

Leitfaden

Einstieg in die Kindergarten- fotografie



Erweitere dein Portfolio



Wie schön, dass du zu uns gefunden hast!

Dürfen wir uns vorstellen?

fotograf.de ist das meistgenutzte Onlineshop-System zum Verkauf von Kindergarten- und Schulfotos. 2010 gestartet arbeiten inzwischen rund 70 Mitarbeitende, viele davon selbst erfahrene Fotograf:innen, täglich an neuen Ideen, um das System und unseren Service weiterzuentwickeln. In enger Zusammenarbeit mit unseren internationalen Kund:innen bringen wir dabei die besten Erfolgskonzepte aus der ganzen Welt zusammen.

Unser Versprechen? Du sparst wertvolle Zeit.

Und das bei bester Beratung, vom ersten Auftrag an.

50 % weniger Arbeitsaufwand nach dem Fototag

Wir wissen aus Erfahrung, wie stressig der Arbeitsalltag als Kindergartenfotograf:in sein kann. Unser System unterstützt dich dabei, deine Fotoaufträge stressfreier und vor allem zeitsparender abzuwickeln: Du fotografierst mit smartem QR-Tagging und lädst deine Bilder in deinem Onlineshop hoch. Die Eltern bestellen selbst bequem von zu Hause aus. Und den Rest? Den übernehmen wir! Endlich keine Produktions- und Zahlungsabwicklung mehr, kein aufwändiges Mappenpacken oder mühsames Rechnungschreiben. Was bleibt, ist mehr Zeit fürs Wesentliche: für Kreativität, mehr Aufträge, Freizeit, Freundeskreis und Familie – eben für das, was dir wichtig ist.

Persönliche Beratung ab dem ersten Auftrag

Gerade zu Beginn tauchen immer wieder neue Fragen auf, die einen verunsichern können. Wie organisiere ich mich am besten vor Ort? Was für Fotos kommen am besten an? Welche Produkte biete ich an und zu welchen Preisen überhaupt? Damit du jederzeit bestens aufgestellt und für jede Situation gewappnet bist, begleiten wir dich von der Einrichtung des Shops über den ersten Auftrag bis hin zu allen Fragen, die darüber hinaus noch auftreten können. Und wenn's doch mal hakt, dann hilft unser Kund:innensupport innerhalb von 24 Stunden. Per Telefon oder E-Mail, ganz wie es dir am besten passt.

„fotograf.de nimmt uns und auch den Erziehern unglaublich viel Arbeit ab!“

– Elke Dörfel & Laura Gliesche, Stadtgören Photodesign



Online zum Erfolg

Erfahre in diesem Leitfaden alles über den Workflow mit fotograf.de und das von uns entwickelte QR-Tagging. Wir machen dich fit für die Kindergartenfotografie, von der Vorbereitung über den Fototag selbst und den Verkauf der Fotos bis hin zu Tipps zur erfolgreichen Akquise von Kindergärten und der richtigen Verkaufsförderung.

Workflow: In zehn Schritten zum Erfolg

4

Vorbereitung: Kommunikation vorab, Einwilligung einholen und Auftrag anlegen

4

Fototag: Organisation vor Ort, Aufnahmen mit QR-Karten und Eltern informieren

8

Verkauf: Fotos hochladen, QR-Codes erkennen und Auftrag aktivieren

10

Akquise: So gewinnst du Kindergärten als Kund:innen

12

Vorbereitung: Fünf häufige Fehler & die richtige Basis

12

Akquise: Methoden, Auftreten & Persönlichkeit

13

Starke Argumente: Vorteile des Onlineverkaufs, Einwände & Antworten

14

Materialien & Webseite: Die Kombi macht's, Frauen als Zielgruppe & Kreativität als Akquisevorteil

15

Expertentipps: Wertvolle Profi- und Verkaufstipps

18

Profitipps unserer Fotograf:innen: Von echten Emotionen bis hin zu effektiven Kaufanreizen

18

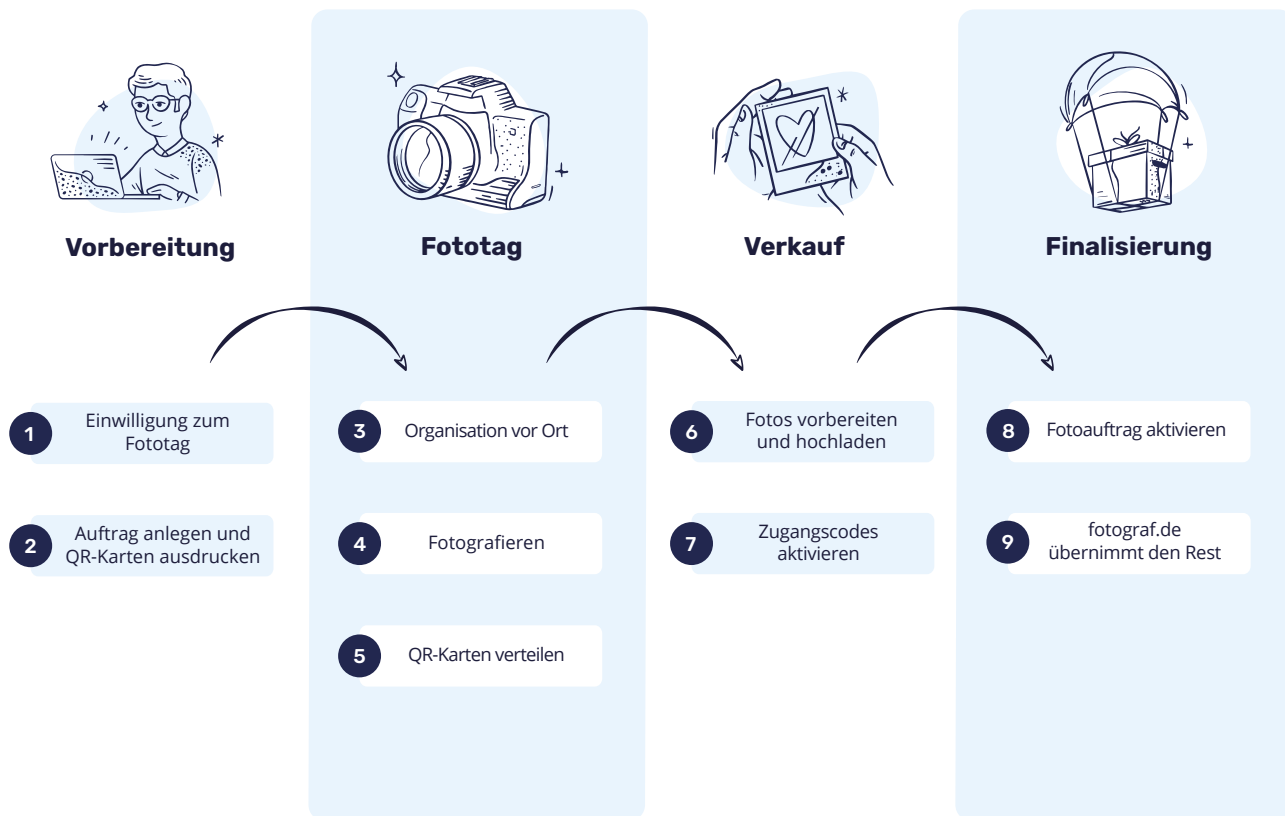
Smarte Kommunikation: Automatisierte Nachrichten mit eigenem CRM-System

22

Produkte, Preisprofile & Rabatte: Geschickte Produkt- und Preisgestaltung

23

In zehn Schritten zum Erfolg



Effizienter Workflow und optimaler Datenschutz durch smartes QR-Tagging

Du fotografierst die Kinder mit den von uns entwickelten QR-Karten und lädst die Fotos anschließend in deinem Onlineshop hoch. Das System erstellt anhand der QR-Codes automatisch passwortgeschützte Fotoalben für die Eltern und ihre Kinder! Die Eltern können die Fotos ihrer Kinder nun bequem und sicher über deinen Onlineshop bestellen. Abschließend übernehmen unsere Partnerlabore noch die Produktion und den Versand. Et voilà, so einfach geht Kindergartenfotografie!

Vorbereitung

1. Kommunikation vor Ort

Kindergarten und Eltern richtig informieren

Glückwunsch, du hast den Auftrag in der Tasche! Nun kann's mit der Organisation losgehen. Versuche am besten gleich zu Beginn, alle offenen Fragen zu beantworten und den Ablauf zu besprechen. So wissen beide Seiten, du als Fotograf:in und auch der Kindergarten, was wann auf sie zukommt und können sich entsprechend darauf einstellen. Je besser du die Erzieher:innen informierst und für dich gewinnst, desto besser

können auch sie wiederum auf mögliche Fragen der Eltern eingehen. Gute Kommunikation ist hier der Schlüssel für einen erfolgreichen Auftrag!

Fest vereinbarter Termin: Bevor du den Tag und die Uhrzeit für den Fototag kommunizierst, sichere dich ab, dass der Termin auch wirklich feststeht. Der vereinbarte Fototermin kann dann nicht nur auf weiteren Unterlagen, wie Infoplakaten, Infozetteln oder auch E-Mails, angekündigt werden, an den Termin sind zudem weitere Fristen geknüpft, wie z.B. die Bestellfrist und/oder auch die Gutscheinfrist.

Ablauf und Zeitplanung: Sprich den Tagesablauf des Kindergartens durch und stelle gemeinsam mit der Einrichtung einen Zeitplan auf. Frage z.B. ab, wann die ersten Kinder eintreffen, um das Fotoset vorab in Ruhe aufbauen oder auch einen geeigneten Platz für die Gruppenfotos aussuchen zu können.

Einwilligung der Eltern (DSGVO): Um den Datenschutz gewährleisten zu können, ist es wichtig, dass du dir vor dem Fototag von den Eltern eine Einwilligung zur Teilnahme einholst. Mit der Einwilligung stimmen die Eltern gleichzeitig zu, dass du Fotos der Kinder aufnehmen und Name sowie Kontaktdaten verwenden darfst, um die Fotos im Anschluss eben auch verkaufen zu dürfen. Gibt es Vorlagen? Geht das auch online? Na klar, alles Weitere zur Einwilligung erklären wir im nächsten Schritt.

