

15 Schlüsselemente für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

von Christina Emmer

Komplettkurs - Teil 1 bis 15



15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Inhalt

Teil 1: Positionierung durch Dein Mindset.....	3
Teil 2: Positionierung durch Ziele	6
Teil 3: Positionierung durch Deine Botschaft.....	8
Teil 4: Positionierung durch Werte	12
Teil 5: Positionierung durch Dein Warum	14
Teil 6: Positionierung durch Dein Wofür	17
Extrasheet Erste Zusammenfassung	20
Teil 7: Positionierung durch Deine Philosophie	21
Extrasheet „Besonderer Service“	23
Teil 8: Positionierung durch Deine Fähigkeiten (Teil A) und Kompetenzen (Teil B).....	26
Extrasheet: Dein Sweet Spot	30
Teil 9: Positionierung durch Deine persönliche Geschichte.....	31
Teil 10: Positionierung durch Deinen Lebensstil	33
Teil 11: Positionierung durch den Preis.....	35
Teil 12: Positionierung durch Dein Marketing.....	38
Extrasheet: facebook – wie Du Dich gut positionierst	40
Teil 13: Positionierung durch Deinen Auftritt	43
Extrasheet: Deine Website – Kunden emotional binden	47
Teil 14: Positionierung durch Deine Zielgruppe	49
Extrasheet zum Schlüsselement Nr. 14	53
Teil 15: Positionierung durch Deine Identität	55

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Teil 1: Positionierung durch Dein Mindset



Dieser Punkt steht nicht zufällig am Anfang, denn hier beginnt alles.

Wenn Du glaubst, dass Du es nicht Wert bist, dass Kunden Dir gutes Geld bezahlen für Deine Fähigkeiten, wird es so sein.

Wenn Du glaubst, dass Deine Kunden Dich finden und Du genug Umsatz mit Deinem Business machen kannst, wird es so sein.

Ist das wirklich so einfach?

Ja und Nein.

Ich glaube, dass die meisten Menschen **da was falsch verstehen**.

Ich erlebe viele Menschen, die glauben, dass sie etwas glauben, aber dabei merken sie nicht, dass das in Wirklichkeit gar nicht so ist. ;-)

Vielleicht kennst Du das auch?

Ich sage mir voller gutem Willen und Hoffnung: "Es ist ganz leicht, ein 5-stelliges Einkommen im Monat zu haben!" Und ich versuche wirklich daran zu glauben.

Doch da ist noch etwas anderes. Eine andere Stimme in meinem Kopf und ich vermute hier mal, genau diese Stimme drücken viele einfach weg.

Eine Stimme die sagt: "Jaaaaaa na klaaaaaaar."

Wenn das passiert, weiß ich, dass ich mir den Satz gar nicht länger vorsagen brauche, denn mein Gehirn rebelliert dagegen und ohne mein Gehirn krieg ich die ganz Sache halt nicht hin.

Wie kann ich mein Gehirn zur Mitarbeit bewegen, anstatt es gegen mich arbeiten zu lassen?

Mein Geheimnis sind: Kleinere Schritte. Und zwar viiiieeel kleinere Schritte.

Ich suche mir einen kleineren Gedanken und dabei gehe ich so weit nach unten, bis mein Gehirn sagt: "Ah ja okay, das geht!"

Das könnte dann z.B. der Gedanke sein: "Ich kann nächsten Monat 5 Euro mehr verdienen als diesen."

Wenn auch hier noch ein "Jaaaaaa na klaaaar!" kommen sollte... es hilft nichts, dann musst Du noch weiter runter. Denn was Du und vor allem Dein liebes Gehirn nicht wirklich glauben kann, wirst Du nicht manifestieren können.

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Vielleicht ist es dann ja der Satz: "Ich will nächsten Monat 5 Euro mehr verdienen!" ("kann" wurde zu "will" - ein großer Unterschied!)

Sobald ein "Ah ja okay das geht!" als Rückmeldung kommt, bleibst Du bei diesem Satz ein paar Tage und versuchst dann wieder ein Minischrittchen nach oben: "Wenn alles gut läuft, könnte ich nächsten Monat 5 Euro mehr verdienen!" Ah ja okay, das geht! :-)

Es gibt hier tausend Möglichkeiten für schöne Sätze in kleinen Schritten.

Dein Business wird es Dir danken!

Gilt natürlich nicht nur für Dein Geld-Mindset.

Im Übrigen mache ich dies seit ca. 2 Jahren und ich bin inzwischen beim 5stelligen Monatsgehalt angekommen.

"Ja ok das geht!" ;-)

Kleiner Mutmacher, bevor wir zur heutigen Aufgabe kommen:

Wenn Du jetzt denkst "OMG, das dauert ja ewig bis ich von 5 Euro in Ministeps zu 10000 Euro komme" dann kann ich Dich beruhigen. Dein Gehirn lernt während der ersten kleinen Steps, dass das funktioniert, weil Du es ERLEBST. Du machst eine neue Erfahrung (kein "gewollter Glaube" ist so wirksam wie echte Erfahrung!) und mit der Zeit sagte meine innere Stimme: "Ah ja ok, wenn das mit 5 Euro und dann mit 50 wirklich funktioniert hat, geht es ja vielleicht auch mit 500." Die Schritte wurden also mit der Zeit schneller größer.

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung



Deine Aufgabe für heute:

Überlege Dir, was Du erreichen willst und woran Du glaubst. Auch für Deine Wirkung nach außen ist es wichtig, dass Du weißt, wo Du stehst und weißt, wo Du hin willst.

Das ist der erste Schritt zur Klarheit gegenüber Deinen Kunden und auch wenn Du nicht direkt jedem erzählen wirst, was für ein Umsatzziel Du hast (denn das interessiert Deinen Kunden ja erstmal nicht wirklich), wird es einen Unterschied machen, weil Du ausstrahlst, dass Du weißt, wo Du hinwillst und ob Du wirklich daran glaubst.

Schreib Dir auf, was für Dich der nächste kleine Schritt sein kann und hänge Dir einen entsprechenden Satz über Deinen Schreibtisch.

Mache diese Übung wirklich schriftlich. Sie kostet Dich vielleicht beim ersten Mal etwas Zeit, weil Du wirklich genau und mit aller Ehrlichkeit in Dich hineinhören darfst, bis Du den ersten, genau jetzt passenden Satz für Dich findest.

Super, der erste kleine Schritt ist getan.

In zwei Tagen geht es weiter mit dem nächsten Impuls.

Alles Liebe

Deine Christina



15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Teil 2: Positionierung durch Ziele



Es ist wichtig, dass Du Dir klar bist über Deine Ziele. Was willst Du erreichen?

Heute interessiert die Menschen nicht mehr nur Dein Angebot, sondern immer mehr auch der Mensch dahinter.

Sie wollen wissen, ob Du „nur für Geld“ arbeitest oder ob Du Deinen Job liebst und wo Du gerne hinmöchtest.

Die eigenen Ziele stehen natürlich in Deinem Marketing nicht im Vordergrund, dennoch ist es spürbar, ob ein Kapitän weiß, wo sein Schiff hinsegeln soll.

Es gibt verschiedene Bereiche im Leben und für jeden Bereich solltest Du ein oder mehrere Ziele haben:

- Freude und Emotionen
- Partnerschaft und Familie
- Freunde und Netzwerk
- Körper und Gesundheit
- Finanzielles & Materielles
- Unternehmen & Unternehmerin sein
- Persönlichkeit & Lernen

Wer in jedem dieser Bereiche Ziele hat und diese auch verfolgt, läuft weniger Gefahr z.B. im Burn Out zu landen.

Auch ich habe mir für dieses Jahr für alle 7 Bereiche Ziele gesetzt und merke, wie gut es mir tut, immer wieder auf die Balance zu achten.

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung



Deine Aufgabe für heute:

Erstelle Dir ein MindMap. Schreibe in die Mitte das Wort "Ziele" und rundherum die 7 Lebensbereiche.

Füge dann zu jedem Lebensbereich einige Ziele hinzu.

Im nächsten Schritt kannst Du Dir dann in jedem Lebensbereich 1-3 Ziele aussuchen, die Dir am wichtigsten sind und diese (farbig) einkreisen.

Wenn es Dir nicht gelingt, gleich die ganze MindMap auszufüllen, dann hänge sie Dir doch auf und trage immer mal etwas ein, wenn Dir etwas einfällt. Deine Ziele-MindMap darf in der Gestaltung zu dir passen und mit Dir wachsen.

Die Menschen da draußen, Deine potentiellen Kunden, werden spüren, wenn Du gut für Dich und Deine Ziele sorgst. Du wirkst klarer und bist außerdem gleichzeitig für viele ein Vorbild in dem einen oder anderen Punkt.

In zwei Tagen geht es weiter mit dem nächsten Impuls.

Alles Liebe
Deine Christina



15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Teil 3: Positionierung durch Deine Botschaft



Wofür stehst Du? Was ist Deine Botschaft an die Welt?

Wofür stehst Du? Was ist Deine Botschaft an die Welt? Wenn Du vielleicht denkst, dass Deine Gedanken eh niemand interessieren, dann suche Dir bitte, bitte einen Coach! Mein ich ernst.

Wie soll ein Kunde Dich ernst nehmen, wenn Du es selbst nicht tust?

Wir alle haben etwas in uns, was es wert ist, angehört zu werden.

Komm diesem Schatz auf die Spur, lass das allgemeine Coaching-Blabla weg und erzähle den Menschen, was DICH bewegt!

Dann wird es erst richtig interessant.

Mein Business ist genau dadurch immer am meisten gewachsen.

Als ich z.B. im Jahr 2015 The-Coach.Net gegründet habe, habe ich nicht alles aufgezählt, was es dort dann an Leistungen so geben wird.

Naja ok, erwähnt hab ich das natürlich schon. ;-)

Doch warum dann 150 Coaches beim Start dabei waren, war meine Herzensmessage, die ich mich getraut habe auszusprechen:

"Ich möchte Coaches zusammenbringen, weil ich glaube, dass wir weniger Konkurrenz, sondern mehr - viel mehr - Kooperation brauchen! Dazu brauche ich Eure Hilfe! Weil gemeinsam alles leichter ist."

Das hat gerockt! :-)

Deine Botschaft - Was sie NICHT sein muss

- Ich finde, eine Botschaft ist nicht zu verwechseln mit einem Slogan oder dem Elevator Pitch.
- Eine Botschaft muss für mich **nicht** erklären, was Du mit Deiner Arbeit tust oder wer Du bist.
- Es muss auch nicht jeder gleich verstehen, was Du damit meinst. Eine Botschaft hat sicherlich auch Interpretationsspielraum auf Seiten des Empfängers.
- Und es sollte kein Angebotstext werden.

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Eine meine Kursteilnehmerinnen beschrieb es sehr treffend so:

"Ich empfinde es so: je klarer ich meine Botschaft selbst auf den Punkt bringen kann, desto klarer strahle ich sie aus. Sie wird zur "Overall Corporate Identity": Ich handle danach - egal wo. Ein Pitch bezieht sich auf Business und Zielgruppe. Slogan auch. Botschaft geht tiefer. Sie ist die Essenz meines Seins. Zweck: Andere (auch Kunden) spüren meine Authentizität (auch wenn das Wort leider überstrapaziert ist). Außerdem gibt's Power zum Durchhalten, wenn's mal harzt."

