

# Lerne Alisa Jahnke kennen und leg dann selbst los.

Hi, ich bin Alisa, Co-Founderin von PURELEI. Während meines Auslandssemesters 2013 auf Hawaii war ich unglaublich beeindruckt von der Kultur, Landschaft und den Menschen dort. Zurück in Deutschland und mit der Idee durch Schmuck den Aloha-Spirit in die Welt hinaustragen, gründeten Freddy, Etienne und ich gemeinsam 2016 PURELEI. Mit unseren 500€ Startkapital hatten wir zu Beginn genau ein Produkt – unsere PURELEI's – elastische Armbänder mit Anhängern, welche auch als Haargummi getragen werden konnten.

Durch Influencer- und Partnermarketing konnten wir unsere Markenbekanntheit enorm vergrößern und haben die letzten Jahre immer weitere Schmuckstücke und Kollektionen in unserer Portfolio mit aufnehmen können. Unsere Mitarbeiterzahl hat sich in den letzten Jahren auch enorm weiterentwickelt: aktuell sind wir 170 Mitarbeiter (Stand Q1/2021). Unsere komplette Logistik wickeln wir über unser Global Logistic Center selbst ab. Unser GLC sowie auch unser HQ befinden sich in Mannheim.



# Alisas Tipps für mehr Struktur in Deinem Start-up.

Mit meinem Toolkit möchte ich Dir die Möglichkeit geben eine bessere Struktur für den Aufbau Deines Start -ups und auch für den späteren Business Alltag zu finden.

Viele dieser Empfehlungen haben uns bei PURELEI weitergeholfen und ich hoffe ich kann auch Dir dadurch etwas weitergeben.

**“Finde die passenden Core Values für Dein Unternehmen”** ist meiner Meinung nach ein sehr essentieller Tipp. Es ist wichtig für Dein Unternehmen passende Core Values zu finden auf die Du aufbauen kannst, bestimmte Werte nach denen ihr euch richtet, egal ob intern oder extern. Uns bei PURELEI ist es wichtig, dass unsere Mitarbeiter sowie auch unsere Partner diese Core Values mit uns leben und teilen, denn so gelangen wir schneller an unsere Ziele.

**Kernkunden** – eine große Orientierung solltest Du auf Deinen/ Eure Kernkunde/n legen. Es ist wichtig zu wissen welche Personen/Personengruppen Du mit Deinem Produkt oder Dienstleistung ansprichst. Dies kann sich auch mit der Zeit verändern. Es ist möglich, dass der Kernkunde, welchen Du zu Beginn hattest nach 2-3 Jahren ein ganz anderer ist. Es ist wichtig, regelmäßig mit Deinem Kernkunden in den Austausch zu gehen, so kannst Du erfahren, was ihr/ihm besonders wichtig ist – nur so kann Deine Brand wachsen.

Als nächstes geht es um Deine **Marketing Channels**: Mache Dir klar, welche Channels für Dein Unternehmen am sinnvollsten sind und mit welchen Du am besten Dein Publikum erreichen kannst. Nicht für jedes Produkt macht jeder Channel Sinn. Wir haben unser erstes PURELEI Produkt zu Beginn über den Einzelhandel verkauft und als dies gut ankam, sind wir online eingestiegen und haben uns u.a. auf Influencer- und Partnermarketing fokussiert. So konnten wir unsere Zielgruppe am besten erreichen.

Finde die passende **Meetingstruktur** um einen regelmäßigen Austausch mit Deinem Team zu haben. Egal ob ihr zu dritt seid oder 20, 40 Mitarbeiter im Unternehmen. Es ist enorm wichtig einen regelmäßigen Austausch teamintern, sowie teamübergreifend zu haben. Denn nur so gelangt jede wichtige Info an jeden Mitarbeiter und ihr könnt eure Ziele leichter erreichen. Überlege Dir auch zuvor wie die Meetings ablaufen sollen und was euer Ziel durch diese sind. Wollt ihr gemeinsam eine herausfordernde Aufgabe lösen? Wollt ihr euch updaten oder brainstormen? Legt euch auf einen Ablauf fest, welchen ihr auch zukünftig einhalten könnt.

Wir bei PURELEI haben u.a. jeden Monat ein All-Hands-Meeting, in welchem wir unternehmensweit alle wichtigen Infos an unsere Mitarbeiter weitergeben und jeder die Chance bekommt, offene Fragen zu stellen. Dieses Meeting ist uns ganz besonders wichtig – wir möchten, dass sich jedes Teammitglied abgeholt fühlt und jeder auf dem selben Wissensstand ist (Wo stehen wir aktuell? Was sind unsere Ziele für den nächsten Monat? Was haben wir letzten Monat erreicht?). Es dient nicht nur zum Informationsaustausch, sondern fördert auch die Motivation.



## Key lessons.

1

### **Tu es einfach.**

Es muss am Anfang nicht perfekt sein. Manchmal hält uns unser Perfektionismus vom eigentlichen "tun" von Dingen zurück.