Eltern informieren: Stelle sicher, dass die Eltern von dem Fototag erfahren. Nutze hierfür z.B. zuvor genannte Infoplakate, Infozettel oder auch E-Mails. Hier kannst du direkt Tipps mitgeben, wie die Eltern ihre Kinder für den Fototag herausputzen können! Eine Vorlage des Plakats gibt es hier kostenlos zum Download: www.fotograf.de/kita-download-paket



Plakatvorlage „Die Fotografin kommt“

2. Einwilligung zum Fototag

Der Termin steht fest und du hast alle offenen Fragen klären können? Dann bleibt nur noch die Einwilligung der Eltern. Um es dir hier so einfach wie möglich zu machen, bieten wir drei verschiedene Lösungen. Mache dich am besten mit allen vertraut, um flexibel auf jeden Kindergarten reagieren zu können.



keine Pünktchen

	ADV-Vertrag	Onlineanmeldung	QR-Karte mit Einwilligung
So geht's	Der Kindergarten selbst hat bereits die Erlaubnis, Fotos der Kinder aufnehmen zu dürfen? Das ist zwar nicht die Regel, kommt aber doch manchmal vor. In so einem Fall kannst du mit dem Kindergarten einen Auftragsdatenverarbeitungsvertrag (ADV-Vertrag) abschließen. Für dich als Fotograf:in ist das der einfachste Weg. Es kann aber auch passieren, dass auf Seiten der Kita die Bereitschaft, die Verantwortung zu übernehmen, nicht gegeben ist.	Ein ADV-Vertrag ist nicht möglich? In dem Fall können sich die Eltern einfach und unkompliziert online anmelden. Bei der Onlineanmeldung verschickt der Kindergarten vor dem Fototag eine E-Mail inklusive Link an die Eltern, die dann gleichzeitig mit der Anmeldung ihr Einverständnis abgeben können. Tipp: Verbinde online und offline und hänge zusätzlich z.B. noch ein Poster mit der Ankündigung des Termins und dem Link zur Anmeldung im Kindergarten auf. So erreichst du die Eltern auf allen Wegen.	Es werden kurzfristig noch Einwilligungen benötigt? Hierfür eignen sich spezielle QR-Karten: Auf dem unteren Abschnitt befindet sich die Einwilligung zum Fototag. Diesen Teil unterschreiben die Eltern und geben ihn bis zum Fototag wieder ab. Der obere Abschnitt zeigt die persönlichen Zugangsdaten der Eltern, diesen Teil nehmen sie direkt mit nach Hause.
Der richtige Zeitpunkt	Nach Erteilung des Auftrags	4–5 Wochen im Voraus bis spätestens 1 Tag vor dem Fototag	Am Fototag selbst
Vorteile	Ein ADV-Vertrag ist nicht nur der einfachste Weg für dich und die Eltern, sondern auch die sicherste Option. Ist der Vertrag geschlossen, müssen keine Einwilligungen einzeln mehr eingeholt werden.	Mit der Onlineanmeldung landen alle Kund:innendaten automatisch in deinem Account, was dir so ganz neue Möglichkeiten der Kommunikation bietet: Versende z.B. bereits vor dem Fototag wichtige Infos, gib Tipps zum Set oder Outfit der Kleinen und steigere so die Vorfreude auf den Fototag! Darüber hinaus werden die Namen der Kinder gleich auf die QR-Karten gedruckt. Damit sammelst du sicher Pluspunkte. Das erspart nämlich auch den Erzieher:innen wertvolle Zeit!	Diese Option ist vor allem empfehlenswert, wenn die Einwilligung sehr kurzfristig oder noch am Fototag selbst eingeholt werden muss.
Was bietet fotograf.de*	Muster-ADV-Vertrag als Download	* „Onlineanmeldung“ als Option im Fotoauftrag * E-Mailvorlage für den Kindergarten * Vorlage für den Listenaushang im Kindergarten	Layout der QR-Karte in den Einstellungen des Fotoauftrags

*Alle Vorlagen gibt es in unserem kostenlosen DSGVO-Downloadpaket für Kindergarten- und Schulfotograf:innen unter:
www.fotograf.de/dsgvo-paket

DSGVO – Den Überblick behalten mit fotograf.de

Das Thema Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) ist aktueller denn je. Damit du den Überblick behältst, haben wir einen speziellen Leitfaden entwickelt, der dich durch alle wichtigen Schritte führt und dir gleichzeitig praktische Tipps zur Umsetzung an die Hand gibt, um DSGVO-konform fotografieren zu können – inklusive Checkliste!

www.fotograf.de/dsgvo-paket



3. Auftrag und QR-Karten anlegen

Der Termin für den Fototag ist bestätigt und der Ablauf besprochen? Dann kann's nun an die Einrichtung des Fotoauftrags gehen. Hierzu legst du einfach in deinem Administrationsbereich auf fotograf.de einen neuen Fotoauftrag an und kannst direkt die wichtigsten Einstellungen vornehmen:

- * Lege zunächst die Zugangsart fest – Dank QR-Tagging erhält jedes Kind einen individuellen Zugangscode. Somit können also nur die Eltern das Fotoalbum ihres Kindes öffnen.
- * Bestimme nun, welche Fotoprodukte du zu welchen Preisen anbieten möchtest. Als Vorlage und Hilfestellung bieten wir dir hier bereits von uns zusammengestellte Preisprofile!
- * Lege im nächsten Schritt fest, ob und welche Art des Gutscheins du deinen Kund:innen anbieten möchtest und auch welche Bestellfrist gilt bzw. wann der Fotoauftrag archiviert werden soll.
- * Im letzten Schritt wählst du dein gewünschtes Kommunikationsprofil aus, sprich, welche E-Mails später automatisch an deine Kund:innen verschickt werden sollen.



QR-Karte mit Zugangsdaten für die Eltern

Perfekt, dein Fotoauftrag ist nun fertig eingerichtet! Nun geht's an die QR-Karten. Beim QR-Tagging erhält jedes Kind am Fototag seine persönliche QR-Karte, auf der neben dem QR-Code fürs Fotoshooting auch die Zugangsdaten für die Eltern stehen. Im Fotoauftrag kannst du ganz einfach angeben, wie viele Karten du vor Ort benötigst. Die Menge richtet sich natürlich nach der Anzahl der Kinder, die fotografiert werden. Neben den Zugangsdaten für die Eltern und dem QR-Code fürs Shooting wird hier auch der Gutschein mit aufgedruckt! Wichtig ist, dass du die Karten in Farbe auf festerem Papier druckst (z.B. 130 g/m²). So wirken die Karten nicht nur hochwertiger, sondern lassen sich auch noch leichter handhaben.



Tipp: Wir empfehlen, immer ein paar zusätzliche Karten mitzunehmen (wenn z.B. 100 Kinder fotografiert werden sollen, lasse dir 120 Karten generieren). Zudem lässt sich die Rückseite der Karten wunderbar nutzen, um dort relevante Bestellinformationen zu platzieren.

Weitere Infos zu Preisprofilen, Kaufanreizen wie dem Gutschein und auch den Kommunikationsprofilen findest du in unserem Leitfaden ab Seite 23.

Fototag

4. Organisation vor Ort

Es ist soweit: Der Fototag steht unmittelbar vor der Tür! Richte dich darauf ein, dass du mit einem Auftrag in einem Kindergarten mittlerer Größe mit bspw. 50 Kindern mindestens einen Vormittag beschäftigt bist. In der Regel gibt es mehrere Gruppen von 10 bis 15 Kindern, die jeweils als Gruppe und auch einzeln fotografiert werden wollen. Falls gewünscht, werden am Nachmittag zusätzlich noch Geschwister- und Familienfotos geschossen. Und auch die Erzieher:innen möchten fotografiert werden.

Hier heißt es also, nicht den Überblick zu verlieren und vor allem gut zu kommunizieren – je reibungsloser der Ablauf, desto mehr Spaß haben natürlich auch Kinder und Erzieher:innen. Punkte mit deinem Organisationstalent und liefere ein Argument mehr, dich für den nächsten Fototag wieder zu buchen!

Kommunikation: Plane ausreichend Vorbereitungszeit vor Ort ein und informiere die Erzieher:innen gleich morgens erneut über den Ablauf des Fototags. Lege gemeinsam mit ihnen fest, welche Gruppen wann an der Reihe sind und eventuell auch wann die Erzieher:innen selbst fotografiert werden. Neben dem Zeitplan ist es für die Erzieher:innen ebenso wichtig zu wissen, welche Unterstützung du gegebenenfalls benötigst. Gewinne die Erzieher:innen mit der richtigen Mischung aus Sympathie und Know-how für dich.

QR-Karten: Gleich im Anschluss an die Besprechung des Ablaufs solltest du sicherstellen, dass die QR-Karten einsatzbereit sind. Sofern du die Namen nicht vorab schon mit auf die Karten drucken konntest, bitte die Erzieher:innen, die Namen der Kinder auf die QR-Karten zu schreiben.

Gruppenfoto: Wähle als nächstes einen Ort, an dem du



Tipp: Für Eltern, die ihre Einwilligung oder sogar den Fototag selbst vergessen haben, nimm ruhig ein paar der QR-Karten mit aufgedruckter Einverständniserklärung mit. So kannst du die Einwilligung auch kurzfristig vor Ort noch einholen.

die Gruppenfotos machen möchtest. Vielleicht haben die Erzieher:innen bereits Ideen, die du mit einbinden kannst.

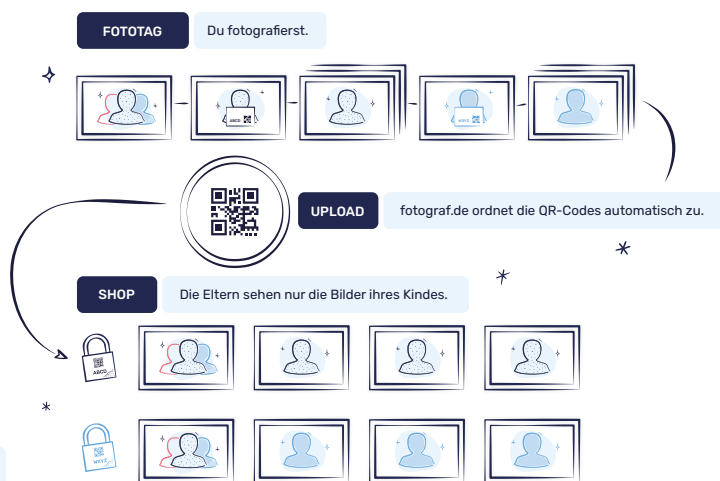
Aufbau: Ist alles soweit besprochen, kannst du nun dein mobiles Studio aufbauen. Wichtig ist, dass du aufbaust, bevor die ersten Kinder eintreffen. So entsteht kein Trubel und du kommst nicht in Zeitverzug.

5. Aufnahmen mit QR-Karten

Im Kindergarten sind Porträts mit Studiocharakter und auch Gruppenbilder sehr gefragt. Ganz einfach, weil Eltern solche Fotos nicht selbst machen können und sie daher gern beim Profi kaufen. Ebenso beliebt sind Outdoorfotos, z.B. von den Kindern beim Spielen. Allerdings müssen die Ergebnisse hier außergewöhnlich gut sein, da Eltern in der Regel die Zeit haben, selbst Schnappschüsse ihrer spielenden Kinder zu machen und für solche Bilder nicht unbedingt eine:n professionelle:n Fotograf:in beauftragen würden.

Ist alles vorbereitet und aufgebaut, kann es losgehen. Wir empfehlen, mit den Gruppenfotos zu starten und im Anschluss direkt die Einzelporträts zu schießen.