Was IST also eine Botschaft?

Die Botschaft ist für mich eine kraftvolle Message an die Welt, die auch ohne den Verfasser wirkt.

Verknüpft wird sie dann mit Dir als Verfasser, wenn Du sie immer wieder irgendwo transportierst und vor allem, wenn Du sie LEBST. 😊 :-)

Mach das Ganze nicht zu lang. 2-3 Sätze sollten ausreichen. Wenn es mehr ist, erklärst Du vielleicht einfach noch zu viel.

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Hier noch ein Praxisbeispiel:

Mark Oswald formulierte im ersten Versuch seine Botschaft so:

"#3 Meine Botschaft

Wir brauchen als Menschheit neben der technischen Entwicklung einen kollektiven Bewusstseinsprung. Ich rufe jeden einzelnen dazu auf, seinen Platz in dieser Mission einzunehmen und seinen Beitrag zu leisten. Für all diejenigen, die diese Aufgabe zu ihrem Beruf machen oder machen wollen bin ich da. Ich helfe euch, euren Platz zu finden und die Menschen wirklich zu erreichen.

Hm. Auf der einen Seite beschreibt mich das total. Auf der anderen Seite klingt das so unfassbar abgehoben und cheesy. Aber bin ich vielleicht einfach abgehoben und cheesy? Ich hab letztens erst gelesen: Man kann nicht ein extrem inspirierender Charakter für die einen sein, ohne dass andere einen für einen Esel halten. Ich poste das jetzt einfach mal und schaue was bei euch ankommt."

Da ist die Botschaft schon da, nur dann folgt eine Arbeitsbeschreibung und eine Rechtfertigung. Das macht die Botschaft irgendwie schwach. Sie tritt in den Hintergrund.

Sein zweiter Versuch sah dann so aus:



Ohne Erklärung, ohne Rechtfertigung. Hat einen ganz anderen Wumms, oder?

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung



Deine Aufgabe für heute:

So eine Herzensbotschaft muss im Übrigen nicht für immer gleich sein. Oben sieht man an dem Beispiel, dass sich diese Herzensbotschaft auf ein Projekt bezieht (in dem Fall mein Netzwerk The-Coach.Net) und seitdem habe ich noch ein paar weitere Herzensbotschaften entwickelt, je nach Projekt eben.

Doch obige fühlt sich trotzdem heute noch gut an. :-)

Wenn Du Deine Herzensbotschaft hast, teile sie also auf irgendeine Art mit der Welt.

Z.B. auf Facebook könntest Du schreiben: "Christina Emmer hat mich in ihrem Online Training darum gebeten, meine aktuelle Herzensbotschaft zu formulieren. Hier ist sie: ... " (Am besten Du markierst mich in dem Beitrag, damit ich es sicher mitkriege.)

Ich freu mich drauf!

Viel Spaß bei dieser wichtigen Aufgabe.

Alles Liebe
Deine Christina



15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Teil 4: Positionierung durch Werte



Was sind Deine stärksten und wichtigsten Werte?

Finde heraus, was Deine Werte sind. In dem Hörbuch „Der Weg zum erfolgreichen Unternehmer“ von Stefan Merath habe ich gelernt, dass wir diese Frage nicht im Jetzt beantworten können. Denn wenn wir die Werte aufzählen, die uns da einfallen, sind das Werte die wir uns bewusst überlegen. Meist hätten wir gerne dieses Leben.

Leider werden wir aber den größten Teil des Tages unbewusst gesteuert und unser Unterbewusstsein ist so viel schlauer als wir.

Daher macht es Sinn, Dir wichtige Entscheidungen oder Wendepunkte aus Deiner Vergangenheit anzuschauen.

Ich glaubte immer, mein höchster Wert ist Freiheit. Ha ha, genau.

Genau deswegen habe ich wohl viele Jahre in einem Reihenendhaus mit Ehemann und 2 Kindern verbracht. Immerhin nur zur Miete (also noch etwas mehr Freiheit als ein Eigenheim). Und ich bin selbständig.

Versteh mich nicht falsch, ich liebe mein Leben. Doch jetzt mal ehrlich, ein Leben mit wirklich höchstem Wert Freiheit würde doch anders aussehen, also so in meinem Weltbild und wenn ich mir nix schönrede. ;-)

Also... Freiheit spielt eine Rolle. Aber wirklich entschieden hab ich mich an wichtigen Stellen meines Lebens oft aufgrund anderer Werte. Meine wahren Werte. z.B. Menschen begeistern, berühren und bewegen.

Wie ist es bei Dir?

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung



Deine Aufgabe für heute:

Schreibe Dir 3-5 entscheidende Wendepunkte in Deinem Leben auf. Also Momente, von denen Du sagen würdest, dass Du eine grundlegende Entscheidung getroffen hast. Schau genau hin, aufgrund welcher Kriterien Du Dich damals so oder so entschieden hast. Suche Gemeinsamkeiten. In der Regel gibt es welche, auch wenn das nicht immer gleich offensichtlich ist.

Ein Beispiel?

Ich habe z.B. bis vor kurzen immer gedacht, dass ich mich in meiner Jugend für das Tanzen entschieden hätte, weil es die billigere Variante gegenüber dem Reiten war. Wir hatten damals zwar wirklich nicht viel Geld und das hat auch mit Sicherheit eine Rolle gespielt... andererseits, wäre mir das Reiten so wichtig gewesen hätte ich wohl Möglichkeiten gefunden.

Erst als ich mir weitere wichtige Entscheidungen in meinem Leben angeschaut habe, habe ich die Gemeinsamkeit erkannt, dass ich mich z.B. auch im Beruf immer für das entschieden habe, wo ich mehr Leute begeistern, berühren und bewegen konnte. Das war ein echter Erkenntnisgewinn für mich. Für diesen Wert habe ich nämlich auch den Wert Freiheit (der bei mir auch sehr hoch ist) schon mal hinten angestellt. :-)

Also, ich bin gespannt darauf, was DIR diese Übung bringt.

Viel Spaß bei dieser Aufgabe und bis übermorgen.

Alles Liebe
Deine Christina



15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Teil 5: Positionierung durch Dein Warum



Was ist Dein tiefstes Herzensanliegen?

Warum tust Du das alles wirklich?

Dein Warum herauszufinden ist so wichtig, weil das der Motor für Dein Business ist. Wenn Du den nicht zum Laufen kriegst, geht halt nichts vorwärts. Eigentlich ganz einfach.

Doch wie ich immer wieder feststelle, ist es eben nicht so einfach, das Warum auch wirklich rauszukriegen.

Und zwar nicht das offensichtliche, oberflächliche Warum. Sondern das echte.

Falls Du noch nie das Video von Simon Sinek "Start with why" angeschaut hast, solltest Du das unbedingt tun!

Ich habe es bestimmt schon 10 mal angesehen, um mich immer wieder daran zu erinnern! Ich habe daraus so viel gelernt und anfangen, anders zu kommunizieren.

Deshalb möchte ich Dir diesen Tipp auf keinen Fall vorenthalten. Manchmal kann es eben ein 5 Minuten Video sein, dass einen entscheidenden Impuls für den eigenen Erfolg gibt.

"People don't buy what you do, they buy WHY you do it!"

(Simon Sinek)

Dein Warum ist es, was die Menschen am Ende kaufen. Wenn Du es nicht kennst, hast Du also ein Problem.

Auf den meisten Websites findest Du viele Informationen darüber, WAS Du kaufen kannst und WIE Du Hilfe bekommst.

Du erfährst also etwas über das Produkt (z.B. ein Coaching) und über die Methode (z.B. wingwave).

Doch nur wenige trauen sich darüber zu schreiben, warum sie tun, was sie tun.

Entweder sie wissen es nicht genau oder sie haben Angst davor, sich "nackig" zu machen.

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Denn natürlich ist das eigene Warum meist etwas sehr persönliches. Zumindest bei uns Coaches.

Doch ich kann Dir sagen, dass es sich lohnt. Denn Produkte und Methoden sind austauschbar.

Dein wahres Warum ist einzigartig.

15 Schlüsselemente
für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung



Deine Aufgabe für heute:

Finde Dein Warum.

Die beste Methode, die ich kenne:

Du fragst: Warum tue ich was ich tue?

Du schreibst es auf.

Dann fragst Du noch 4 mal weiter, Du hinterfragst also jeweils immer die Antwort die Du aufschreibst wieder mit "Warum?"

In der Regel sind die ersten 2-3 Antworten noch relativ leicht zu finden.

Danach, bei der 4. und 5. Antwort geht es ans Eingemachte (sofern Du nicht zulässt, Dich mit den Antworten im Kreis zu drehen ;-)).

Erzähle uns doch gerne in der geheimen Facebookgruppe „15 Schlüsselemente“ von Deinem Warum. Traust Du Dich?

Gutes Gelingen und bis übermorgen.

Alles Liebe
Deine Christina



15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Teil 6: Positionierung durch Dein Wofür



Was ist Deine Haltung?

Was ist Dein echter gesellschaftlicher Beitrag?

Im letzten Teil haben wir uns mit Deinem Warum beschäftigt. Heute geht es um das Wofür.

(Falls Du das im letzten Teil verwechselt hast... naja, dann hast Du vielleicht schon die Lösung für diesen Teil und musst dafür Teil 5 nochmal neu machen. 😊)

Das Warum ist wichtig, damit **DU** genau weißt, warum Du Deine Arbeit tust. Das ist entscheidend an Tagen, an denen Du mal gerade überhaupt nicht aus dem Bett kommst und Dich fragst, wieso Du Dir das alles antust. Und die wird es geben, das kann ich garantieren!

Das Wofür ist wichtig, damit **Deine Kunden** genau wissen, warum Du Deine Arbeit tust (und sie genau bei Dir kaufen sollten). Denn es interessiert sie einfach mehr, was sie (und die Welt) davon haben.

Heute reicht es ja schon längst nicht mehr, einfach nur ein Produkt auf den Markt zu schmeißen, denn so ziemlich jedes Produkt ist austauschbar gegen ein anderes. Auch Du. Denn obwohl Du und Deine Arbeit natürlich einzigartig seid, sieht der Kunde erst einmal nur so und so viele verschiedene Coaches am Markt, die sein Problem lösen. Fertig. Die wissen noch nicht, was an DIR so besonders ist.

Also müssen sie das mitkriegen (genau darum geht's ja ohnehin in dieser ganzen Arbeit hier) und in Deiner Haltung bzw. Deinem Wofür ist das besonders deutlich von außen erkennbar.

WAS trägst Du also zur Gesellschaft bei und WIE tust Du das?

WIE dienst Du der Gesellschaft?

WOFÜR stehst Du jeden Tag auf?

WIE gehst Du mit eigenen Fehlern um? Wie mit Schwächen anderer?

Wo ist Deine Grenze, was würdest Du niemals tun, egal wieviel Geld dabei rausspringt oder wie interessant der Kontakt auch ist?

Ein Beispiel?