2

### **Sei offen und nutze jede Chance.**

Zu Beginn muss man testen, testen und testen, um herauszufinden, welcher Weg der richtige ist.

3

### **Sei positiv.**

Wenn man positive Energie an Kunden, Mitarbeiter, Partner oder Lieferanten sendet, erhält man eine Menge von positiver Stimmung und Energie zurück.





## Finde die passenden Core Values für Dein Unternehmen.

Unternehmensgrundsätze an welche ihr euch haltet und euch wichtig sind. Das wird Dir die Akquise von Mitarbeitern, Lieferanten & Partnern erleichtern. Best case ticken diese ähnlich wie Dein Unternehmen.

### Beispiel:

- Wir bewegen uns schnell
- Wir sind engagiert mit Herz

### Was könnten Deine Core Values sein?

- 
- 
- 
- 
- 



## Definiere Deinen Kernkunden.

Wen möchtest Du mit Deinem Produkt oder Deiner Dienstleistung erreichen?

Wer könnte Dein Kernkunde sein?

Definiere einen realen Avatar, sammle hier ein paar Eckdaten:

Geschlecht:

Alter:

Hobbies:

Job:

Einkommen:

Wünsche:

Träume:



## Marketing.

Du hast dir nun Gedanken dazu gemacht wer Dein Kernkunde sein kann, beziehungsweise wen Du erreichen möchtest. Durch welche Marketing oder Social Media Channels kannst Du diese Zielgruppe am besten erreichen, um sie auf Dein Produkt oder Dienstleistung aufmerksam zu machen (B2C)?

### Social Media:

Instagram

Facebook

TikTok

Pinterest

YouTube

Performance Ads

Influencer Marketing

Weitere:

### Print:

Magazine:

Zeitungen:

### Bei B2C:

LinkedIn / Xing

### Partner:

Brands:



### **Tipp: Positive Vibes.**

Während unserer Anfänge habe auch ich Rückschläge erlebt und erfahren wie es ist nicht ernst genommen zu werden. Mir ist dabei immer mehr aufgefallen wie wichtig es ist positiv zu bleiben, egal ob bei unseren Kunden, Partnern oder Mitarbeitern. Strahlt ihr die Positivität nach außen, kommt auch immer ganz viel Positives zurück. Wichtig ist es auch immer regelmäßig ein Feedback zu geben. Es gibt einem so viel mehr Kraft und Motivation wenn jeder Mitarbeiter für seine gute Arbeit welche er leistet positive Worte zu hören bekommt, dies motiviert nicht nur sondern bringt jedem von uns mehr Spaß bei der Arbeit. Tausche Dich regelmäßig mit Deinen Mitarbeitern aus, sei es über regelmäßige Coachinggespräche, All Hands Meetings oder Mitarbeiterzufriedenheitsumfragen. Die Motivation und Stimmung der Mitarbeiter trägt enorm zum Wachstum und zur Zielerreichung von Deinem Unternehmen bei und ist deshalb essentiell.



### **Tipp: Zeit-Blocker.**

Setze Dir Zeit-Blocker Um an Deinen Aufgaben und Zielen zu arbeiten und Dich zu fokussieren.

Ein passendes Zitat von Marie Forleo:

“Strive for progress not perfection.  
The key to success is to start before  
you are ready.”



## Integriere eine Meetingstruktur.

Es ist wichtig sich regelmäßig mit seinem Team auszutauschen, deshalb finden bei uns im Unternehmen Daily Huddles, Weekly Meetings, Monthly Meetings sowie auch Quarterly Meetings statt. Es werden teamintern Themen oder Herausforderungen besprochen und geklärt, damit uns dies für die jeweilige Woche, Monat oder Quartal voranbringt.

## Tipp: Prio Matrix.

Welche Themen bringen uns für die Woche / Monat / Quartal am meisten voran? In unseren Weekly, Monthly und Quarterly Meetings, arbeiten wir unter anderem immer mit einer Prio Matrix: Jedes Teammitglied darf sich schon einige Tage bis Stunden vor den jeweiligen Meetings Gedanken machen, ob es ein Thema gibt welches man gemeinsam im Team bearbeiten könnte. Wenn es Themen gibt welche geklärt werden müssen, werden diese zuerst in der Prio Matrix nach Dringlichkeit und Wichtigkeit eingeordnet. So werden die Themen der Reihe nach gemeinsam im Team bearbeitet und geklärt.

Diese Matrix kannst du jedoch auch sehr gut anwenden, wenn du noch kein Team haben solltest. Jeder kennt es - unheimlich viele Aufgaben liegen auf dem Tisch und man weiß nicht, wo man anfangen soll. Nutze wertvolle Zeit und überlege Dir genau, was ist wichtig und dringend. Gehe diese Themen dann zuerst an!

### Anhand dieses Beispiels wäre die Reihenfolge:

Thema/Aufgabe A, Thema/Aufgabe C und anschließend Thema/Aufgabe B.