Gruppenfotos: Da es schwierig sein kann, Kinder und Erzieher:innen zum Schluss noch mal zusammenzutrom-



Mit QR-Karten fotografieren

meln (die Mittagspause und der Mittagsschlaf stehen an, Kinder wurden bereits abgeholt o.Ä.), eignen sich die Gruppenfotos besonders gut für den Start. Zudem werden hier noch keine QR-Karten benötigt, da die Fotos später für alle Eltern der Gruppe zugänglich sein sollen.

Lege gemeinsam mit den Erzieher:innen die jeweilige

Aufnahmezeit und den Aufnahmeort fest. Im besten Fall hast du dich bereits bei Ankunft eine geeignete Stelle ausgesucht. So verlierst du keine wertvolle Zeit.

Bitte behalte im Kopf: Wer keine Einwilligung hat, darf leider nicht fotografiert werden. Auch aufs Gruppenfoto dürfen also nur die Kinder, für die eine Erlaubnis vorliegt. Bei der Online-Anmeldung haben Eltern auch die Möglichkeit, ihr Kind ausschließlich fürs Gruppenfoto anzumelden.

Einzelporträts: Für den Start suchst du dir am besten das mutigste Kind aus und lässt die anderen Kinder zuschauen. So lösen sich mögliche Hemmungen ganz von alleine und die Kinder haben gleich mehr Spaß, sich vor die Kamera zu stellen.

Vor jeder Serie fotografierst du als erstes die QR-Karte des Kindes. Am besten legst du die Karte hierzu auf den Boden. So gehst du sicher, dass du die Karte vollständig und klar erkennbar abfotografierst. Wenn die Erzieher:innen dir dabei helfen und die QR-Karte des jeweiligen Kindes für das erste Foto vor das Kind halten, ist das natürlich auch toll. Den Vorgang wiederholst du dann mit jedem Kind der Gruppe.

Wenn du die fotografierten QR-Karten gleich markierst, z.B. mit einem roten Punkt, behältst du besser den Überblick, welche Kinder du bereits fotografiert hast. Sammle alle fotografierten QR-Karten direkt auf einem Stapel. Am Ende des Fototags kannst du die Karten dann gesammelt an die Erzieher:innen oder Leitung zum Austeilen an die Eltern übergeben. Da die Namen der Kinder auf den Karten



Tipp: Die QR-Karten müssen nicht formatfüllend fotografiert werden. Wenn die Karte ein Viertel bis Fünftel des Fotos einnimmt, reicht das vollkommen aus. Achte jedoch darauf, die QR-Karten scharf zu fotografieren, kontrastreich und richtig belichtet.

stehen, lassen sie sich schnell und einfach den richtigen Eltern zuordnen.

Gerade bei den Einzelporträts der Kinder kommt es auf eine gute Balance zwischen Effizienz und Qualität an. Arbeite zügig, aber nimm dir dennoch genug Zeit für jedes Kind, das du gerade fotografierst. Denn Porträts gelingen nur, wenn beide Seiten – vor und hinter der Kamera – ganz bei der Sache sind und ein Gefühl dafür entwickeln, was gerade passiert. Selbst wenn noch 20 Kinder darauf warten, fotografiert zu werden, heißt es: Ruhe bewahren.

Je größer der Kindergarten, desto mehr lohnt sich natürlich eine eigene Assistenz zur Unterstützung am Fototag. Alternativ kannst du auch die Erzieher:innen mit einbeziehen, um die Kinder bei Laune halten, während sie darauf warten fotografiert zu werden.

Familien- und Geschwisterfotos: Wenn zusätzlich ein Familiennachmittag vereinbart ist, schicke dem Kindergarten am besten vorab eine Liste, auf der sich die Familien eintragen können. Eine 5-Minuten-Taktung hat sich hier bewährt. Am Fototag selbst fotografierst du dann ganz einfach die QR-Karte des jeweiligen Kindes erneut, bevor du mit der Fotoserie der Familien- und Geschwisterfotos startest. Die Fotos werden dann später im AI-



Tipp: Einzelporträts mit Kindern sind eine Herausforderung. Damit das Ergebnis so natürlich und entspannt wie möglich wird, ist es besonders wichtig, dass du einfühlsam auf die Kinder eingehst, mit ihnen interagierst und sie sich so von ganz alleine in eine interessante Pose bringen. Lasse das Kind zum Beispiel die Zunge herausstrecken, danach muss es bestimmt lachen und es entstehen tolle, einzigartige Fotos.

bum zusammen eingeordnet und sind ebenso nur für die jeweiligen Eltern sichtbar.

Freundschaftsfotos: Manche Kinder möchten sich mit ihren besten Freund:innen ablichten lassen. Lege hierfür zuerst die QR-Karten der Freundesgruppe nebeneinander auf den Boden (oder einen Tisch) und fotografiere sie. Im Anschluss fotografiere die Kinder wie gewohnt. Unser System kann bis zu sieben QR-Codes auf einem Bild zuverlässig erkennen und den jeweiligen Alben zuordnen.

6. QR-Karten mitgeben & Eltern informieren

Nach dem Fototag gibt es nun mehrere Möglichkeiten, die Eltern darüber zu informieren, wie sie auf ihre Fotos zugreifen können. Idealerweise kombinierst du online und offline, um sicherzugehen, dass du die Eltern auf allen Wegen erreichst.

QR-Karten: Neben dem QR-Code fürs Fotoshooting stehen auf den Karten wichtige Daten für die Eltern! Zum einen finden die Eltern auf den Karten den Link zu deinem Onlineshop und zum anderen ihren persönlichen Zugangscode, um ihr Album öffnen zu können. Im Idealfall kannst du den Eltern die Karte ihres Kindes noch am Fototag selbst persönlich überreichen. Falls du die Eltern jedoch persönlich nicht antriffst – was häufig der Fall ist –, bittest du die Erzieher:innen, die Karten an die Eltern zu verteilen.

E-Mail: Sofern du die E-Mailadressen vorliegen hast, kannst du die Eltern automatisch per E-Mail benachrichtigen, sobald du das Album zum Verkauf eingestellt hast. Verwende hierfür einfach unsere empfohlenen Kommunikationsprofile (mehr dazu ab Seite 22). Eltern, die sich mit ihrem Zugangscode in ihr Album einloggen, bevor die Bilder verfügbar sind, wird automatisch ein Anmeldeformular angezeigt, über das sie sich für die Benachrichtigung

gen anmelden können. In der Benachrichtigungs-E-Mail befindet sich Link, über den sich die Eltern direkt in ihr Album einloggen können. Neben E-Mails ist es über unsere Kommunikationsprofile ebenfalls möglich, SMS an die Eltern zu versenden!



Beispiel Kontaktabzug via fotograf.de

Kontaktabzüge: Optional kannst du dir in deinem Account auch Kontaktabzüge für jedes Kind generieren lassen, die du dann dem Kindergarten schicken kannst. Auf den Kontaktabzügen sind nicht nur erste Fotos der Kinder zu sehen, die Lust aufs Bestellen machen, sie zeigen den Eltern auch noch mal, wo und wie sie auf ihre Fotos zugreifen können. Auch der Gutschein wird hier noch mal deutlich hervorgehoben.



Tipp: Um möglichst schnell verkaufen zu können und die Eltern nicht durch zu lange Wartezeit zu verlieren – im hektischen Alltag kann das Thema Kindergartenfotos schnell wieder in den Hintergrund rücken –, empfehlen wir, die Fotos idealerweise 2 bis 4 Tage nach dem Fototag bereitzustellen.

Verkauf

7. Fotos bearbeiten und hochladen

Sind alle Bilder im Kasten, geht es an die Nachbearbeitung und den Upload der Fotos im entsprechenden Fotoauftrag. Nachdem du deinen Fotos einen einheitlichen und professionellen Look verpasst hast, kann auch schon der Upload losgehen. Gruppen- und Einzelfotos werden getrennt hochgeladen. Für den Upload stehen dir verschiedenen Möglichkeiten zur Verfügung:

- * Über unsere Software EasyUpload
- * Direkt im Shop über den Browser
- * Per sFTP-Schnittstelle, z.B. Filezilla

Für den effizientesten Upload empfehlen wir unsere Software EasyUpload, die speziell für die deine Anforderungen als Fotograf:in entwickelt wurde. Herunterladen kannst du dir die Software ganz einfach unter „Fotoupload“ in den Einstellungen deines Administrationsbereichs.

Warum EasyUpload?

- * Verfügbar für MacOS und Windows
- * Sichere, verschlüsselte Verbindung durch SSL
- * Zeitgleiches Hochladen von Fotos für mehrere Aufträge
- * Upload kompletter Ordnerstrukturen möglich
- * Kein Abbruch des Uploads nach Internetverbindungsfehler
- * Aktueller Speicherverbrauch sichtbar
- * Benutzereinschränkung für ausgewählte Aufträge

Zeit sparen bei der Bildbearbeitung

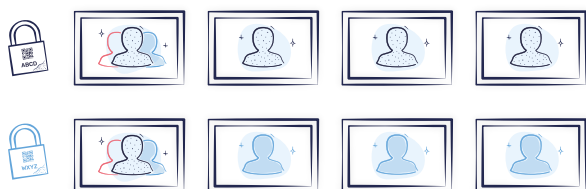
Du brauchst Unterstützung dabei, die Bildbearbeitung möglichst effizient und vor allem zeitsparend abzuwickeln? Komm gerne auf uns zu. Wir helfen dir, die passende Lösung zu finden!



030 364 288 950

8. QR-Codes erkennen und Zugang aktivieren

Nachdem du alle Fotos hochgeladen hast, erkennt das System automatisch alle Fotos mit QR-Codes und hebt sie farblich hervor. Jedem Foto mit QR-Code folgt dann die zugehörige Fotoserie des Kindes. Im nächsten Schritt werden nun noch die Zugangscodes aktiviert. Das heißt, die Fotos der Kinder werden mit ihrem jeweiligen Zugangscode verknüpft.



Automatische Zuordnung von Codes und Fotos

Sortierung überprüfen: Für die richtige Zuordnung von Zugangscodes und Fotos ist die angezeigte Reihenfolge im Album entscheidend. Jedem fotografierten QR-Code sollte also die dazugehörige Fotoserie folgen. Überprüfe daher noch mal genau die Sortierung der Fotos. Sollte beim Upload doch etwas durcheinander geraten sein, kannst du die Fotos auch nach Aufnahmezeitpunkt oder Dateiname sortieren lassen.

Erkennung überprüfen: Stimmt die Sortierung, solltest du nun überprüfen, ob alle QR-Codes richtig erkannt wurden. Wichtig: Die Erkennung der QR-Codes kann in Einzelfällen mehrere Minuten dauern. Sollten nach der Erkennung QR-Codes fehlen, können die fehlenden Codes manuell nachgetragen werden.