Ich selbst würde niemals jemanden wissentlich coachen, der anderen Menschen oder Tieren schadet, egal wieviel Geld dabei rausspringen würde. Nun ist es natürlich meine ganz persönliche Ansicht, ab

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

wann etwas jemand anderem schadet, denn was für den einen noch ok ist, ist für den anderen schon gar nicht mehr ok. Und genau zu dieser persönlichen Grenze zu stehen, auch wenn andere sagen: „Ach komm schon, das ist doch nicht so schlimm!“ – genau das ist Haltung.

Gleichzeitig habe ich die Haltung, dass ich aber nicht jeden an den Pranger stellen muss, der nicht im Sinne meiner Haltung agiert. Das bedeutet, ich schreibe keine Posts a la „Schau mal, was die oder der schon wieder macht/machen!“... auch wenn das gerade alle tun. Haltung.

So bekommt meine Haltung zu ersterem Punkt nur mit, wer mich über einen längeren Zeitraum verfolgt, denn sie zeigt sich – in diesem Fall – mehr durch mein Nichttun, als durch mein Tun.

Soweit mein Beispiel.

Im Übrigen finde ich die Antwort „Ich trage zu einer besseren Welt bei“ zwar grundsätzlich ok, sie unterscheidet Dich nur leider nicht von den tausenden anderen Coaches da draußen. 😊

Also...

15 Schlüsselemente
für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung



Deine Aufgabe für heute:

Beantworte die obigen Fragen, die ich hier nochmal wiederhole:

WAS trägst Du zur Gesellschaft bei und WIE tust Du das?

WIE dienst Du der Gesellschaft?

WOFÜR stehst Du jeden Tag auf?

WIE gehst Du mit eigenen Fehlern um? Wie mit Schwächen anderer?

WO ist Deine Grenze, was würdest Du niemals tun, egal wieviel Geld dabei rauspringt oder wie interessant der Kontakt auch ist?

Was ist Dein ganz klares, persönliches und konkretes WOFÜR?

Gutes Gelingen und bis übermorgen.

Alles Liebe
Deine Christina



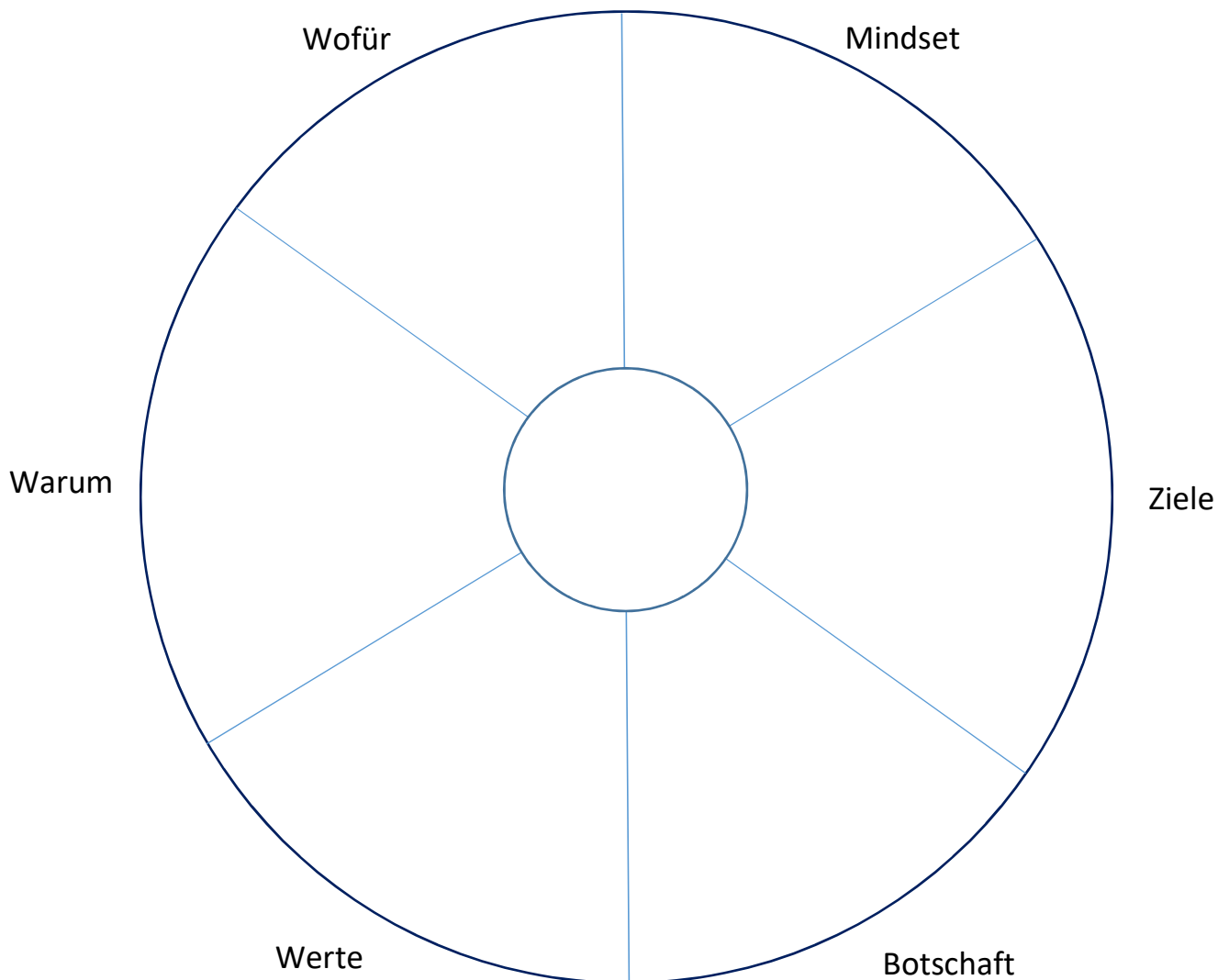
15 Schlüsselemente
für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Extrasheet Erste Zusammenfassung

Teil 1 – 6

Nimm Dir die ersten 6 Teile zur Hand und versuche, aus jedem Teil die Essenz in ein paar Worte zu fassen. Trage diese hier ein.

Anschließend kannst Du das Gesamtbild auf Dich wirken lassen und vielleicht kommt Dir dabei spontan in den Sinn, was in dem Kreis in der Mitte stehen kann. Das kann ein Wort oder auch ein Symbol sein.



15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Teil 7: Positionierung durch Deine Philosophie



Wie führst Du Dein Unternehmen?

Wie gehst Du mit Deinen Kunden um?

Natürlich bekommen die Menschen da draußen mit, wie Du Dein Unternehmen führst (egal ob Du nun schon Mitarbeiter hast oder nicht).

Und Deine Kunden bekommen sehr schnell heraus, wie Du Ihnen gegenüber wirklich eingestellt bist.

Wie schnell werden Emails beantwortet?

Wie schnell gibt es Unterstützung bei Problemen?

Und wie sehr steht die Kundenzufriedenheit wirklich im Vordergrund, wenn es einmal Probleme gibt?

Überlege Dir, auf was Du besonderen Wert legen willst.

Auch hier gibt es viele Chancen, den Menschen in Erinnerung zu bleiben. Unten wirst Du deshalb als heutige Aufgabe natürlich genau daran arbeiten.

Und weil die Unternehmensphilosophie so eng mit Deinem Service für den Kunden zusammenhängt, habe ich Dir heute noch ein Extrasheet angehängt, in dem es darum geht, Deinen Extraservice - der Dich wiederum noch besser positioniert - herauszuarbeiten.

15 Schlüsselemente
für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung



Deine Aufgabe für heute:

Was ist Deine Philosophie?

Schreibe Dir auf, welche Werte Dein Unternehmen nach außen transportieren soll.

- Wofür stehst Du?
- Wofür steht Deine Marke?
- Woran sollen die Menschen denken, wenn an Dich als Unternehmerin oder Selbständige denken?
- Womit sollen sie Dich in Verbindung bringen?

Gutes Gelingen und bis übermorgen.

Alles Liebe
Deine Christina



15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Extrasheet „Besonderer Service“

Welchen besonderen Service bietest Du?

Heute geht es darum, welches besondere Extra Du Deinen Kunden bieten kannst.

Bevor ein Kunde bei Dir etwas kauft, wird er Dich kennenlernen wollen. Er will wissen, was genau Du anbietest. Und es kann einen Unterschied machen, wenn Du, zusätzlich zu Deinem normalen Angebot, etwas anbietest, dass er so bei anderen nicht finden kann – Deinen besonderen Service.

Bei mir hat es eine Zeit lang gedauert, bis ich meinen besonderen Service herausgefunden hatte. Ich kann sagen, dass das mehr ein Prozess, als eine Idee war. Sei also nicht frustriert, wenn Dir nicht heute gleich etwas einfällt. Manchmal kommen die besten Ideen auch nicht während wir über Ihnen brüten, sondern bei ganz alltäglichen Dingen oder bei inspirierenden Gesprächen mit anderen Menschen. Manchmal hilft es auch, sich das Angebot der anderen anzuschauen und sich inspirieren zu lassen. Wir müssen nicht alle das Rad neu erfinden. Ich finde es ist ok, wenn man mal eine Idee von anderen aufgreift und sie für sich so umwandelt, dass sie dem eigenen Profil bzw. Angebot entsprechen.

Folgende Ideen können Dich vielleicht dabei unterstützen, Deine besonderen Service zu finden.

- Ein kostenloses, telefonisches Folgegespräch nachdem das Coaching vollständig beendet ist, für eventuell auftretende Fragen.
- Ein vorbereitetes Handout zu einem bestimmten Thema, das der Klient nach der Sitzung bekommt. Vielleicht hast Du auch mehrere Themen zur Auswahl.
- Die vergünstigte Teilnahme nach einem Coaching an sonstigen Angeboten (Seminare, Workshops, etc.)
- Ein Ebook als Geschenk nach dem Coaching.
- Eine kostenlose Nachbetreuung in Form einer bestimmten Anzahl von Emails z.B. mit bestimmten Fragen in bestimmten Zeitabständen.
- Besonders guten Tee oder Kaffee während des Coachings.
- Eine ganz besondere Wohlfühl-Atmosphäre, die Du durch die Umgebung oder bestimmte Rituale erschaffst.

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Welche Ideen hast Du sonst noch?

Die Ideen können aus Deinem direkten Angebot kommen, Dein besonderer Service kann aber auch etwas mit Deiner Persönlichkeit zu tun haben. Etwas, das es eben nur bei Dir gibt, weil es Dich besonders ausmacht.

Denke ruhig auch mal quer. Vielleicht hast Du eine besondere Fähigkeit aus einem ganz anderen Bereich, die Du als nettes Extra einbinden kannst. Deiner Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Schließlich geht es darum, Dein Angebot einzigartig zu machen. Was dabei geht und was nicht, entscheidest alleine Du.

Überraschungs-Qualität

Ein besonders gutes Buch zu diesem Thema ist von Klaus Kobjoll und heißt [„Wa\(h\)re Herzlichkeit“](#) (Link zu Amazon).

