oder Erfahrung, die nur du gemacht hast?

Eine konkrete Szene, ein realer Kunden-Satz, eine Erkenntnis aus deinem Alltag. Etwas, das nicht in zehn anderen Profilen steht.

☐

Verwendest du Phrasen, die du selbst nie laut aussprechen würdest?

Wenn ein Satz aus deinem Post seltsam klingt, wenn du ihn jemandem im Café erzählen würdest, ist er nicht aus deiner Stimme. Er ist Marketing-Sprache.

DEIN ERGEBNIS

Wenn du bei Frage 1 mit Ja antwortest oder bei Frage 2 mit Nein – ist deine Differenzierung schwach. Das ist die unangenehmste Erkenntnis dieser Diagnose und gleichzeitig die wertvollste. Hier liegt der größte Hebel für Premium-Positionierung.

Was jetzt?

Deine Antworten zeigen dir,
wo du ansetzen solltest.



Wenn alle drei Antworten Ja waren:

Dein Profil arbeitet strukturell. Das Problem liegt nicht in deinem Setup – es liegt in Frequenz oder Reichweite. Mehr Sichtbarkeit kommt jetzt durch konstantes Posten und gezielte Community-Arbeit. Du bist auf einem guten Weg.

Wenn eine Antwort Nein war:

Du hast einen klaren Hebel identifiziert. Setz an genau dieser Stelle an, bevor du an anderen Stellschrauben drehst. Mehr posten oder neue Formate ausprobieren bringt dir wenig, solange dieser eine Punkt nicht geklärt ist.

Wenn mehrere Antworten Nein waren:

Das ist nicht entmutigend, sondern hilfreich. Du weißt jetzt, dass dein Social Media kein "Mehr-Content-Problem" hat. Es hat ein strukturelles Problem. Strategie kommt vor Frequenz. Sortiere die drei Bereiche und beginne mit dem, der dir am unangenehmsten ist – meist ist genau das der wichtigste.

Diese Woche.

Drei konkrete Aufgaben, abgestimmt auf dein Diagnose-Ergebnis.

Wenn deine Sichtbarkeit schwach ist

Setz dich heute hin und überarbeite deine Bio. Drei Zeilen reichen. Wer ist deine Zielgruppe konkret. Was verändert sich für sie. Wie ist der nächste Schritt. Nicht länger als 30 Minuten arbeiten – wenn es länger dauert, machst du es zu kompliziert.

Wenn deine Aktivierung schwach ist

Veröffentliche diese Woche einen Post mit einem klaren Anker am Ende. Nicht generisch ("Was meinst du?"), sondern spezifisch ("Welche der drei Punkte trifft auf dich zu?"). Beobachte die Reaktion. Das ist dein Datenpunkt für die Zukunft.

Wenn deine Differenzierung schwach ist

Schreib diese Woche einen Post, der nur in deinem Mund funktioniert. Mit einer konkreten Beobachtung aus deinem Arbeitsalltag. Einer realen Szene mit einer Kundin. Einem Satz, den du wirklich gesagt hast. Keine allgemeinen Wahrheiten. Nur deine.

MEIN PRINZIP

*Mehr Content mit Klarheit ist Wachstum.
Mehr Content ohne Klarheit ist nur mehr Arbeit.*

Hinter dieser *Diagnose.*



Ich bin Sarit Peschke-Szelag. Seit 2011 arbeite ich mit sozialen Medien, seit 2014 strategisch für andere, seit 2021 selbstständig. Heute übernehme ich Social Media für etablierte selbstständige Frauen, vor allem auf Instagram und LinkedIn.

Diese Diagnose ist ein Ausschnitt aus meiner Arbeit. Genau diese drei Fragen stelle ich jeder neuen Kundin, bevor wir zusammenarbeiten. Wenn die Antworten klar sind, weiß ich, wo wir ansetzen.

Wenn du nach dieser Diagnose merkst, dass du die nächsten Schritte gerne mit jemandem besprechen möchtest, der Außenperspektive hat, gibt es zwei Wege, mit mir zu arbeiten:

PICK MY BRAIN

Eine fokussierte 60-Minuten-Session, in der wir gemeinsam an einer konkreten Frage arbeiten. Für selbstständige Frauen, die schnell Klarheit suchen.

inlovewithlife-coaching.my-ablefy.com/s/inlovewithlife-coaching/pick-my-brain-60-min

DONE4YOU SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

Ich übernehme Strategie, Content und Community Management vollständig. Für etablierte selbstständige Frauen, die ihr Social Media nicht mehr selbst tragen wollen.

www.my-va.de



Strategie *schlägt* Aktivismus.

Klarheit vor Frequenz.

Anfragen statt Likes.

BLEIBEN WIR IN KONTAKT

Instagram [@sarit.socialmedia](#)

LinkedIn [Sarit Peschke-Szelag](#)

Web [www.my-va.de](#)

E-Mail hallo@my-va.de