Zugangscodes aktivieren: Schließe die QR-Code-Erkennung ab, indem du auf „Zugangscodes aktivieren“

klickst. Die Fotos werden nun fest mit den zugehörigen Zugangscodes verknüpft. Nach der Aktivierung der Zugangscodes sollte das Ergebnis noch mal final geprüft werden. Bei Bedarf können die Fotos immer noch verschoben oder Zugangscodes angepasst werden.

9. Auftrag aktivieren

Die Zuordnung ist abgeschlossen, alle Fotos sind richtig sortiert und die Zugangscodes aktiviert? Perfekt! Dann kannst du nun deinen Fotoauftrag aktivieren. Stelle hierfür den Auftragsstatus auf „Verkauf starten“. Durch das Kommunikationsprofil, das du zu Beginn beim Anlegen des Fotoauftrags eingestellt hast, werden die Eltern nun automatisch per E-Mail oder auch SMS informiert und können sich direkt in ihr Album einloggen.

10. Den Rest machen wir

Glückwunsch, das war's! Was dir bleibt, ist mehr Zeit fürs Wesentliche. Und den Rest? Den machen wir.

- * Produktion, Versand und Nachverfolgung durch Partnerlabore
- * Rechnungsstellung und Zahlungserinnerung
- * Zahlungsabwicklung (Vorkasse, Lastschrift, Kreditkarte, Klarna (inkl. Kauf auf Rechnung), Apple-Pay, GooglePay)
- * Einfaches Reklamationsmanagement
- * Persönlicher Support via Telefon und E-Mail
- * Beratung zu Umsatzstatistiken, Verkaufsoptimierung u.v.m.
- * Kontinuierliche Weiterentwicklung des Onlineshops: für den besten Service, zu jeder Zeit

So gewinnst du Kindergärten als Kunden

Vorbereitung

Die fünf häufigsten Fehler

Viele Fotograf:innen tun sich mit dem Thema Akquise schwer. Oft hakt es jedoch einfach daran, dass nicht genau klar ist, wie bei der Akquise am besten vorgegangen wird und welche Möglichkeiten es überhaupt gibt. Unserer Erfahrung nach haben die folgenden fünf Punkte einen wesentlichen Einfluss auf den Erfolg der Akquise:

- 1. Negative Einstellung:** Mache dir bewusst, dass Absagen oder auch einfach ausbleibende Reaktionen auf ein Angebot bei der Akquise dazugehören. Lasse dich davon jedoch nicht entmutigen und behalte eine positive Einstellung zum Thema Akquise!
- 2. Zu spät anfangen:** In der Kindergartenfotografie gibt es die Frühjahrs- und die Herbstsaison. Die Hauptakquise sollte spätestens zwei bis drei Monate vor der jeweiligen Hauptsaison stattfinden, in der Regel also Januar bis März und Juni bis August.
- 3. Zu früh aufgeben:** Geh Angebote, auf die du ggf. keine Antwort oder sogar eine Absage bekommen hast, durch und hake nach, ob inzwischen Bedarf besteht. Ein Nein muss nicht immer ein Nein bleiben. Will der Kindergarten jedoch nicht kontaktiert werden, musst du das natürlich respektieren.
- 4. Nicht nachfassen:** Kindergärten bekommen täglich viele E-Mails und Post – da kann die eigene Nachricht schnell mal untergehen oder auch einfach ignoriert werden. Falls du auf ein Angebot hin nichts hörst, frage nach zwei bis drei Tagen höflich nach und rufe dich so wieder in Erinnerung.
- 5. Keine Erfolgsanalyse:** Damit deine Akquise auch langfristig erfolgreich ist, ist es wichtig, dass du dein Vorgehen regelmäßig bewertest und entsprechend da optimieren, wo es möglicherweise hakt.

Die Basis: Eine eigene Kontaktliste

Eine gut gepflegte Kontaktliste ist die beste Basis für jede Art der Akquise: Zum einen hast du so natürlich immer den Überblick, wen du schon kontaktiert hast und wen nicht. Zum anderen kannst du hier wichtige Infos zum jeweiligen Kindergarten festhalten. So hast du direkt einen Aufhänger fürs nächste Gespräch.

Um eine Kontaktliste anzulegen, eignet sich zum Beispiel ganz einfach Excel. Regionale Onlineverzeichnisse und Google Maps sind wiederum hilfreiche Quellen, um an potenzielle neue Kontakte zu kommen. Da die Adressen der Kindergärten öffentlich zugänglich sind, können sie einfach in die Kontaktliste übertragen werden. Darüber hinaus sollten auch E-Mails, Visitenkarten oder alte Angebote durchgeschaut werden – wer weiß, welche interessanten Kontakte sich hier vielleicht noch verstecken.

Hinweis: Hat dein:e Gesprächspartner:in Interesse an einer Zusammenarbeit oder weiteren Infos und möchtest du daraufhin z.B. Namen und Notizen für Folgegespräche festhalten, beachte Folgendes: Die Daten auf Papier zu schreiben, ist kein Problem. Natürlich solltest du dich auch hier rückversichern, ob dein Gegenüber einverstanden ist. Sobald du die Angaben aber in den Computer eingibst, handelt es sich um eine „teilweise automatisierte Verarbeitung“ und ist damit DSGVO-relevant. Dafür benötigst du korrekterweise eine nachweisbare Einwilligung der Betroffenen, da ihre personenbezogenen Daten nun nach der DSGVO zu schützen sind. Darüber hinaus solltest du die Kontaktliste in deiner Datenschutzerklärung online erwähnen, falls du damit arbeitest. Eine gut gepflegte Kontaktliste ist in jedem Fall Gold wert!

Akquise

Akquisemethoden

Kindergärten bekommen natürlich einiges an E-Mails, Post und auch Anrufen. Umso wichtiger ist es also, dass du dich von der Masse abzuhebst und entsprechend positionierst. Hierbei empfiehlt es sich, nicht alles auf eine Karte setzen, sondern mehrere Akquisemethoden zu kombinieren. Das ist in der Regel am effizientesten.

Persönliche Vorstellung: Eine sympathische Vorstellung bei der Kitaleitung ist eine der erfolgreichsten Methoden der Akquise. Hierfür brauchst du nicht zwingend einen Termin, vielmehr ist das richtige Timing entscheidend. Idealerweise planst du deinen Besuch deshalb außerhalb der Stoßzeiten: nachdem die Kinder abgegeben wurden bzw. bevor sie wieder abgeholt werden und außerhalb der Mittagspause. Der günstigste Zeitpunkt liegt somit meist zwischen 9–12 Uhr und 14–16 Uhr. Wenn du dir im Vorfeld eine gute Fahrtroute zusammenstellst, kannst du sogar 5–7 Kindergärten pro Tag besuchen.

Persönliche Empfehlungen: Empfehlungen sind immer noch die beste Werbung, da sie natürlich glaubwürdiger erscheinen als klassische Werbemittel und so einen großen Einfluss auf die Meinungsbildung und letztendliche Entscheidung haben. Frage daher auch in deinem Netzwerk nach, z.B. im Freundeskreis und bei Bekannten mit Kindern. Du kannst dich auch an bekannte Fotografen wenden, die keine Schul- und Kindergartenfotografie anbieten. Oftmals bekommen sie trotzdem Anfragen von Eltern und können diese dann an dich verweisen. Fotografiemessen wie zum Beispiel die Photokina oder auch die German Wedding Meetups sind eine gute Gelegenheit, um Fotografiekolleg:innen kennenzulernen. Oder du fragst beim persönlichen Vorstellungstermin in einer Kita oder Schule gleich nach, ob vielleicht auch Kolleg:innen aus anderen Einrichtungen noch einen Fotograf:innen suchen. Denn das kann natürlich beim letzten Leitertreffen ein Thema gewesen sein.

E-Mail und Post: Hast du dich dazu entschlossen, dem Kindergarten auf dem Postweg Informationen und Referenzen zukommen zu lassen, ist es wichtig, dass deine Infopost auffällt. Erzeuge einen Wow-Effekt, werde kreativ und stich aus der Masse hervor! E-Mails eignen sich

wunderbar als Ergänzung zum Telefonat. Schicke deinem:r Gesprächspartner:in im Anschluss z.B. weitere Infos per E-Mail zu – das Einverständnis, künftig per E-Mail informiert zu werden, natürlich vorausgesetzt. Denk daran, eine kurze Notiz zum Einverständnis festzuhalten. Solltest du auf dein Angebot hin keine Reaktion bekommen, empfiehlt es sich, zeitnah nachzufassen und sich noch mal in Erinnerung zu rufen.

Telefon: Wer gut am Telefon ist und ein häufiges Nein nicht persönlich nimmt, sollte auch diese Option nutzen. Dieser Weg eignet sich vor allem, um einen ersten Kontakt herzustellen.

Online marketing/SEO: Ist man online präsent, gehört auch Online marketing dazu. Das heißt nicht, dass gleich Geld in Anzeigen & Co. investiert werden muss. Dazu gehört es z.B. genauso, seine Webseite auf Vordermann zu bringen und sie bestmöglich für Google optimieren. Zur Optimierung gehört unter anderem, die Texte der gesamten Webseite mit entsprechenden Schlagwörtern (Keywords) zu versehen. Sie helfen Google dabei, deine Webseite richtig zu lesen und sie in den Suchergebnissen besser zu platzieren. Zusätzlich kannst du deine Auffindbarkeit mit bezahlten Google-Anzeigen (Google Ads) schnell und effektiv erhöhen, insbesondere für lokale und regionale Kunden.



Tipp: Für weitere und ausführlichere Hinweise zum Thema Kund:innengewinnung empfehlen wir dir unseren Guide *Akquise: So gewinnst du Kitas und Schulen als Kunden*. Du findest ihn hier zum kostenlosen Download:

www.fotograf.de/downloads/akquise-guide/.

Darüber hinaus erfährst du auch in unseren Webinaren mehr zu den angesprochenen Themen, wie Akquise und Webseitenoptimierung. Stöbere doch mal durch:

www.fotograf.de/wissen/#webinars.

Auftreten & Persönlichkeit

Den Erzieher:innen ist es natürlich wichtig, dass du gut mit Kindern umgehen kannst. Alles in allem gibt es jedoch kein Patentrezept, wie du Kindergärten überzeugen kannst – jede Einrichtung ist individuell und hat bereits ihre ganz eigenen Erfahrungen mit Fotograf:innen gemacht, die natürlich in die Entscheidung mit einfließen. Folgende Tipps können dir jedoch dabei helfen, Kindergarten und Eltern für dich zu gewinnen:

Sympathische Vorstellung: Geh auf dein Gegenüber ein – freundlich und kompetent. Zeige so, warum genau du richtig für diesen Auftrag bist. Im Idealfall haben Eltern und Leitung schon vor dem Fototag das Gefühl, dich gut zu kennen. Dann bringen sie dir auch mehr Vertrauen entgegen und erinnern sich an dich, wenn Bekannte von ihnen auf der Suche nach einem:r Fotograf:in sind.