Es geht darin darum, wie er sein äußerst erfolgreiches Tagungshotel führt und da kann man echt noch was lernen. Gerade weil es eine andere Branche ist (als in der Regel meine Teilnehmer hier in diesem Kurs) schenkt einem dieses Buch neue Ideen.

In einem Kapitel des Buches geht es um Qualität und Klaus Kobjoll beschreibt **4 Säulen der Qualität:**

1. Basisqualität:

Du buchst einen Onlinekurs und erwartest, dass Du einen Onlinekurs bekommst. Diese Qualität muss erfüllt sein, sonst hilft der beste Extra-Service nichts.

2. Erwartungsqualität:

Du buchst einen sehr teuren Onlinekurs und erwartest daher einen besonderen Service oder einen besonderen Inhalt. Buchst Du einen sehr billigen Onlinekurs, erwartest Du natürlich entsprechend weniger Service oder Inhalt.

Als Anbieter ist man hier gefragt, zu erfüllen, was man ankündigt, allerdings gehen auf Kundenseite solche Erwartungen auch sehr auseinander und es ist nicht immer einfach, so klar zu kommunizieren,

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

dass keine falschen Erwartungen geweckt werden. Das ist einfach ein Kommunikationsproblem und mit der Zeit wird man darin besser.

3. Überraschungsqualität:

In diese Kategorie fällt unserer „besonderer Service“, wenn Du ihn NICHT vorher kommunizierst (sonst ist er „Erwartungsqualität“, logisch oder?)

Du buchst also einen Onlinekurs und bekommst ein Extrasheet zum Thema „besonderer Service“ obwohl dieser Punkt vorher NICHT im Angebot aufgelistet war. Das macht das Extrasheet zur Überraschung und es hat dadurch MEHR Wert, als wenn es vorher schon angekündigt gewesen wäre. Kunden werden hinterher sagen: „Da hab ich mehr bekommen, als ich erwartet habe. Wow!“ 😊

4. Wahre Herzlichkeit:

Die 4. Säule ist das Extra, das nirgends aufgeschrieben oder vorgegeben oder standardmäßig vorhanden ist (wie das Extrasheet, das zwar eine Überraschung ist, aber eben für alle Teilnehmer verfügbar), sondern das einfach aus der eigenen Liebe zum Kunden passiert. Es ist z.B. die doch etwas ausführlichere Antwort auf eine Rückfrage zu einem Thema, obwohl dieser Kurs als reiner Selbstlernkurs ausgelegt ist. Um diese Qualität zu erfüllen, musst Du Deinen Beruf und Deine Kunden wirklich lieben und Du merkst, dass Dein Beruf vielleicht nicht mehr ganz der Richtige ist, wenn Du immer öfter auf diese „Extrawürste keinen Bock mehr“ hast (was natürlich nicht heißt, dass man hier keine Grenzen setzen darf bei Kunden, die das zu sehr ausreizen).

Ich wünsche Dir viel Spaß dabei, die Extras für Dich zu finden, mit denen Du und Deine Kunden viel Freude haben.

Liebe Grüße

Deine Christina

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Teil 8: Positionierung durch Deine Fähigkeiten (Teil A) und Kompetenzen (Teil B)



Teil A:

Welche Stärken hast Du?

Welche Fähigkeiten zeichnen Dich besonders aus?

Als Coach hast das sicherlich schon mal irgendwann gemacht: ein Stärkenprofil. Falls nicht, wird es höchste Zeit, denn Deine Stärken und Fähigkeiten sind die Grundlage für Dein spezielles Angebot.

Was kannst Du gut?

Was kannst Du am besten?

Manchmal entsteht auch gerade durch eine ungewöhnliche Kombination verschiedener Stärken, von denen man im ersten Moment denkt, dass sie gar nicht zusammenpassen, ein besonderes Alleinstellungsmerkmal.

Jeder Mensch hat eine einzigartige Kombination von Stärken und Fähigkeiten!

Heutzutage gibt es schon alles da draußen. In allen Preisklassen, in allen Stilrichtungen, Qualitäten, Formen, Farben oder Varianten. Vielleicht hast Du das große Glück, wirklich etwas zu (er)finden, was es noch überhaupt nicht gibt. Den meisten Menschen, die ich kenne, geht das allerdings nicht so. Und das ist auch gar nicht notwendig.

Notwendig ist allerdings, dass Du Dich selbst genau definieren kannst. Dass Du genau weißt, was DICH ausmacht, denn DAS ist ein Unterschied, den niemand kopieren oder nachmachen kann. Es geht einfach nicht.

Ich glaube nicht an Konkurrenz.

Wenn Du genau das gleiche anbieten willst wie ich... bitteschön, nur zu. Du wirst es ohnehin nicht auf meine Art, mit meinen Gedanken, meiner Schwingung, meinen Worten, meinen Bildern, meiner Ausstrahlung tun können. :-)) Du kannst es vielleicht genauso gut oder sogar noch besser machen, aber eben nicht gleich.

Und daher werden meine Kunden zu mir und Deine zu Dir finden. Weil 1000 Menschen da draußen nicht alle das gleiche wollen, nicht alle die gleiche Sympathie empfinden.

Und daher ist der heutige Teil so unglaublich wichtig. Finde heraus, was Dich einzigartig macht.

Achtung, es sind nicht Deine einzelnen Eigenschaften oder Fähigkeiten oder Deine Art. Da haben wir vielleicht sogar gleiches dabei.

Es ist - wie oben schon gesagt - die Kombination daraus. Viel Spaß bei den Fragen dazu.

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung



Deine Aufgabe A für heute:

Dein Stärken- und Fähigkeitenprofil

Denke mal über den Tellerrand hinaus!

Wenn wir ein Stärkenprofil erstellen oder über unsere Fähigkeiten nachdenken, dann überlegen wir meist, was da im Rahmen unserer beruflichen Tätigkeit reinpasst. Doch ich habe die Erfahrung gemacht, dass es Sinn macht, einfach mal wirklich alles aufzuschreiben, was man kann. Denn manchmal ergeben sich dann neue Perspektiven und Besonderheiten, die genau Dich und Dein Angebot ausmachen.

Schreibe 50 Deiner Stärken auf.

STOP! An dieser Stelle nochmal zur liebevollen Erinnerung: Das hier zu lesen und nicht aufzuschreiben, bringt Dich kein Stück weiter. Nimm einen Stift in die Hand! Glaub mir, ich habe mir die Finger wund geschrieben, um meine Positionierung zu finden. Ist das Arbeit? Ja. Ist das mühsam? Ja. Kannst Du das auch im Kopf machen? Ja - und Du verschwendest damit Deine Zeit, denn es bringt nichts. Du brauchst das schriftlich. Alleine für meine Positionierung habe ich ca. 60 (!) DIN A 4 Seiten vollgeschrieben. Wenn's reicht. Diese Seiten sind heute meine Quelle für meine Authentizität und meine Marke. Ok :-) es geht weiter.

1. Schreibe 50 Eigenschaften auf, die Dich ausmachen.
2. Schreibe 50 Dinge auf, die Du mal geschafft hast und auf die Du stolz bist (übe Dich darin, auf Kleinigkeiten stolz zu sein!)
3. Schreibe 50 Fähigkeiten auf. Was kannst Du?
4. Schreibe 50 Dinge auf, die Dir Spaß machen / Freude bereiten.

(Wenn sich in den Listen Begriffe überschneiden ist das völlig ok. Fülle die Listen einfach so aus, wie Du die Frage verstehst. Darauf kommt es ja letztendlich an. :-))

Ok, da ich glaube, dass Du mit diesen 4 Listen durchaus ein paar Tage beschäftigt sein kannst, ist das erst mal genug. Wenn Du die Übung nicht bis zum nächsten Teil schaffst, ist das auch kein Problem. **Führe sie einfach nebenbei weiter. Benutze die unvollständigen Listen nicht als Ausrede, um nicht weiterzumachen.**

Das ist eine sehr gute Übung in „unperfekt sein und trotzdem (weiter) machen“. ;-)

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Teil B:

Welche Ausbildung hast Du?

Welche Zertifikate?

Ich bin kein Fan davon, tausend Fortbildungen zu machen, um endlich „gut genug“ zu sein.

Und ich glaube auch nicht, dass Menschen uns Coaches wegen unserer Zertifikate alleine buchen.

Doch eine solide Grundausbildung als Coach kann sicher nicht schaden. Und oft hilft es auch, eine gewisse Spezialisierung zu haben. Wenn das so ist, ist das natürlich auch Teil der eigenen Positionierung und fließt in das Gesamtbild mit ein.

Bei mir stehen meine Ausbildungen und Zertifikate nirgendwo auf meiner Homepage und ich muss auch nicht ständig irgendwo erwähnen, dass ich (k)einen Dokortitel oder ein abgeschlossenes Studium habe. ;-)

Trotzdem bin ich mir dessen bewusst, dass mich diese erworbenen Kompetenzen in meinem Gesamtbild ausmachen und zu meinem Expertenstatus beitragen. Allerdings ohne mich dabei unter Druck zu setzen.

15 Schlüsselemente
für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung



Deine Aufgabe B für heute:

Das ist wirklich als Aufgabe gemeint, da es leichter klingt als es ist:

Beschließe heute, hier und jetzt, gut genug zu sein!

Höre auf, immer noch ein Zertifikat für "irgendwas" zu machen. Natürlich ist ständige Fortbildung wichtig. Gerade in unserem Beruf.

Doch wenn Du merkst, dass Du diese Fortbildungen machst, weil Du "noch nicht gut genug" bist, dann solltest Du mal eine Pause einlegen.

Mach einfach mal ein Jahr lang nichts! Konzentriere Dich auf das, was Du kannst und treibe Dein Business voran mit dem was Du hast.

Du wirst sehen, dass es genug ist. :-)

Viel Spaß bei dieser Aufgabe und bis übermorgen.

Alles Liebe
Christina



15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Extrasheet: Dein Sweet Spot

Was ist ein Sweet Spot?

Das ist der Punkt, an dem das, was Dich fasziniert und was Du wirklich gut kannst, zusammentreffen mit dem, was Deine Kunden wirklich wollen und wofür Kunden auch bezahlen würden.

Wie findest Du Deinen persönlichen Sweet Spot?

Mache folgende 3 Schritte schriftlich:

1. Schreibe Dir 10 Ideen auf, was Du für andere Menschen tun könntest. Das sollten 10 Dinge sein, die Du einfach nur liebst zu tun.
2. Schreibe Dir 10 Ideen auf, was Du für andere Menschen tun könntest. Das sollten 10 Dinge sein, für die Du super qualifiziert bist.
3. Schreibe Dir 10 Dinge auf, von denen Deine Kunden träumen. Was wollen und brauchen sie, um einen entscheidenden Schritt in ihrem Leben oder Business weiterzukommen?
4. Arbeite Deinen **Sweet Spot** heraus. Er liegt dort, wo sich die Antworten aus 1., 2. und 3. überschneiden. Also was willst Du gerne anbieten und wofür zahlen Kunden Geld, weil sie es wirklich brauchen oder wollen?



15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Teil 9: Positionierung durch Deine persönliche Geschichte



Erzähle Deine Geschichte!

Ermögliche Identifikation!

Deine persönliche Geschichte macht Dich als Mensch und als Coach einzigartig.

An Deiner Geschichte teilhaben lassen

Wenn wir andere Menschen an unserer Geschichte teilhaben lassen, können sich die Leser oder Kunden mit uns identifizieren. Sie können sich in den Geschichten wiedererkennen und fassen so viel leichter Vertrauen zu uns. Sie fühlen sich verstanden und können vielleicht auch direkt etwas für sich mitnehmen.

Ich kenne kein besseres Mittel, um Nähe und Verbundenheit mit den eigenen Lesern herzustellen, als das ehrliche und authentische Erzählen der eigenen Geschichte und Geschichten.

Dabei muss es sich nicht um extrem ungewöhnliche Geschichten handeln. Die meisten Menschen erleben ja in ihrem eigenen Leben auch nicht ständig irgendwelche herausragenden Stories. Am besten sind oft die ehrlichen, einfachen Alltagsgeschichten, thematisch natürlich passend zu Deinem Thema als Coach, mit denen Du Deine Kunden genau da abholen kannst, wo sie gerade stehen. Das Schöne dabei ist, bei solchen Geschichten gibt es keinen moralischen Zeigefinger.

An der Entstehung teilhaben lassen

Heute leben wir in einer Zeit, in der es ein Überangebot an allem gibt. Was ich bemerke ist, dass immer mehr Menschen ein Interesse haben, nicht nur einfach irgendetwas zu konsumieren, sondern vielen Menschen gefällt es, wenn sie an der Entstehung eines Produkts teilhaben können.

Darin besteht eine große Chance, sich auch als Coach auf leichte Art die eigene Positionierung auszubauen. Denn jede Entstehungsgeschichte ist anders. Wenn Du Deine Kunden daran teilhaben lässt, wie aus Dir geworden ist, was Du heute bist, bist Du unvergleichbar!

Jetzt kommt der Haken:

Natürlich steht Deine Geschichte nie wirklich im Vordergrund.

Wenn Du Deine Geschichte(n) erzählst, dann solltest Du Dich beim Schreiben immer wieder fragen, was davon für Deinen Kunden nützlich ist und was er für sich daraus mitnehmen kann.

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung



Deine Aufgabe für heute:

Es macht natürlich keinen Sinn, Deinem Leser in einem einzigen Artikel Deine ganze Lebensgeschichte zu erzählen.

Doch folgendes kannst Du tun, um immer wieder mal eine gute Geschichte, wenn sie passt, zur Verfügung zu haben.

Schreib Dir auf:

- Was ist Deine Geschichte? Warum tust Du, was Du tust? Schreib es auf!
- Oft haben wir als Coach Themenschwerpunkt in unserer Arbeit, durch die wir bereits selbst gegangen sind. Was ist es bei Dir?
- Was waren entscheidende Wendepunkte in Deinem Leben? Finde mindestens 10 Wendepunkte aus Deinem Leben, in denen Dein idealer Kunde sich wiedererkennen kann.

Wenn Du all das für Dich erarbeitet hast, hast Du einen kleinen Schatz an Geschichten, über die Du an verschiedenen Stellen erzählen kannst. Natürlich sollte weder Dein Blog, noch der Inhalte Deiner Website sich ständig nur mit Dir selbst beschäftigen. Aber viele Inhalte sind viel greifbarer mit einer kleinen Story dazu und das Wichtigste: DU wirst greifbarer als Mensch.

Viel Spaß bei dieser Aufgabe und bis übermorgen.

Alles Liebe
Christina



15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Teil 10: Positionierung durch Deinen Lebensstil



Wie lebst Du?

Wie willst Du Leben?

Für die einen ist es wichtig, dass sie arbeiten können wo sie wollen.

Für andere ist es wichtiger, arbeiten zu können wann sie wollen, um vielleicht Beruf und Familie unter einen Hut zu bringen.

Für die einen ist es wichtig, viel Zeit in der Natur zu verbringen, für die anderen ist ein Leben in Luxus das allerschönste.

Was auch immer Deinen Lebensstil ausmacht, Du wirst immer Menschen finden, die genau das toll finden und andere nicht.

Wichtig finde ich, auch hier authentisch zu sein und sich nicht zu verbiegen, bloß weil vielleicht gerade alle auf einen bestimmten Trend stehen.

Was macht Deinen Lebensstil besonders?

Und hier stellt sich natürlich auch immer noch gleich eine weitere Frage:

Wen geht das überhaupt etwas an? Bzw. wie weit soll ich meine Kunden Einblick in mein Leben geben?

Ich habe da für mich ja eine extrem simple Lösung:

Ich gebe nur preis, was quasi die ganze Welt wissen darf.

Bei mir ist das, im Verhältnis zu einigen anderen Menschen die ich kenne, ganz schön viel und ich weiß, dass viele Menschen da andere Grenzen haben.

Wichtig ist, dass man für sich selbst eine Grenze findet, die sich gut anfühlt. Und zwar jeden Tag.

Kann sein, dass man sich an diese Grenze auch vorsichtig herantasten muss. Das ist allemal besser, als etwas zu erzählen, was man hinterher bereut.

Also... überlege Dir gut, was - aus Deiner persönlichen Sicht - die ganze Welt über Dich wissen darf.

15 Schlüsselemente
für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung



Deine Aufgabe für heute:

Halte mal einen Moment inne und überlege Dir, wo Deine Grenze ist. Was soll/darf die Welt über Dich wissen?

Wie willst Du Dich zeigen? Was soll "man" über Dich denken?

Damit meine ich natürlich nicht, dass Du Dir ständig Gedanken darüber machen sollst, was andere über Dich denken könnten.

Doch wir alle - behaupte ich jetzt mal - wollen auf eine bestimmte Art gesehen werden.

Wie willst Du gesehen werden und was trägt genau dazu bei?

Viel Spaß bei dieser Aufgabe und bis übermorgen.

Alles Liebe
Christina



Teil 11: Positionierung durch den Preis



In welcher Preisklasse kannst und willst Du spielen?

Was ist Deine Leistung wert?

Hier sind wir bei einem heißen Thema angelangt, denn bei der Bestimmung des eigenen Wertes – und somit bei der Festlegung des Preises für die eigene Dienstleistung – tun sich viele Coaches besonders schwer.

Wer seine Leistung zu günstig anbietet, wird unter Umständen nicht ernst genommen und/oder beutet sich selbst auf Dauer aus.

Wer zu teuer ist, kann seinen Preis nicht authentisch kommunizieren und „stottert herum“, wenn man ihn danach fragt.

Überlege Dir also gut, was der richtige Preis für Deine Leistung ist, es wird mitentscheiden, wie Deine Kunden Dich sehen.

Auf jeden Fall ist Dein Preis vom ersten Tag an auch ein Merkmal, wo am Markt Du Dich positionierst.

Ich kann Dir aus meiner Erfahrung sagen, dass meine Kunden immer "besser" wurden, umso höher mein Preis wurde. Mit "besser" meine ich, dass ich immer mehr genau von den Kunden habe, die zu mir passen und die bessere Ergebnisse erreichen, weil sie ihre Eigenverantwortung an dem Prozess besser wahrnehmen. Das ist ja - wie Du weißt - im Coaching ganz essentiell und überraschenderweise verlangen die Klienten bei einem höheren Preis nicht mehr von mir, sondern mehr von sich selbst.

Und damit das alles hier nicht so schwammig bleibt, lege ich Dir heute mal meine konkrete Preisentwicklung offen. Bitte bedenke, dass diese natürlich auch stark mit meinem Online-Geschäftsmodell, das ich ab 2014 aufgebaut habe, zusammenhängt.

Dazu möchte ich auch noch sagen, dass ich diese Preise nicht kalkuliert habe, sondern es waren und sind auch heute noch "gefühlte" Preise. Ob das nun der beste Weg ist, die eigenen Preise zu bestimmen oder nicht, muss jeder für sich entscheiden.

Ich habe ein paar Mal versucht, etwas zu kalkulieren. Das kann der eigenen Klarheit darüber dienen, wie viel man verdienen müsste, damit die Ausgaben gedeckt sind. Dabei kamen bei mir tatsächlich immer höhere Preise heraus, als ich nachher verlangte. Dafür habe ich andererseits mehr Stunden zu dem Preis verkauft, mit dem ich mich wohlfühlte und bin so mit dem Wohlfühlpreis besser gefahren.

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Mein Fazit: ein Patentrezept dafür gibt es wohl nicht, doch einen Tipp möchte ich Dir noch mitgeben.

Mein "Wohlfühlpreis" liegt nicht IN meiner Komfortzone, aber auch nicht SEHR weit außerhalb. Er liegt immer ein Stückchen weit außerhalb meiner Komfortzone. Mit anderen Worten: Wenn es beim Aussprechen meines Stundenhonorars einer fremden Person gegenüber ein bisschen kribbelt im Bauch, ist der Preis richtig. Wenn ich dabei innerlich verkrampfe, ist er zu hoch. Wenn es mich keinerlei Mühe kostet, meinen Preis auszusprechen, ist es Zeit für eine Erhöhung. ;-)

Hier also meine Entwicklung, Preise immer je 60 Min und zzgl. MwSt. :

Coaching für Hochbegabte, hauptsächlich Privatkunden, jedoch sehr oft beruflicher Zusammenhang

2009: 80 Euro

2011: 90 Euro

2013: 150 Euro

Coaching für Positionierung, Marketing und strategische Ausrichtung, hauptsächlich Businesskunden

2014: 150 Euro (Ich startete mein jetziges Onlinebusiness)

2015: 300 Euro

2016: 300 Euro

Business-Coaching & Mentoring

2019: 375 Euro

Ich weiß natürlich nicht, ob Dir das jetzt weiterhilft, aber vielleicht kann es Dir ja eine Orientierung bieten. Viele meiner Kollegen haben immer gesagt, dass meine Preise viel zu niedrig seien, aber ich bin, wie schon gesagt, immer sehr stark danach gegangen, womit ich mich wohlfühle und was ich mich traue.

Aber was ist denn nun der "richtige" Preis für Dich?

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung



Deine Aufgabe für heute:

Überlege Dir, wie viele Stunden Coaching Du im Monat / in der Woche geben kannst.

Überlege Dir dann (und hier wird es tricky, denn jetzt ist Ehrlichkeit Dir selbst gegenüber gefragt), wie viele Stunden Coaching Du geben willst.

Ich habe für mich festgestellt, dass ich, obwohl ich Coaching liebe, keinen vollen Terminkalender damit haben will. 1 bis 2 Coachings pro Woche finde ich super und lässt mir auch noch Raum für das Schreiben, für Marketing, etc. Außerdem kann ich so auch mein Unternehmen aufbauen, das braucht ja auch Zeit.

Natürlich kann ich mit 1-2 Terminen pro Woche vom Coaching alleine nicht leben (auch nicht bei 300 Euro Stundensatz). Daher habe ich mir Gedanken gemacht, wie mein Geschäftsmodell aussehen soll (also wie ich vielleicht sonst noch Umsatz machen kann) und welchen Preis ich pro Stunde verlangen muss, damit mein Business funktioniert.