Ehrliche Komplimente: Halte vor Ort deine Augen offen. Hat der Kindergarten beispielsweise einen besonders schönen Spielplatz? Legen Erzieher:innen viel Wert auf schöne Wandgestaltung?

Lokale:r Fotograf:in? Immer mehr Einrichtungen schätzen den lokalen Bezug. Kommst du aus der Region, kann das also ein weiterer Pluspunkt sein. Vielleicht lassen sich sogar Gemeinsamkeiten feststellen, die zusätzlichen Gesprächsstoff bieten und Nähe schaffen.

Erzieher:innen haben keine Zeit? Vereinbare einfach entspannt einen neuen Termin.

Vertrauen schaffen! Zeige den Erzieher:innen, dass du mit Kindern umgehen kannst. Hast du zum Beispiel eigene Kinder? Oder eine Jugendgruppe geleitet?

Starke Argumente

Vorteile des Onlineverkaufs mit fotograf.de

Um potenzielle Kund:innen von dir und deinen Leistungen überzeugen zu können, sind die richtigen Worte entscheidend. Die Kindergartenleitung möchte vor allem wissen, was sie davon hat, dass die Fotos online angeboten werden. Gerade, wenn der Kindergarten den Mappenverkauf noch gewohnt ist, bedeutet Onlineverkauf natürlich erst einmal eine Umstellung der Gewohnheiten. Erkläre den Ablauf daher in zwei simplen Schritten und mache den Hauptvorteil klar.

Fototag im Kindergarten:

Du machst tolle Porträts und Gruppenfotos. Die Eltern erhalten anschließend jeweils persönliche Zugangsdaten.



Eltern bestellen zu Hause:

Mit den Zugangsdaten können die Eltern ihre Fotos anschließend sicher und bequem von zu Hause aus bestellen.



= Kindergärten haben keine Arbeit mehr mit dem Verkauf

Alle Vorteile für Kindergarten und Eltern auf einen Blick

Argumente für den Kindergarten

- Kein Mappenverkauf
- Kein Geld einsammeln
- Keine Zahlungserinnerungen
- Eltern bestellen selbst von zu Hause aus
- Umweltfreundlich: Nur bestellte Fotos werden produziert (kein Mappenausschuss)
- Umsatzbericht (optional)
- Optimaler Datenschutz nach DSGVO

Argumente für die Eltern

- Größere Bildauswahl als bei Mappen: unbegrenzt viel Platz für abwechslungsreiche Motive
- Produkte selbst bestimmen: Fotoabzüge, Poster, Tassen, Magnete und mehr
- Fotos auch als digitale Downloads
- Persönliches Kennwort: Nur die Eltern haben Zugriff auf die Fotos ihrer Kinder
- Optimaler Datenschutz nach DSGVO

Einwände und Antworten

Bereite dich auf mögliche Gegenargumente vor. Tatsächlich sind Einwände ein gutes Zeichen, denn sie signalisieren Interesse und Verhandlungsbereitschaft. Wandle die Einwände einfach in positive Argumente um, hier ein paar Beispiele:

Die Eltern wollen Mappen: Kein Problem, im Onlineshop können die Eltern zwischen verschiedenen Produktpaketen zu unterschiedlichen Preisen wählen. Je nach Geldbeutel ist also für jeden etwas dabei. Das Sahnehäubchen obendrauf: Im Vergleich zu Mappen haben sie hier noch mehr Motive zur Auswahl. Zusammen mit Oma und Opa oder mit Freund:innen können die Bilder bequem ausgedruckt werden – eine ganz neue Form der Bildauswahl.

Ist das nicht kompliziert? Nein, gar nicht. Zeige, wie einfach bestellt werden kann. Am besten lässt du den Kindergarten sich selbst vom Konzept überzeugen und erstellst vorab einen Testauftrag zum ausprobieren. Die meisten erleben an dieser Stelle einen Aha-Effekt. Denke

auch an beispielhafte QR-Karten, um den Ablauf und den Passwortschutz einfacher erklären zu können.

Was ist mit dem Datenschutz? Ist online überhaupt sicher? Ja, natürlich. Der Onlineverkauf ist sogar sicherer als der Mappenverkauf, bei dem die Fotos der Kinder jederzeit durch jeden einsehbar sind! Beim Onlineverkauf haben ausschließlich die Eltern des jeweiligen Kindes Zugriff auf die Fotos. Auch der Upload der Daten in den Shop wird sicher verschlüsselt. Darüber hinaus können die Eltern entscheiden, ob sie einen Kund:innenaccount erstellen möchten oder nicht und genauso auch, ob sie Nachrichten erhalten möchten oder nicht – die Eltern haben die freie Entscheidung und das bei voller Sicherheit.

Nicht alle Eltern haben Internet: Für Eltern ohne Internet kannst du einfach einen Zusatztermin im Kindergarten anbieten, an dem sie sich ihre Fotos aussuchen können. Unsere Erfahrung: In der Praxis wird dieser Termin von den Eltern so gut wie nie genutzt. Letztendlich finden sie dann doch immer einen Weg ihre Fotos online zu bestellen.

Materialen & Webseite

Die Kombi macht's

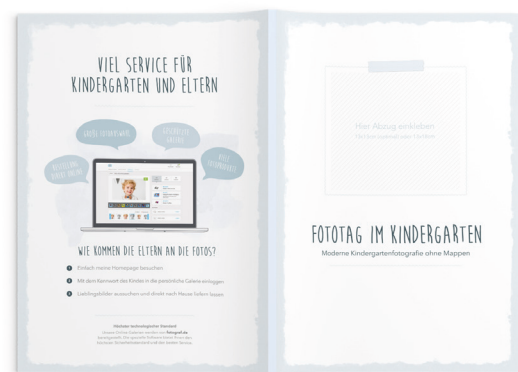
Neben dem persönlichen Auftreten und der Kompetenz im Umgang mit Kindern haben natürlich auch die richtigen Kommunikationsmaterialien einen wesentlichen Einfluss auf die Akquise. Zeige, was du kannst, welcher Stil dich ausmacht und erkläre den Ablauf vom Fototag bis zum Bestellprozess. Wichtig ist hierbei, dass Webseite und Onlineshop auf dem aktuellsten Stand sind. Veraltete oder unpassende Inhalte und Fotos trüben schnell den Gesamteindruck.

Runde deine persönliche Vorstellung ab, indem du dem Kindergarten z.B. noch eine Visitenkarte mit allen wichtigen Kontaktdaten und eine Akquisebroschüre mit Referenzfotos da lässt.

Die Akquisebroschüre von fotograf.de

Für unsere Fotograf:innen haben wir speziell für die Akquise von Kindergärten individualisierbare Broschüren entworfen. In nur zwei Schritten machst du die Broschüre zu deiner eigenen:

Schritt 1 – Abzüge einkleben: Suche dir eine schöne, selbst aufgenommene Fotoserie aus, die deinen Stil und dein Können bestmöglich präsentiert. Zeige die Vielfalt deiner Arbeit mit unterschiedlichen Fotos wie z.B. Einzelporträts, Geschwister- und Familienbildern.



Individualisierbare Akquisebroschüre von fotograf.de

Schritt 2 – Visitenkarten einkleben: Klebe nun noch gut sichtbar deine Visitenkarte auf die Vorderseite der Broschüre. Hierfür werden selbstklebende Täschchen gleich mitgeliefert.

Bestellen kannst du die Akquisebroschüren ganz einfach online im 10er-, 20er- oder 50er-Paket zum geringen Selbstkostenpreis: www.fotograf.de/kitaspezial

Weitere Ideen, um deine Akquise aufzupeppen:

- * Persönliches Anschreiben mit eigenem Porträtfoto
- * Schriftliche Referenzen von Kindergärten und Eltern
- * Hübsche Mappe mit deinem Logo, vor allem wenn du mehrere Unterlagen da lassen möchtest
- * Ungewöhnliches Format für Flyer und Briefe – z.B. quadratische Flyer



Tipp: Du hast noch keine Referenzfotos? Biete z.B. über Facebook ein kostenloses Fotoshooting an oder frage Familie und Freund:innen mit Kindern, ob sie Interesse an einem Probeshooting haben. Von Stockfotos raten wir dringend ab!

Die eigene Webseite

Auch deine Webseite muss auf den ersten Blick überzeugen. Nicht nur die Kindergartenleitung, Erzieher:innen oder Eltern werden auf deiner Seite landen, nachdem du sich vorgestellt hast. Viele Einrichtungen suchen inzwischen selbst aktiv im Netz nach passenden Fotografen. Egal, wer am Ende auf deiner Webseite landet, die Besucher müssen möglichst auf einen Blick sehen und verstehen, was du zu bieten hast und warum sie sich gerade für dich entscheiden sollen. Möglichkeiten, wie sich die eigene Webseite nun gestalten lässt, gibt es unzählige. Die folgenden Tipps können dir bei der Entscheidungsfindung helfen:

Klare Trennung von Schwerpunkten: Wenn du neben der Kindergartenfotografie noch andere Schwerpunkte hast, wie z.B. Schule, Familie, Babybauch und Hochzeit, ist es wichtig, sie auf der Webseite klar zu trennen. Verteile deine Schwerpunkte entsprechend auf Unterseiten mit eigenem Menüpunkt. Aber aufgepasst: Das funk-

tiert nur, wenn die Schwerpunkte thematisch nah beieinander liegen – solltest du jedoch auch Event oder gar Aktfotografie anbieten, lege hierfür in jedem Fall separate Webseiten an. Neben der Tatsache, dass sonst schnell der Eindruck von einem „Gemischtwarenladen“ entsteht, kann das je nach Schwerpunkt dem Gesamteindruck schaden.

Fokus setzen: Anstatt eine Vielzahl von Galerien und Unterseiten zu erstellen, konzentriere dich lieber auf deine Stärken. Wähle die wichtigsten Schwerpunkte aus, die du zeigen willst. Wenn die Kindergartenfotografie dein Hauptschwerpunkt ist, dann stelle das klar heraus. Mache auf den ersten Blick deutlich, wo deine Stärken liegen und was dich ausmacht.

Onlineshop mit fotograf.de: Wenn du nicht so viel Zeit investieren kannst oder willst, eine eigene Webseite aufzusetzen, ist der Shop von fotograf.de in den meisten Fällen eine mehr als ausreichende und professionelle Lösung. Neben dem Login-Bereich für die Eltern, Bestell- und Kontaktinformationen kannst du hier weitere nützliche Unterseiten anlegen. Beispielsweise um zusätzlich dein Portfolio zu zeigen oder ein paar persönliche Worte über dich selbst als Fotograf:innen einzuarbeiten.