Vielleicht willst Du rein vom Coaching leben. Vielleicht auch nicht. Auf jeden Fall lohnt es sich, hier sehr genau und ehrlich hinzusehen. :-)

Viel Spaß bei dieser Aufgabe und bis übermorgen.

Alles Liebe
Christina



15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Teil 12: Positionierung durch Dein Marketing



Welche Art von Marketing liegt Dir und welche nicht?

Welche Marketinginstrumente liegen Dir?

Heute gibt es so viele verschiedene Wege, sich mit der eigenen Positionierung sichtbar zu machen. Doch auch WIE Du Dich sichtbar machst, ist wiederum Teil Deiner Positionierung.

Denn es ist eben ein Unterschied, ob man bloggt, Podcasts macht, Videos dreht, Flyer verteilt oder Werbung schaltet, etc..

Die Kombination der Kanäle, die Du wählst wird nicht nur verschiedene Kundentypen ansprechen, sondern sagt im Rückschluss auch etwas über Dich aus.

Ein Beispiel:

Ich bin sehr aktiv und präsent auf Facebook und kommuniziere dort auch viel.

Ich weiß, dass manche Menschen das nicht so seriös finden. Die buchen dann lieber jemand anderen, der z.B. seine Seriösität dadurch untermauern möchte, sich rar zu machen und unnahbar zu sein. Soll es angeblich geben (und ist ja auch ok, jedem das seine). ;-)

Mir ist wichtig, für meine Kunden ein Experte UND Mensch zu sein. Und zwar ganz greifbar.

Und wer das nicht mag, ist eben nicht mein Kunde und würde sich hinterher bei mir wahrscheinlich eh nicht wohlfühlen.

WAS ich nutze und WIE ich es nutze, ist also Teil meiner Positionierung und zieht ganz bestimmte Menschen dann auch an.

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung



Deine Aufgabe für heute:

- 1) Schreib Dir auf, was Du momentan alles so tust, um sichtbar zu werden.
- 2) Und dann schreibst Du Dir auf, welche Möglichkeiten Du kennst, um sichtbar zu werden. Das sind wahrscheinlich mehr.
- 3) Jetzt schreibst Du hinter jede Marketingmethode aus 1) und 2) in eine neue Spalte eine Zahl von 1 bis 10. 10 bedeutet "Nutze ich sehr viel", 1 bedeutet "Nutze ich noch gar nicht".
- 4) Anschließend machst Du eine weitere Spalte und schreibst dort rein, wieviel Spaß Dir die jeweilige Marketingmethode macht. 10 bedeutet "macht mir sehr viel Spaß, ist quasi gar keine Arbeit", 1 bedeutet "Mache ich halt, weil ich muss und andere sagen, dass ich das tun soll"
- 5) Vergleiche jetzt die beiden Spalten. Wenn die Werte zu den jeweiligen Marketingmethoden in beiden Spalten ähnliche oder sogar gleiche Werte haben: Herzlichen Glückwunsch! Du betreibst ein Marketing, das Dich authentisch repräsentiert. Wenn die Zahlen sehr unterschiedlich sind, solltest Du das vielleicht nochmal überdenken.

Anmerkung: Auch in meinem Marketingmix gibt es Dinge, die ich tue, die mir nicht so viel Spaß machen. Ganz ehrlich? Ich mach sie, weil sie halt gut funktionieren und Geld verdienen macht ja schließlich auch Spaß. Allerdings mache ich davon nicht so viel und ich achte darauf, dass die Sachen, die mir richtig Spaß machen, auf jeden Fall mehr sind. ;-)

Viel Spaß bei dieser Aufgabe und bis übermorgen.

Alles Liebe
Christina



15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Extrasheet: facebook – wie Du Dich gut positionierst

Vor ein paar Jahren hieß es mal: wer keine Website hat, ist als Unternehmer eigentlich gar nicht existent. Heute kann man schon fast sagen: wer in keinem sozialen Netzwerk ist, ist eigentlich gar nicht existent. ;-)

Ich weiß, nicht jeder mag facebook. Ich liebe facebook, denn es bietet mir die Möglichkeit, mit vielen Menschen in Kontakt zu sein. Ich liebe Menschen und ich liebe das Netzwerken. Facebook ermöglicht mir schnelles, einfaches Netzwerken. Ich bin auch auf xing, auf LinkedIn und Twitter. Allerdings konzentriere ich mich strategisch auf facebook, einfach weil es schon Arbeit genug ist, in EINEM sozialen Netzwerk eine saubere Strategie zu verfolgen.

Wer geschickt ist, kann sich auch hier intelligent positionieren. Ich habe den folgenden Tipp einmal auf einem Blog gelesen und fand ihn so toll, dass ich ihn 1. seitdem selbst anwende und ihn 2. gerne an Dich weitergeben möchte.

Glücklicherweise ist dieser Tipp total simpel und einfach umsetzbar:

Überlege Dir für Dein privates Profil und außerdem für jede Fanpage (Unternehmenseite) die Du hast **3 Themen**, zu denen Du postest. Wenn Du z.B. nicht gerne allzu Privates posten willst, dann überleg Dir Themen, die etwas über Dich aussagen und trotzdem nicht zu privat sind. Themen, die Dein Bild nach außen auf eine Art und Weise formen, die authentisch ist und die Du gerne haben möchtest.

Noch ein Beispiel dazu (das absolut frei erfunden ist) damit Du Dir das noch besser vorstellen kannst.

Nehmen wir an, Kathrin ist Coach für Manager, die Burn-Out gefährdet sind. Auf ihrer Fanpage postet sie eigene Artikel, Bilder und Artikel, die sie im Netz findet zu den Themen Management, Burn-Out-Prävention und Entspannung. Auf ihrem privaten Profil postet sie über ihr Hobby das Wandern, aktuell über ihren Hausbau und über Yoga. So entsteht der Eindruck einer sehr aktiven Frau, die gerade selbst eine etwas stressige Zeit hat, doch mit Yoga und Wandern einen Ausgleich schafft. Ideal für unseren Manager als Vorbild.

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Ich halte diese 3-Themen-Regel selbst nicht immer ein, aber sie gibt mir doch einen sehr guten Leitfaden und funktioniert für mich. Wie immer gilt auch hier: finde heraus, was für Dich am besten funktioniert.

Meine ganze facebook-Strategie hier zu erklären, würde den Rahmen dieses E-Kurses sprengen, daher bin ich jetzt hier nur auf den Aspekt der Positionierung eingegangen.

Wenn Dir Deine Positionierung als Coach einmal klar ist, wird es auch immer leichter zu erkennen, welche Strategien für Dich die Richtigen sind, denn alle werden sich darauf ausrichten, Deinen idealen Kunden für Dich zu gewinnen.

Also was sind Deine 3 Themen pro Seite?

Schreib sie Dir auf (nächste Seite) und hänge sie Dir über den Schreibtisch, damit Du immer wieder daran erinnert wirst. 😊 (Ich weiß ja selbst, wie groß die Verführung ist, doch wieder dies und das und jenes zu teilen.)

Liebe Grüße

Deine Christina

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Die 3 Themen für meine facebook-Seiten

Privates Profil:

Fanpage (Unternehmensseite):

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Teil 13: Positionierung durch Deinen Auftritt



Was sind Deine Farben?

Was ist Dein Stil?

Selbstredend, oder?

Dein Auftritt muss Dich widerspiegeln und ist ein zentraler Baustein Deiner Positionierung.

Deine Farben bzw. Dein Design sind oft das erste, was der Kunde wahrnimmt, wenn er das erste Mal Deine Website besucht oder einen Flyer von Dir in der Hand hält.

Wer in dieser Hinsicht nicht zufällig selbst ein wirklich gutes Händchen und Feingefühl hat, ist sicher gut beraten, sich einen Grafiker bzw. Designer zu Hilfe zu holen, weil sich das einfach in barer Münze wieder auszahlt.

Schau doch mal genau hin und sei ehrlich zu Dir selbst. Ist Dein Auftritt nach außen so passend zu Dir selbst, dass Du Deine Website, Deine Visitenkarten, etc. am liebsten in die ganze Welt verteilen würdest?

Oder entschuldigst Du Dich vielleicht noch jedesmal, wenn Du jemandem Deine Visitenkarte gibst mit den Worten: Ja, ich lasse gerade neue machen, aber die sind noch im Druck und bevor ich gar nichts dabei habe...

Es ist klar, dass es im Business immer wieder mal diesen Punkt gibt. Nie ist man ganz fertig und kaum fühlt es sich so an, merkt man vielleicht, dass hier und da doch mal wieder was Neues her muss. Das ist ja ok und das meine ich auch nicht.

Es geht einfach darum, ob Du Dich mit allem was Du verteilst oder was andere Menschen von Dir sehen, wohlfühlst. Denn das strahlst Du natürlich auch aus.

Wie möchtest Du wirken? Was möchtest Du ausstrahlen?

Oft wissen wir gar nicht genau, wie wir eigentlich wirken wollen und was wir nach außen ausstrahlen wollen.

Hierzu gibt es eine wundervolle Übung, Dir vielleicht noch einmal klarer vor Augen führt, was Dir an dem Aufbau Deines Auftritts besonders wichtig ist. Sie stammt aus der alten Version des Kurses und ist so wirksam, dass sie in der neuen Version nicht fehlen darf.

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung



Deine Aufgabe für heute:

Übung: "Was eine große Marke für Dich tun kann"

Es gibt sicherlich einige große Marken, deren Spruch oder Logo, Schriftzug oder Farben, Dir sofort einfallen, wenn jemand nur den Namen nennt. Außerdem verbinden wir auch immer irgendwelche Emotionen damit.

(Vorweg: Öfters haben mich an dieser Stelle Teilnehmer angeschrieben mit den Worten: "Ah Christina, ich bin kein Typ der auf Marken steht. Das bedeutet mir nichts." Das verstehe ich natürlich. Hier geht es allerdings gar nicht darum, ob Du nun ein großer Fan von Marken bist oder nicht. Es geht darum, dass Du Dir mit Hilfe dieser Übung für Dich wichtige Merkmale erarbeitest. Und ich habe bisher noch keinen Menschen getroffen, der nicht zumindest ein paar große Marken (BMW, Tempo, Apple, Ferrero, Jack Wolfskin, Coca Cola) kennt.)

1. Suche Dir 3 große Marken aus, die Du gut kennst und die einen -aus Deiner Sicht - ausgezeichneten Ruf haben. Es sollten Marken sein, die Du gerne magst und die gleichzeitig wirklich erfolgreich sind.
2. Finde heraus, welche Gemeinsamkeiten diese 3 Marken haben. Welche Gefühle und Emotionen sind gleich? Welche Gedanken kommen Dir sofort in den Kopf?
3. Was magst Du an ihrem Marketing? Ist es der besondere Service? Oder der Stil der Werbeanzeigen? Ist es der Wert, den sie vermitteln? Oder das Gefühl? Magst Du vielleicht besonders, wofür diese Marke steht? Was auch immer Dir auffällt, mach Dir Notizen dazu.