Mobile Ansicht nicht vergessen: Smartphone und Tablet sind heute unsere täglichen Wegbegleiter. Das Internet ist fast immer mit dabei. Der Desktop-PC wird gar nicht mehr unbedingt bemüht. Mobil geht es oftmals schneller. Deine Webseite sollte also nicht nur auf dem großen Bildschirm gut aussehen, sondern unbedingt auch, wenn die Bildschirme weniger Platz bieten. Solltest du Softwareanbieter wie z.B. WordPress nutzen, gibt es diverse Möglichkeiten, die Webseite gleich auch für die mobile Ansicht anzupassen. Auch unsere Onlineshop-Software ist für die mobile Ansicht optimiert. Und das, ohne dass du selbst noch wesentliche Einstellungen vornehmen musst!

Frauen als Zielgruppe

Weibliche Erzieherinnen und Leiterinnen sind heute immer noch die absolute Mehrheit in Kindergärten. Laut Statista machen sie rund 92 % des Erziehungspersonals in Deutschland aus (Stand: 2021). Und auch die Elternteile, die kaufen, sind überwiegend weiblich. Eine wichtige Erkenntnis für die Akquise!

Um deine Zielgruppe also bestmöglich anzusprechen, sollten Kommunikationsmittel wie Webseite, Broschüren, Visitenkarte & Co. entsprechend gestaltet sein. Wähle z.B. lebendige und helle Farben, ausgefallene Schriften und hochwertiges Papier, das sich gut anfühlt. Frauen achten

insbesondere auf die kleinen Details. D.h., neben der Webseite zählt auch, wie mir als Kund:in persönlich gegenübergetreten wird, wie mit mir gesprochen und wie auf mich eingegangen wird. Für sie kommt meist erst die Beziehung und dann das Produkt. Umso wichtiger ist es also gleich schon zu Beginn der Akquise, den richtigen Grundstein für eine gute Beziehung zu legen.

Kreative Bildsprache als Akquisevorteil

Die Qualität der Fotos entscheidet oft über den Auftrag. Eine kreative, individuelle Bildsprache macht aus deinen Fotos ein besonders einzigartiges Angebot. Das hilft dir dabei, dir auch langfristig Vorteile gegenüber der Konkurrenz zu verschaffen. Als Ergänzung oder Alternative zum klassischen Einzelporträt im mobilen Studio (das übrigens immer noch stark nachgefragt wird), solltest du dein Angebot regelmäßig überprüfen und aktualisieren.

Idee 1 – Moderne Sets: Schaffe ein schönes und vor allem zeitgemäßes Ambiente, indem du wechselnde Accessoires (z.B. Girlanden, Kissen, Kuscheltiere, Tipizelte, Retro-Bobby-Cars, Trommeln, Holzkisten, Dosentelefone usw.) und passende Hintergründe kombinierst. Für die richtige Inspiration eignen sich wunderbar Zeitschriften

für Inneneinrichtung oder auch Plattformen wie Pinterest. Binde auf deiner Webseite Fotos eines Kindes vor den verschiedenen Hintergründen ein, sodass Einrichtungen und Eltern einen Eindruck von deinen Sets bekommen.

Idee 2 – Besondere Gruppenbilder: Eine tolle Idee für Gruppenfotos der etwas anderen Art ist es, Kinder und Erzieher:innen einzeln in einem weißen Kasten aufzunehmen. Die einzelnen Fotos werden dann bei der Bearbeitung zu einem einzigen zusammengesetzt. Mit ein wenig Übung sollte die Bearbeitung nicht mehr als 15 Minuten pro Gruppe in Anspruch nehmen, vorausgesetzt du benutzt ein Stativ und fotografierst immer von derselben Stelle aus.

Idee 3 – Geschwister, Familie, Freund:innen: Biete in Absprache mit den Erzieher:innen ebenfalls ein kostenloses Fotoshooting für Familien am Nachmittag an. Ein professionelles Shooting ist für viele Familien immer noch etwas Besonderes. Und Eltern, Oma, Opa und Geschwister freuen sich über die Möglichkeit, sich ganz ohne Kaufzwang ablichten zu lassen.



Gruppenbild im Kasten von Ulrich Brothagen

So gewinnst du Kindergärten als Kunden

Profitipps unserer Fotograf:innen



Julia Buck Fotoleben

Mehr Motive, moderate Preise, mehr Umsatz

Im Vergleich zum herkömmlichen Mappenverkauf, bei dem die Anzahl der Motive auf 1 bis 3 beschränkt ist, kannst du den Eltern beim Onlineverkauf wesentlich mehr und vor allem auch ausgefallener Motive anbieten. Drücke deshalb lieber einmal mehr als zu wenig auf den Auslöser. Wichtig ist auch, dass du dir und den Kindern vor allem ausreichend Zeit gibst, um unterschiedliche Posen und Gesichtsausdrücke auszuprobieren. Der Unterschied zwischen den Fotos muss gar nicht so groß sein. Oftmals reicht z.B. ein leicht geneigter Kopf, ein Blinzeln oder ein Lächeln, um für Abwechslung zu sorgen. Der Clou dabei: Je mehr Fotos du anbietest, desto höher fällt auch dein Umsatz aus. Das liegt zum einen an der größeren Auswahl an Produkten und Motiven, zum anderen aber auch daran, dass sich Eltern oftmals zwischen ähnlichen Motiven nicht entscheiden können und dann am Ende eben doch alle kaufen, die gefallen. Moderate und realistische Preise machen das Angebot schlussendlich komplett: Viele Fotografen beginnen im Kindergarten-Preisprofil z.B. mit einem Einstiegspreis von 3,95 € pro Abzug (10 x 15 cm).

Nimm dir Zeit

Massenabfertigung ist hier fehl am Platz. Richte dich darauf ein, dass du mit einem Auftrag in einem Kindergarten mittlerer Größe mit bspw. 50 Kindern mindestens einen Vormittag beschäftigt bist. In der Regel gibt es mehrere Gruppen von 10 bis 15 Kindern, die jeweils als Gruppe und auch einzeln fotografiert werden wollen. Falls gewünscht, werden am Nachmittag zusätzlich noch Geschwister- und Familienfotos geschossen. Und auch die Erzieher:innen möchten fotografiert werden. Hier heißt es also, nicht den Überblick zu verlieren und den Fototag bestmöglich im Voraus zu planen. Gerade bei den Einzelporträts der Kinder kommt es auf eine gute Balance zwischen Effizienz und Qualität an. Arbeite zügig, aber nimm dir dennoch genug Zeit für jedes Kind, das du gerade fotografierst. Denn Porträts gelingen nur, wenn beide Seiten – vor und hinter der Kamera – ganz bei der Sache sind und ein Gefühl dafür entwickeln, was gerade passiert. Selbst wenn noch 20 Kinder darauf warten, fotografiert zu werden, heißt es: Ruhe bewahren. Je größer der Kindergarten, desto eher lohnt sich natürlich eine eigene Assistenz zur Unterstützung am Fototag. Alternativ kannst du auch die Erzieher:innen mit einbeziehen, um die Kinder bei Laune halten, während sie darauf warten, fotografiert zu werden.

Authentische Szenen, bessere Porträts

So verlockend es auch sein mag, die Kleinen in drollige Kostüme zu stecken, ihnen spaßige Accessoires anzustecken und sie vor ganz besonders ausgefallene Hintergründe zu setzen – die Ergebnisse sind bestenfalls lustig, aber selten originell. Vielmehr wirken die Fotos am Ende gestellt und künstlich. Hinzu kommt, dass der Trend ganz klar zum natürlichen Porträt in authentischer Umgebung geht. Was nicht heißt, dass du die Kinder unbedingt im Sandkasten fotografieren solltest, sondern besser in einem Set, das die vorhandene Umgebung im Kindergarten mit einbezieht. Geschickt ausgeleuchtet können so ganz wunderbare Motive entstehen. Darüber hinaus gibt es inzwischen viele tolle, helle und freundliche Sets, die die Kinder modern in Szene setzen. Die Vielfalt ist auch hier riesengroß. Ideen reichen von dezenter Deko im Hintergrund wie z.B. hellen Girlanden bis hin zu Tipizelten, Kissen, Retro-Bobby-Cars, Kuscheltieren, Trommeln, Holzkisten, Dosentelefon und noch vielem mehr! Je nach Umfang deiner mobilen Ausstattung und der räumlichen Gegebenheiten im Kindergarten empfehlen sich für die optimale Beleuchtung von Kind und Umgebung mindestens zwei mobile Studioblitzes mit Lichtformern.

Echte Emotionen

Ganz gleich, ob das Kind vor deiner Linse schauspielerisches Talent hat oder nicht, es sollte dir gelingen, dem Mädchen oder Jungen echte Emotionen zu entlocken. Denn je glaubwürdiger die Grimasse, je herzlicher das Lachen, je spontaner der Wutausbruch, desto intensiver wird das Porträt – und desto höher fällt auch die Kaufbereitschaft der Eltern aus. Nichts ist langweiliger als ein Standardblick in unnatürlicher Haltung, umso wichtiger sind also authentische Mimik und Gestik. Befreie dich von dem Gedanken, dass Kinderporträts immer niedlich sein müssen. Moderne Kinderfotografie will davon nichts wissen. Die Eltern werden es dir danken, dass du ihre Kleinen eben genauso zeigst, wie sie sind. Neben dem Ausdruck spielt natürlich auch die Kleidung eine Rolle. In der Regel werden die Kinder in ihren eigenen Outfits fotografiert. Lasse die Kinder z.B. barfuß vor die Linse treten, um den Fotos einen noch natürlicheren Touch zu verleihen.



Julia Buck Fotoleben

Auffallen durch Individualität

Um in den Köpfen der Erzieher:innen und der Eltern zu bleiben, ist es wichtig, dich von der Masse abzuheben. Finde deinen eigenen Stil und bleibe dir treu – vom Fotostil über die verwendeten Sets oder eine besondere Methode, die Kinder vor der Kamera zum Lachen zu bringen, bis hin zur Bildbearbeitung. Wenn du mit Leib und Seele fotografierst und ein Händchen für die Bildbearbeitung hast, wirst du das eine oder andere Porträt entdecken, dem du am liebsten noch den „ganz besonderen Schliff“ geben möchtest. Tu das ruhig, folge dabei deiner Intuition (und Erfahrung). Natürlich nur, wenn es die Zeit zulässt. Die Praxis hat gezeigt, dass mehr Auswahl in der Regel auch mehr Umsatz bedeutet. Je mehr du den Eltern also zur Verfügung stellst, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie eben auch mehr bestellen. Sollte einfach keine Zeit übrig bleiben, um sich den Fotos noch mal gesondert zu widmen, empfiehlt es sich, ausgewählte Fotos auch in Schwarz-Weiß mit anzubieten.

Effektive Kaufanreize

Schaffe ein Gefühl der Dringlichkeit. Limitierte Angebote, sei es in der Menge oder durch zeitliche Begrenzung, erwecken in uns den Drang zu kaufen. Wie schade wäre es doch, wenn wir den verlockenden Rabatt nicht nutzen oder uns jemand anderes das letzte Angebot vor der

Nase wegschnappen würde. Das funktioniert zum einen über finanzielle Anreize, wie Rabatte und Gutscheine, und zum anderen über emotionale Anreize, wie z.B. alles rund um die Liebsten im Leben, die Familie. Grundsätzlich empfehlen wir eine Kombination aus beidem. Für den Gutschein eignet sich am besten eine Ablauffrist von ca. 2 Wochen nach Zurverfügungstellen der Fotos, idealerweise fällt das Ablaufdatum auf einen Sonntag. Sonntags wird erfahrungsgemäß nämlich am meisten bestellt. Im Shop erzeugt dann bis zum Ablauf ein automatischer Countdown zusätzlichen Kaufdruck.

An die Emotionen der Eltern kannst du appellieren, indem du die Fotos nur zeitlich begrenzt zur Verfügung stellst. Vermittle deinen Kunden, dass die Bilder nach Ablauf der Bestellfrist archiviert werden – auch wenn sie dann auf Anfrage trotzdem noch verfügbar wären. Oftmals werden Dinge auf die lange Bank geschoben, das kennt jeder von sich selbst. Letztendlich möchten Eltern doch aber jeden möglichen Moment im Leben ihrer Liebsten einfangen, gerade wenn sie noch so klein sind. Und genau hier greift die Bestellfrist. Je näher sie rückt, desto stärker wird das Gefühl, eben genau diese Möglichkeit zu verpassen. Wir empfehlen, die Fotos nach Ablauf des Gutscheins noch 2 weitere Wochen anzubieten, bevor sie dann schlussendlich „archiviert“ werden. Stelle für die Archivierung daher einen Zeitraum von 4 Wochen ein.





Cleverer Zweitverkauf

Viele Eltern können gar nicht genug Fotos von ihren Kindern bekommen. Gerade, wenn sie noch klein sind, soll am liebsten jeder Schritt, jeder Moment und jeder Lebensabschnitt festgehalten werden. Und natürlich sollen hieran auch die Großeltern, Tanten und Onkel teilhaben. Schnappschüsse machen die Eltern im Alltag selbst genug – professionelle Fotos von ihren Kindern sind allerdings etwas Besonderes. Gedruckt auf eine schöne Tasse oder auf hochwertige Leinwand, eignen sich die Fotos natürlich wunderbar als Geschenk für Oma und Opa. Nutze z.B. die Vorweihnachtszeit, um deine Fotos erneut anzubieten. Wichtig ist hier allerdings, dass du nicht exakt die gleichen Produkte wie beim letzten Mal verwendest. Locke mit hochwertigen Fotoprodukten und Geschenken. Die integrierte Kund:innendatenbank macht es dir hierbei denkbar leicht, deine Kund:innen noch mal per Newsletter über das besondere Angebot zu informieren.

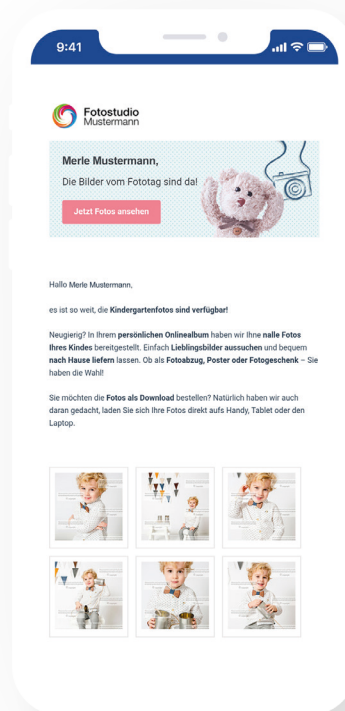
Die Webseite, dein virtueller Verkaufsraum

Zu guter Letzt kommen wir zur Webseite. Deine Webseite präsentiert dich online – auch vor dem ersten Treffen im Kindergarten. Sie ist quasi dein virtueller Verkaufsraum und sollte daher auf den ersten Blick überzeugen. Schon auf der Startseite sollte Besucher:innen deiner Webseite klar werden, was dein Schwerpunkt ist, wo deine Stärken liegen und was dich ausmacht. Verpackt in ein frisches Design, abgestimmt aufs Thema Kindergarten, macht das den ersten Eindruck aus. Neben der Gestaltung der Webseite ist die Struktur mindestens genauso wichtig. Achte auf eine klare Trennung deiner Schwerpunkte, solltest du neben Kindergärten z.B. noch Schulen, Babybüche oder Hochzeiten fotografieren. Halte die Struktur einfach. Die einzelnen Unterseiten sollten schnell erreichbar sein. Das i-Tüpfelchen deiner Webseite bildet ein Portfolio – zeige dein Können, deinen Stil und überzeuge mit modernen, überraschenden Kinderporträts. Denn, seien wir mal ehrlich, niemand will Mittelmaß kaufen. Das Besondere zieht die Kund:innen an und macht sie neugierig. Sitzen alle Inhalte, bleibt nur noch darauf zu achten, dass sie auch aktuell bleiben. Denn nichts erscheint ungünstiger als etwa Weihnachtsfotos, die Ostern immer noch auf der Webseite zu finden sind.

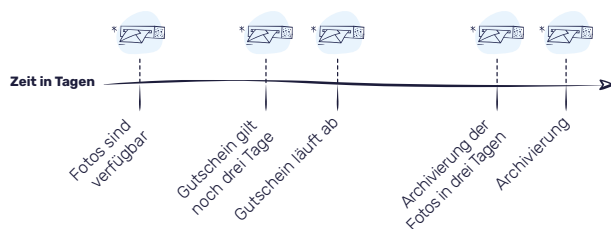
Smarte Kommunikation

Automatisierte Nachrichten mit Kommunikationsprofilen

Mit den Kommunikationsprofilen in deinem fotograf.de-Account hast du die Möglichkeit, deine gesamte E-Mail-Kommunikation mit den Eltern zu automatisieren. Dafür kannst du die von uns vorbereiteten Profile verwenden, aber auch eigene Profile mit deinen individuell angepassten E-Mails erstellen. Jedes Profil umfasst mehrere Benachrichtigungen, die automatisch zu verschiedenen Ereignissen verschickt werden – passend zu jeder Kund:innengruppe, ob bereits Fotos bestellt wurden oder nicht. Die Eltern werden so z.B. sofort benachrichtigt, sobald ihre Fotos online verfügbar sind, sie werden über die Ablauffrist ihres Gutscheins informiert, genauso wie über die generelle Bestellfrist bzw. wann ihre Fotos archiviert werden. Sie erhalten also immer die passende E-Mail zur richtigen Zeit. Darüber hinaus gibt es die Möglichkeit, die Kommunikationsprofile um SMS-Nachrichten zu erweitern! So kannst du die Eltern z.B. auch offline informieren, sobald die Fotos online verfügbar sind.



Beispiel-E-Mail aus Kommunikationsprofil



E-Mail-Workflow mit Kommunikationsprofil



Tipp: Du kannst Kommunikationsprofile Auftragsübergreifend verwenden. Lege dir z.B. ein Kommunikationsprofil speziell für Kindergärten an. Das spart Zeit! Achte jedoch darauf, deine Kund:innen nicht zu überfluten.

Integrierte Kund:innendatenbank

Herzstück der Kommunikation via fotograf.de ist die integrierte Kund:innendatenbank. Die Datenbank ist dein persönliches Customer-Relationship-Management-System (CRM) und ist automatisch mit deinem Onlineshop und den Kontakt- und Anmeldeformularen verknüpft. Für den optimalen Datenschutz übernimmt das System ebenfalls die Abfrage, ob die Kund:innen überhaupt per E-Mail benachrichtigt werden möchten oder nicht. So kannst du sicher sein, dass deine Kontaktliste immer auf dem neuesten Stand ist. Die beste Basis also, um deine Kund:innen zu jeder Zeit mit den richtigen Infos versorgen zu können. Neben den Erinnerungen an Gutscheine und Bestellfristen kannst du deine Fotos so z.B. zu Weihnachten noch mal per Newsletter bewerben. Hast du zusätzlich noch eine Anmeldeliste im Kindergarten ausgehängt, kannst du fehlende Namen und E-Mailadressen jederzeit im Shop nachtragen.

Produkte, Preisprofile und Rabatte

Einzelprodukte

Die Produktauswahl hast du bei uns komplett selbst in der Hand. Über unsere integrierten Partnerlabore stehen dir mehr als 2.000 Produkte zur Verfügung – welche du anbietest, bestimmst ganz allein du selbst. Zur besseren Orientierung haben wir dir sogenannte Preisprofile mit empfohlener Produktauswahl und entsprechenden Preisen vorbereitet (Sparpakete, Einzelprodukte und Downloads), die du auf Wunsch übernehmen kannst. Nach Zahlungseingang produziert das Labor die Foto-Produkte und schickt sie direkt zu den Eltern nach Hause – natürlich in neutraler Verpackung.

Unsere Partnerlabore auf einen Blick:

- * fotograf.de-Labor
- * Fujifilm
- * Picture Digital
- * DPL
- * xPressLAB
- * Thiele

Wir empfehlen mehr als nur die bewährten Standardprodukte, wie Fotoabzüge, Sticker und Schlüsselanhänger, anzubieten. Achte jedoch darauf, dass du deine Produkte mit Bedacht wählst und du die Kund:innen wiederum nicht mit zu viel Auswahl überforderst. Der Trend geht klar zu Downloads: Biete den Eltern daher immer auch Fotos als Download mit an. Auf Wunsch lässt sich das Gruppenfoto von den Downloads ausschließen.



Tipp: Solltest du deine Fotos selbst produzieren und mit einem eigenen Minilab arbeiten, ist die Anbindung an das Shopsystem natürlich ebenso problemlos möglich!

Sparpakete & Downloads

In Sparpaketen werden verschiedene Einzelprodukte gebündelt, die dann zu einem günstigeren Gesamtpreis angeboten werden. Zum einen vereinfacht das natürlich die Produktauswahl für die Eltern. Mit nur wenigen Klicks können gleich mehrere Fotoprodukte bestellt werden. Zum anderen sprechen sie den Sparfuchs an, der in vielen von uns schlummert. Daher empfehlen wir, zusätzlich zu den Einzelprodukten auch immer Sparpakete mit anzubieten. Nachfolgend haben wir dir einige hilfreiche Tipps zur Gestaltung der Sparpakete zusammengestellt:

- * **Aufbau der Sparpakete:** Die Praxis zeigt, dass drei Sparpakete am besten funktionieren. Dabei sollten die Pakete aufeinander aufbauen, ganz nach dem Prinzip: klein, mittel, groß. So ist für jede:n Kund:in etwas Passendes dabei – von Sparfuchs über Otto Normalverbraucher:in bis hin zum:zur Premiumkäufer:in.
- * **Auswahl mit Bedacht:** Überfordere deine Kund:innen nicht mit zu viel Auswahl. Andernfalls können sie kaum vergleichen und bricht eher ab, als dass er sich am Ende für eines deiner Pakete entscheidet. Wir empfehlen daher nicht mehr als vier Pakete anzubieten.
- * **Geschickte Preisgestaltung:** Bei der Preisgestaltung empfiehlt es sich zum einen, die Zahl vor dem Komma um eins zu verringern und zum anderen die Nachkommastellen zu runden. Vergleicht man beispielsweise die Preise 19,90 € und 20,00 €, wirkt 19,90 € günstiger, obwohl sich der Gesamtpreis lediglich um 10 Cent unterscheidet. Das liegt daran, dass für unser Gehirn die Zahl vor dem Komma entscheidend ist. Hinzu kommt, dass unser Gehirn Preise mit gerundeten Nachkommastellen besser bzw. schneller verarbeiten kann. Für deine Kund:innen fühlen sich 19,90 € also „richtiger“ an als z.B. 19,87 €.