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

4. Was fühlst Du, wenn Du etwas von dieser Marke selbst kaufst oder benutzt? Wie fühlst Du Dich von Deinen Mitmenschen wahrgenommen, wenn Du es benutzt? (Hier kann man sich auch Fragen, warum man vielleicht gerade darauf verzichtet, Marken überhaupt zu nutzen, falls dem so ist? Warum ist Dir das dann besonders wichtig?)

5. Schau Dir das Logo, die Website oder das Produkt an. Gibt es etwas, was Dir besonders positiv auffällt am Design? Sei so genau wie möglich!

6. Welche Marktstellung hat die Marke, im Vergleich zur Konkurrenz? Wie billig oder teuer ist diese Marke im Vergleich?

7. Was davon kannst Du für Dich Nutzen? Welche 3 Aspekte aus den obigen Fragen könntest Du sofort in Deinem Business umsetzen?

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Als ich diese Aufgabe vor 3 Jahren gemacht habe, habe ich damit die grundlegenden Designbausteine für mein Business gefunden. Und immer wenn ich etwas verändere, dann unterziehe ich es der Prüfung, ob es mir diesen Bausteinen übereinstimmt (und auch, ob die Bausteine für mich noch stimmig sind).

Viel Spaß bei dieser Aufgabe und bis übermorgen.

Alles Liebe
Christina



15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Extrasheet: Deine Website – Kunden emotional binden

Wie man eine Website gut aufbaut, so dass sie auch verkauft, darüber könnte es natürlich einen eigenen Kurs geben (und dafür gibt es ja im Internet auf unzählige Spezialisten). Hier kann ich daher natürlich nur auf die Thematik „**Eindeutige Positionierung**“ eingehen.

Wenn Menschen auf Deine Website gehen, wollen sie SOFORT wissen, ob sie dort eine Lösung für Ihr Problem bekommen. Bekommen sie diese Informationen nicht sofort, sind sie wieder weg.

Dafür ist nun natürlich wichtig, dass Du genau weißt, was Dein Nutzen für Deine Kunden ist und dass Du diesen auch direkt und deutlich angibst.

Ich kenne Webseiten von Coaches – und zwar ganz schön viele – da darf ich mir als Kunden (aus)SUCHEN, was ich gerne haben möchte. Das klingt ja erst mal ganz nett, doch der Effekt ist, dass ich eben nicht sofort weiß, ob ich hier überhaupt richtig bin. Wenn der Inhaber der Seite nun Glück hat, habe ich ihn empfohlen bekommen und weiß schon, dass er gut ist. Dann schau ich vielleicht noch genauer nach, was da alles so steht und angeboten wird. In der Regel ist das allerdings nicht der Fall.

Wenn Du Dich also auch mit Deiner Homepage eindeutig positionieren willst, ist es wichtig, sofort das Gefühl im Kunden zu erzeugen, das er braucht, um hier zu bleiben: irgendeine Art von Faszination, Interesse oder Neugier. Und das kannst Du am besten, indem Du die Website genau für Deinen idealen Klienten gestaltest und Formulierungen findest, die genau sein Problem und Deinen Nutzen für ihn beinhalten.

Versetze Dich also noch einmal in Deinen idealen Klienten und stell Dir vor, Du bist auf der Suche nach Deinem idealen Coach (also natürlich nach DIR ;-)). Du suchst nach ihm im Internet. Vielleicht liest Du zufällig einen Post von ihm auf facebook (oder kommst irgendwie anders auf seine Seite). Du klickst und bist zack... auf dieser Seite. Du schaust Dich um – und zwar nur ein paar Sekunden, ehe Du Dich entscheidest, ob Du bleibst... oder für immer weg bist.

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

- Was brauchst Du, um Dich **sofort** wohl zu fühlen? (Bilder, Struktur, Farben)
- Was willst Du **sofort** wissen? (Name, Bild, Ort!!! Bei vielen Coaches kann man schon irgendwo (auf der Kontaktseite oder noch schlimmer – erst im Impressum) finden, wo sie ansässig sind. Für viele Kunden spielt das aber eine vorrangige Rolle und die willst Du doch nicht lange suchen lassen oder?)
- Was ist **wichtig** für Dich? (Geht es hier um mein Problem? Und wenn ja, gibt es eine Lösung?) (Oder geht es vielleicht erst mal um den Coach und wie toll er doch ist? ;-))
- Gibt es etwas, was mir vielleicht **sofort** weiterhelfen kann? (kostenloses Ebook, Kurs, etc.)

Erst jetzt wird folgendes interessant:

- Wo kann ich mehr Informationen bekommen? (Über mich-Seite, Angebot)

Und wie immer: beantworte diese Fragen schriftlich, damit Du wirklich Klarheit bekommst.

.

Liebe Grüße

Deine Christina

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Teil 14: Positionierung durch Deine Zielgruppe



Mit wem willst Du wirklich arbeiten?

Wer ist Dein idealer Klient und welchen Nutzen hast Du für ihn?

Das ist wohl der Punkt, über den ich am häufigsten spreche, weil er tatsächlich für viele am schwierigsten ist. Den meisten Coaches fällt es viel leichter, all die anderen Punkte, die wir bisher in diesem Online Training hatten, zu berücksichtigen und festzulegen, doch wenn es um die Zielgruppe geht, sind viele Coaches schier am verzweifeln.

Denn wir wollen und können doch schließlich fast allen Menschen Gutes tun!

Das ist vielleicht sogar richtig und bestimmt ist es eine schöne Absicht.

Doch meine Erfahrung ist, dass es gerade am Anfang der eigenen Selbständigkeit überlebenswichtig ist, die eigenen Energie zu fokussieren und sich auf eine bestimmte Zielgruppe zu konzentrieren, da sich sonst in der Fülle der heutigen Angebote niemand wirklich von Deinem Angebot Notiz nimmt.

Um diesen Prozess zu vereinfachen und möglichst tief in die Psyche meines potentiellen Kunden einzutauchen, erschaffe ich mit meinen Klienten in den persönlichen Positionierungscoaching fast immer den

Idealen Klienten (Wunschkunde, Kundenavatar).

Ja, ich weiß, das Wort kannst Du entweder nicht mehr hören oder Dich beschleicht sofort das unguete Gefühl, dass das eine massive Einschränkung Deiner ganzheitlichen Persönlichkeit bedeutet.

Und da bin ich ganz ehrlich.

Viele Coaches haben Null bis gar keine Kunden, machen sich aber primär Sorgen darum, dass ihre Arbeit zu einseitig sein könnte.

An der Stelle frage ich mich immer, ob es nicht besser wäre, für den Anfang erstmal 100 gleiche Kunden zu haben, als gar keinen einzigen??? ;-)

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Aber Scherz beiseite... ich bin ein unglaublich vielseitig interessierter Mensch und habe mich noch nie durch meine spitze Positionierung eingeengt gefühlt.

Das liegt daran, dass meine spitze Positionierung

1. ganz genau zu mir passt und
2. es mir erlaubt, sehr Tief in die Materie einzutauchen, was wiederum eine große Vielfalt hervorbringt.

(Überlege Dir nur, es gibt Menschen, die beschäftigen sich mit den einzelnen Zellen unseres Körpers und verbringen Jahre damit, bis sie eine davon vollständig erforscht haben - falls es ihnen überhaupt je gelingt.)

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung



Deine Aufgabe für heute:

Überlege Dir, wer Dein Idealer Klient ist.

Diese Arbeit mit dem "Idealen Klienten" ist ein Modell, das es Dir erlaubt, tiefer in die Psyche Deiner Kunden einzutauchen. Das machen wir nicht, um uns künstlich auf eine Person festzulegen (das ist nur im Prozess wichtig, um wirklich eintauchen zu können), sondern **um ein ganz tiefes Bedürfnis unserer Kunden** herauszufinden.

--> **Bedürfnisgleichheit Deiner Zielgruppe**

Daher nützt es auch nicht viel den Idealen Klienten zu beschreiben mit:

- Frau zwischen 30 und 40
- Beziehungsprobleme.

Du darfst da etwas genauer werden. ;-)

Erschaffe Dir wirklich eine konkrete Person im Detail und überlege Dir, welche

1. Träume
2. Ziele
3. Ängste und
4. Sorgen und Nöte diese Person in ihrem Alltag tatsächlich hat und
5. wie diese ihr(e) Problem(e) tatsächlich benennen würde.
6. Was ist das ganz, ganz tiefe, wirklichen Grundbedürfnis dieses Kunden hinter allen Träumen, Zielen, Ängsten, Sorgen und Nöten?

Versuche, die Sprache Deiner Kunden zu sprechen:

Die meisten Menschen stehen nicht morgens in der Küche und sagen: Ohje, ich habe mein Potential noch nicht voll ausgelebt!

Viel wahrscheinlicher ist es, dass da eine Frau/ein Mann steht und sich denkt: Sch...., was mach ich hier eigentlich?

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Viel Spaß damit, Dich immer weiter in die Denke Deines/r Kunden/in reinzufühlen. Das wird Dich sehr weiterbringen.

Vergiss nicht das Extrasheet, das Dir bei dieser Aufgabe hilft! (siehe nächste Seite)

Viel Spaß bei dieser Aufgabe und bis übermorgen.

Alles Liebe
Deine Christina



15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung



Extrasheet zum Schlüsselement Nr. 14

So erschaffst Du Dir Deinen idealen Kunden.

Es ist eigentlich ganz einfach. Wenn Du Dir einen Klienten aussuchen dürftest, also den perfekten Klienten... wäre das ein Mann oder eine Frau?

Möööööp - wer jetzt sagt: "Ich arbeite aber gerne mit beiden Geschlechtern und will niemand ausschließen" ist schon raus. ;-) Darum geht es hier nicht. Meine ideale Klientin ist eine Frau. Trotzdem kommen Männer zu mir ins Coaching. Wie das? Einfach nur deswegen, weil ich eindeutig und klar bin.

Also wir versuchen es nochmal. Stell dir vor die gesetzlichen Bestimmungen ändern sich und Du darfst nur noch ein Geschlecht coachen. Du musst Dich jetzt entscheiden. Mann oder Frau?

Ok, hast Du Dich entschieden?

Dann geht's weiter... Bastelanleitung für Deinen idealen Kunden ;-)

Geh ins Internet, rufe die Google Bildersuche auf und gib Mann oder Frau ein, je nachdem was Du gewählt hast. Such Dir jemand aus, der Dir auf Anhieb supersympathisch ist. Druck das Bild ungefähr in Passbildgröße aus (ist ausschließlich für Deine Übung hier, also kein Problem) und klebe es in die Mitte eines DIN A4 Blattes. Dann schreib drum herum stichpunktartig folgendes auf: (der einfacheren Lesbarkeit halber wähle ich ab jetzt die männliche Form)

- Was ist das Geburtsdatum des Klienten? (Ich will damit eine "Zwischen ... und ... Jahren - Antwort" vermeiden.)
- Welche Haarfarbe hat er?
- Wo lebt er? Land, Stadt, Ort, Dorf? Wo genau? Wie lebt er? Haus, Wohnung, Villa am Meer?
- Lebt er in einer Beziehung? Verheiratet, Single, Familie,? Glücklich oder nicht?
- Falls Familie, wie viele Kinder, wie alt sind sie, wie heißen sie? (ja, das IST wichtig, weil ein Vater von 2 Kindern andere Prioritäten hat, als ein alleinlebender Mann)
- Was arbeitet er? Genau? In welcher Firma? Wie groß ist die Firma? Welche Hobbys hat er?
- Welche Haustiere hat er?
- Welche Eigenschaften hat er? Welche besonderen Fähigkeiten hat er?
- etc. (Was Dir sonst noch einfällt)

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Nimm ein neues Blatt und beantworte schriftlich folgende Fragen:

- Welche Träume, Hoffnungen und Ängste hat er bezüglich seiner gegenwärtigen Situation und der Zukunft?
- Welche Sorgen lassen ihn nachts nicht schlafen?
- Was erhofft er sich von Dir als Coach?
- Was denkt und fühlt er, wenn er Dein Angebot zum ersten Mal sieht?
- Welche Befürchtungen könnten ihn davon abhalten, Dein Angebot anzunehmen?
- Was denkt und fühlt er, wenn er Dein Angebot bucht?
- Was wäre das optimale Ergebnis Deines Angebots für ihn?