- * **Sichtbare Ersparnis:** Mache die Ersparnis deutlich. Dem Kunden muss direkt klar werden, was er davon hat, dein Sparpaket zu kaufen. Ist die Ersparnis zu gering, wird das leider kaum einen großen Anreiz bieten. Die Ersparnis sollte sich daher idealerweise im Rahmen von 10 bis 30 Prozent bewegen.
- * **Fotos als Downloadpaket:** In unserer heutigen digitalen Welt steht außer Frage, ob die Fotos zusätzlich noch als Download mit angeboten werden sollten oder nicht. Achte aber darauf, dass du die Downloads im Verhältnis zu den anderen Sparpaketen nicht zu günstig anbietest. Gerade auch, wenn du alle Bilder als Sammeldownload anbietest. Ansonsten besteht aus Kundensicht kein großer Anreiz mehr, auch die Printprodukte zu kaufen.



Tipp: Die Downloads können auch als Zusatz („Add-on“) zu Sparpaketen angeboten werden! Natürlich sollte der Aufpreis für die Downloads dann günstiger ausfallen, als wenn die Eltern die Downloads losgelöst von den Sparpaketen kaufen würden.

1) Quelle: Praxistipp Preissteuerung, shopanbieter to go



© Malie Wurth

Preisprofile

Preisprofile sind Vorlagen für verschiedene Produkt- und Preiskonstellationen (Sparpakete, Downloads und Einzelprodukte), die dabei helfen, den Fotoauftrag schneller und einfacher online zu stellen. Mit den Preisprofilen musst du nicht für jeden Auftrag einzeln neu überlegen, welche Produkte du zu welchen Preisen anbieten möchtest. Gerade für Aufträge gleicher Art, z.B. Kindergärten, lässt sich dann einfach das vorbereitete Profil auswählen und schon sind die Produkte und Preise für den neuen Auftrag fertig eingerichtet. Für unsere Fotografen haben wir zur Orientierung bereits Preisprofile vorbereitet, die besonders hilfreich sein können, gerade wenn du neu in die Kindergartenfotografie einsteigst.

Möchtest du dir deine eigenen Preisprofile zusammenstellen, empfiehlt es sich die bestehenden Vorlagen zu duplizieren und anzupassen. So sparst du dir die ersten Schritte und kannst simpel Preise anpassen und neue Produkte hinzufügen. Achte jedoch auf eine moderate und realistische Preisgestaltung!

Häufig kommt die Frage auf, ob es Sinn macht, für Geschwisterbilder oder auch Gruppenfotos separate Preisprofile anzulegen. Die Praxis hat gezeigt, dass sich gesonderte Preisprofile für Geschwisterfotos weniger lohnen. In diesem Fall stehen Aufwand und letztendlicher Nutzen kaum im Verhältnis. Für Gruppenbilder macht es Sinn, sie z.B. nur als Fotoabzug anzubieten oder ihnen einen gesonderten Preis zuzuweisen. Hierfür ist es jedoch nicht nötig, ein neues Profil anzulegen – in den Einstellungen kannst du direkt festlegen, ob du die Gruppenfotos ebenfalls als Download oder nur als Fotoabzug mit anbieten möchtest und wenn ja, zu welchem Preis.



Tipp: Probiere ruhig aus, welche Produktzusammenstellungen und Angebote für dich am besten funktionieren. Durchs Duplizieren von Preisprofilen lassen sich schnell und einfach verschiedene Preise und auch Produktkombinationen gegeneinander testen.

Gutscheine & Rabatte

Gutscheine und Rabatte zählen zu den Klassikern der Verkaufsförderung. Und das nicht ohne Grund. Denn beim Shopping sparen zu können, ist für viele ein zusätzlicher und oftmals auch der ausschlaggebende Kaufanreiz. Hinzu kommt die kostenfreie Lieferung. Immer mehr Konsument:innen erwarten inzwischen einen kostenlosen Versand. Nichtsdestotrotz ist es natürlich kein Standard, dass beim Einkaufen online der Versand entfällt. Punkten tun dann entsprechend die Shops, die mit kostenlosem Versand werben können.

Unsere klare Empfehlung ist es also, die Möglichkeit zu nutzen und aktiv mit Gutscheinen und Rabatten zu arbeiten. Dabei kann der Gutschein für jeden Fotoauftrag ganz nach Belieben eingestellt werden. Lege zum Beispiel fest, ob ...

- * du deinen Rabatt in Prozent oder Euro anbieten möchtest und lege die Höhe fest
- * du den Versand für deine Kund:innen übernehmen möchtest
- * der Gutschein an einen Mindestbestellwert gebunden ist
- * der Gutschein nur für die Erstbestellung gilt oder für alle Bestellungen eines:r Kund:in

In der Praxis hat sich ein Mindestbestellwert von 20 bis 30 € bewährt, da die Kund:innen dazu neigen, die Fotos sonst einzeln zu bestellen. Darüber hinaus sind die Versandkosten auch hier ein großer Hebel – in der Regel betragen die Kosten um die 2,65 € für die gängigsten Produkte, die Kund:innen haben beim Bestellen jedoch das Gefühl wesentlich mehr zu sparen. Letztendlich hat der kostenfreie Versand sogar eine größere Wirkung als würden die Kund:innen bspw. 3 € bei der Fotobestellung selbst sparen.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Befristung des Gutscheins und dem damit verbundenen Gefühl der Knappheit. Das Prinzip der Knappheit beruht darauf, dass uns Dinge, die uns nur begrenzt zur Verfügung stehen, automatisch attraktiver erscheinen. Stelle daher eine Deadline für deinen Gutschein ein. Wichtig ist, dass du die Frist nicht zu sehr ausdehnst, da der Gutschein sonst an Wirkung verliert. Bewährt haben sich zwei Wochen Laufzeit. Idealerweise lässt du den Gutschein dann an einem Sonntag auslaufen, da hier in der Regel am meisten bestellt wird.



So viele Infos! Was sind nun noch mal die Vorteile von fotograf.de?

Kein Problem, hier findest du das Wichtigste noch mal zusammengefasst:

- * fotograf.de ist das meistgenutzte Onlineshop-System für Schul- und Kindergartenfotografie,
- * das dir dabei hilft, beim Verkauf deiner Fotos bis zu 50 % des Arbeitsaufwands zu sparen.
- * Der Shop ist mobil-optimiert und funktioniert somit ideal auf Tablets und Smartphones.
- * Durch stetige Weiterentwicklung ist fotograf.de immer auf dem neuesten Stand und zudem

- * ausgestattet mit smarten Kommunikations- und Marketingtools (E-Mail/SMS).

Darüber hinaus sorgt die QR-Tagging-Technologie für einen effizienten Workflow beim Onlineverkauf. Und der Rest? Den übernimmt fotograf.de: Bestellabwicklung inklusive Rechnungsstellung, Zahlungserinnerungen und Reklamationsmanagement. Du als Fotograf:in hast hier also keinerlei Aufwand mehr. Und wenn du Fragen hast, steht dir unser Team jederzeit mit Rat und Tat zur Seite. Mit fotograf.de bekommst du also das Rundum-Sorglos-Paket. Versprochen.

Zufriedene Kund:innen sind immer noch das beste Kompliment!

„**Perfekt durchdachtes System, schnelle Hilfe bei Problemen und absolut tolles Tool für Fotograf:innen, die mehr Zeit fürs Wesentliche haben wollen.**

— Anja Heyde,
Anja Heyde Photographie

„**fotograf.de war der Grund für meine Selbstständigkeit, den ich damals noch gesucht hatte.**

— Johannes Hahn,
Johannes Hahn Fotografie

„**Hervorragend und zuverlässig in der Abwicklung. Besonders gut gefällt mir der persönliche Kontakt und kompetente Hilfe bei Fragen.**

— Karina M. Bschorr,
Karina M. Bschorr Photographie

Und wo genau ist jetzt der Unterschied zwischen Mappen und Online?

Der herkömmliche Mappenverkauf unterscheidet sich vom Onlineverkauf tatsächlich in vielerlei Hinsicht, was den letztendlichen Aufwand und Nutzen angeht. Zur besseren Übersicht haben wir dir hier noch mal alle wesentlichen Merkmale zusammengestellt.

	Mappen	Online
Anzahl der Motive	1 bis 3 Motive pro Kind	10 bis 20 Motive pro Kind
Umsatzpotenzial	Durchschnittlich (begrenzte Auswahl an Fotos und Produkten)	Hoch (höherer Bestellwert bei Onlinebestellungen durch mehr Auswahl)
Investition vorab	2,50 bis 3,50 € pro Mappe und Kind	0,10 € pro QR-Karte und Kind
Auswahl der Fotos	Durch Fotograf:in	Durch Kund:in selbst
Aufwand für Fotograf:innen und Kindergarten	Hoch (Fotos sortieren und bestellen, Mappen packen und verteilen, Geld einsammeln, Zahlungserinnerungen etc.)	Gering (nach dem Hochladen der Fotos übernimmt fotograf.de sämtliche Abwicklung)
Integriertes Marketing	Nein, kein automatisiertes Marketing	Ja, smarte automatisierte E-Mail- und SMS-Kommunikation
Datenschutz	Eingeschränkt nach DSGVO (Mappen jederzeit durch jeden einsehbar)	DSGVO-optimiert (Workflow & passwortgeschützte Galerie)
Mappenausschuss	Bis zu 10 % der Mappen werden nicht gekauft und müssen entsorgt werden	Keiner: Produziert wird nur, wenn bestellt wird

Neugierig? Dann teste uns jetzt!

14 Tage kostenlos



www.fotograf.de/kostenlos-anmelden



Nicole

Team Starthilfe

Über fotograf.de

fotograf.de ist das meistgenutzten Onlineshopsystem zum Verkauf von Schul- und Kindergartenfotos. Gestartet 2010 sind wir inzwischen auf mehr als 70 Mitarbeitende angewachsen, viele davon selbst erfahrene Fotograf:innen. Unsere Mission ist es, Fotograf:innen erfolgreicher zu machen. Deswegen arbeiten wir täglich daran, unser System und unseren Service weiterzuentwickeln.

Unsere Partner und Labore



Jetzt 14 Tage kostenlos testen

www.fotograf.de/kostenlos-anmelden