Um noch genauer zu werden, gehst Du noch etwas tiefer rein:

- Was genau ist sein Problem im Moment?
- Was genau möchte er kurzfristig erreichen?
- Welche Ziele möchte er langfristig erreichen?
- Welche Lösung kannst Du ihm dafür anbieten?
- Was ändert sich an seinem Leben, wenn er bei Dir war?

Wenn Du das alles schriftlich beantwortet hast, bist Du den Kunden, die für Dich richtig und für die Du richtig bist, schon etwas nähergekommen.

Jetzt kannst Du aus diesen Antworten drei Sätze machen, in denen Du ihn direkt ansprichst:

1. Das ist Deine jetzige Situation
2. Das willst Du erreichen
3. So kannst Du es erreichen

Viel Spaß damit, Dich immer weiter in die Denke Deines/r Kunden/in reinzufühlen. Das wird Dich sehr weiterbringen.

Alles Liebe

Deine Christina



15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Teil 15: Positionierung durch Deine Identität



Wer bist Du?

Was ist der Kern?

Identität ist die Gesamtheit all Deiner Facetten.

- Sind Dir Deine Facetten bewusst?
- Weißt Du, in welchen bunten Farben Deine Persönlichkeit schillert?
- Wo gehörst Du dazu, wo grenzt Du Dich ab?
- Was ist Dein Wesenskern?

Heraklit sagte: „„Wir steigen in denselben Fluss und doch nicht in denselben, wir sind es und wir sind es nicht.““

Wir verändern uns ständig. Dennoch ist es für unser Business wertvoll, einen konstanten Wiedererkennungswert zu schaffen, damit Menschen uns in Erinnerung behalten, zu uns Vertrauen aufbauen und uns z.B. auch Weiterempfehlen können.

Eine ganzheitliche & authentische Positionierung berücksichtigt hierbei unser ganzes Sein und ermöglicht es uns, als Coaches genau für unsere idealen Kunden sichtbar zu werden.

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung



Das Beste zum Schluss

Zum Abschluss gibt es eine meiner wertvollsten Übungen: **Das Markenei**.

Es stammt aus einem Buch von Jon Christoph Berndt zur Markenfindung. Und ich erweitere die Übung ein kleines Stück.

Es geht darum, Dir all die Ergebnisse der letzten 14 Teile dieses Online-Trainings nochmal anzusehen, wirken zu lassen und sie zu einem einmaligen, Ganzen zusammensetzen.

1. Schritt: Arbeite Dir aus allen 14 Lektionen ein Schlüsselwort oder ein Symbol für Dich heraus. (Bei manchen Teilen hast Du das ja schon getan.)
2. Schritt: Lege das alles beiseite. Stell Dir jetzt einen runden Trichter vor (nimm Dir auch gerne ein Blatt Papier und male einen auf die obere Hälfte).
3. Schritt: Stell Dir vor, dass Du Dein ganzes Leben dort hineinpackst. Alles was es ausmacht.
4. Schritt: Jetzt drücken wir von oben solange ganz sachte darauf, bis unten ein einziger Tropfen herauskommt - Deine persönliche Essenz - EIN WORT.

Anmerkung: Das einzige Wort, das ich hier nicht gelten lasse, ist das Wort "Liebe". Denn das fällt bei Essenz ganz vielen zuerst ein. Und natürlich, die Essenz von ALLEM WAS IST ist Liebe. Doch wir wollen Deine persönliche Essenz finden. Ich nenne das auch gerne:

Deine individuelle Ausdrucksform von Liebe!

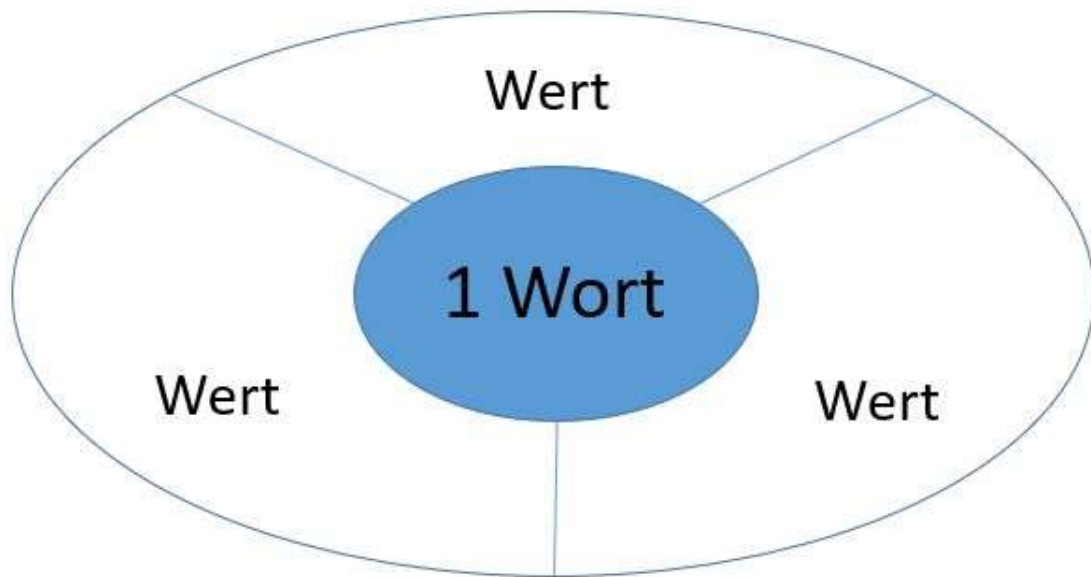
Hilfestellung: Es handelt sich bei diesem Wort in der Regel um eine Qualität in Deinem Leben, die immer wieder vorkommt und die Dir besonders vertraut ist. Bist Du oder ist Dein Leben gerade voll von dieser Qualität, bis Du in der Regel glücklich oder im Flow.

5. Schritt: Wenn Du das Wort gefunden hast (gib Dir dafür ruhig ein paar Tage Zeit, oft ist das erste Wort noch nicht ganz der Treffer und Du spürst z.B. dass da noch was fehlt... ich brauchte 2 Tage, um "mein Wort" aus den Tiefen meines Unbewussten zu holen. :-)) dann schreibst Du es in die Mitte des Kreises in den Kern des Markeneis. (siehe Bild)

GANZ WICHTIG: Dieses Wort wird i.d.R. nicht nach außen kommuniziert, es wird spürbar dadurch, dass Du es LEBST. Denn wenn Du es nur kommunizierst, aber nicht lebst, wirkst Du nicht echt. Wenn Du es aber lebst, wird es spürbar in allem und Du brauchst es nicht extra kommunizieren. Logisch oder? :-)

15 Schlüsselemente

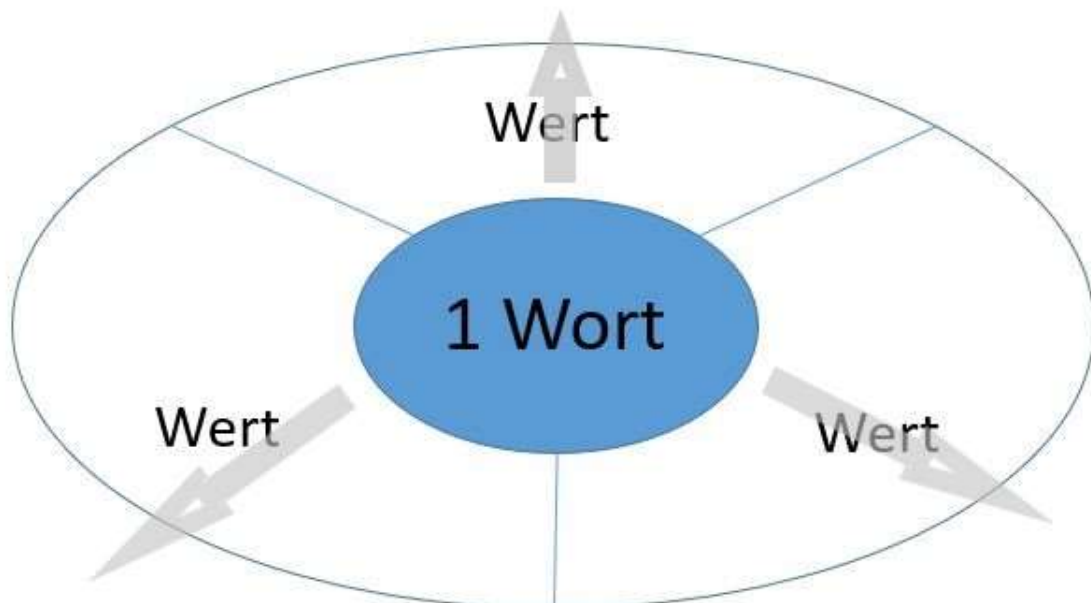
für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung



6. Schritt: Dann überlegst Du Dir (auch unter Bezugnahme auf Übung Nr. 4) welche 3 Werte Du mit Deiner Arbeit und Deinem Tun nach Außen transportieren willst.

Die 3 wichtigsten davon trägst Du in Dein Markenei ein. Diese Kombination aus Werten ist wahrscheinlich nicht einzigartig auf der Welt. ABER in Kombination mit Deiner Essenz, dem einen Wort in der Mitte wird es einzigartig. (Ich habe noch keine zwei Klienten gehabt mit dem gleichen Markenei!)

Deine Essenz gibt den Werten eine besondere "Färbung", Deine individuelle Ausdrucksform von Liebe durchtränkt gewissermaßen Deine Wertekombination und macht sie einzigartig.



7. und letzter Schritt: Jetzt ordnest Du die 13 anderen Schlüsselwörter oder -symbole (nur 13, weil die Werte ja schon ins Markenei direkt eingefloßen sind) um das Markenei herum an.

15 Schlüsselemente

für Deine ganzheitliche und authentische Positionierung

Und schon hast Du:

Deine ganzheitliche und authentische Positionierung!

Ich hoffe, Du hast nun einen wertvollen Schatz für Dich gefunden und gehst erfolgreich Deinen weiteren Weg. Das wünsche ich Dir von Herzen!

Alles Liebe
Deine Christina

