



Deine unverwechselbare Positionierung

Was ist Positionierung?

Die Positionierung im Marketing bezeichnet das gezielte, planmäßige Schaffen und **Herausstellen von Stärken und Qualitäten**, durch die sich eine Marke – ein Unternehmen, eine Organisation, ein Produkt oder eine Dienstleistung – in der Einschätzung der Zielgruppe klar und positiv von anderen Produkten oder Dienstleistungen unterscheidet. Eine sehr simple Definition der Positionierung lautete kurz: „**Was leistet das Produkt/die Dienstleistung für wen.**“

Dein Positionierungsscheck

1. Kannst Du in 60 Sekunden auf den Punkt bringen, wofür Du stehst, in welchem Business Du arbeitest und für wen?

2. Kannst Du eine Geschichte erzählen, die Erlebnisse aus Deinem Leben mit Deiner aktuellen Positionierung in Verbindung bringt und sie dadurch noch deutlich empathischer und authentischer wirken lässt? Stichwort „Storytelling“.



Vorteile einer klaren Positionierung

Was haben Persönlichkeiten wie Anke Engelke, Tony Robbins, Madonna, Helene Fischer, Barak Obama, Karl Lagerfeld oder Jamie Oliver gemeinsam? Sie haben sich als Person eine starke Marke aufgebaut. Eine Personenmarke und eine klare Positionierung, bei der man weiß, wofür sie steht.

Wenn Du klar definierst, welches Problem Deiner Zielgruppe Du löst, kannst Du:

- Alle Marketingaktivitäten auf diese Nische konzentrieren.
- Deine Angebote an die Bedürfnisse der Zielgruppe anpassen und Deine Zielgruppe direkt & gezielt ansprechen
- Dich vom Wettbewerb differenzieren.
- Eine Expertin sein und somit höhere Honorare erzielen.
- Leichter weiterempfohlen werden, weil man weiß, für was Du genau stehst.

Was sind die Vorteile für Dich, wenn Du Dich gut positionierst?

Positionierungsregeln

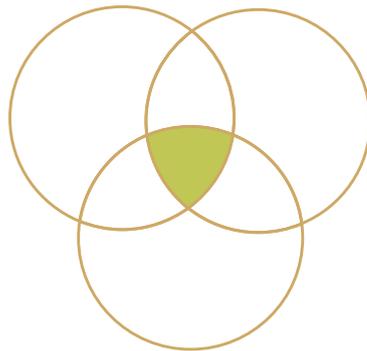
1. Finde Dein Warum und lebe Deine Vision
2. Setze Dir Ziele und fokussiere Dich auf die Ergebnisse
3. Definiere Dein Kernangebot
4. Sei anders und falle aus dem Rahmen
5. Sei die Erste in einem Bereich oder erfinde eine neue Kategorie
6. Gehe spitz, statt breit in den Markt
7. Löse ein Problem
8. Rede über Deine Lösungen
9. Definiere und verstehe Deinen Wunschkunden
10. Definiere ein unwiderstehliches Angebot



Die Cluster-Methode

Das Ziel ist es, Dich selbst als Expertin und Deine Fähigkeiten und Kenntnisse durch effizientes Reputationsmanagement in der Öffentlichkeit hervorzuheben. Als bekannte und vertrauenswürdige Persönlichkeit stehst Du als Expertin für ein bestimmtes Thema. Es gilt, Dich **von der Masse abzuheben und Deine Kompetenz bekannt zu machen**.

Was Dich anders macht, ist unter anderem die Schnittmenge aus Deinen Talenten, Deiner Biografie und eine Portion Herzblut. Niemand auf der Welt hat den gleichen Werdegang, die gleichen Erfahrungen und Branchenkenntnisse. Mach etwas daraus! Du bist gut, so wie Du bist.



1. Deine Talente und Stärken

Notiere Deine Talente, Stärken & Besonderheiten. Was fällt Dir leichter als anderen? Was hast Du erlebt, was sonst niemand erlebt hat? Was ist anderes in Deinem Lebenslauf als bei anderen? Was macht Dich besonders? Was treibt Dich an?

Dieses Feuer brennt in mir?

Wofür andere ewig brauchen, kann ich ruck-zuck

In meinem Lebenslauf fällt auf, dass ich



Kaum jemand außer mir hat

2. Mein Herzblut

Nur wer wirklich liebt, was er tut kann langfristig erfolgreich sein. Deshalb findest Du jetzt heraus, was Dich antreibt und Deine Leidenschaft weckt. Es gibt Aufgaben im Leben, für die Du geradezu geschaffen bist.

- So muss Jamie Oliver einfach kochen. Nähme man ihm den Kochlöffel, den Ingwer, die Gewürze. Er wäre nicht mehr das, wofür er hier auf der Welt ist.
- Hätte man Steffi Graf oder Andre Agassi während ihrer Karriere den Tennisschläger weggenommen, was hätten sie wohl den ganzen Tag getan?
- Nähme man Carlos Santana die Gitarre, was würde er wohl stattdessen tun? Es gibt Menschen, die haben genau die Bestimmung auf dieser Erde gefunden. Es ist ihre Mission, damit die Welt zu bereichern und andere damit glücklicher zu machen.
- Nähme man Frida Kahlo die Kunst weg, was hätte sie wohl anderes getan.

Das Verrückte an dieser Übung ist, dass es jetzt nicht unbedingt um Deine aktuelle Tätigkeit geht, die Du gerade ausübst, sondern darum, eine Tätigkeit zu finden, die Du in Zukunft gerne jeden Tag tun würdest. Sei offen für neue Ideen und denke an Deine Leidenschaft und Deine Herzensprojekte/Herzensthemen.

Notiere: Was müsste man Dir nehmen, damit Du eingehst wie eine Primel? Was ist Deine Aufgabe hier auf dieser Welt? Was tust Du aus absoluter Überzeugung, voller Leidenschaft und ohne, dass es Dich Kraft und Mühe kostet? Was ist das in Deinem Leben?
Ich bin hier, um

Am liebsten würde ich den ganzen Tag



3. Gibt es dafür einen Markt?

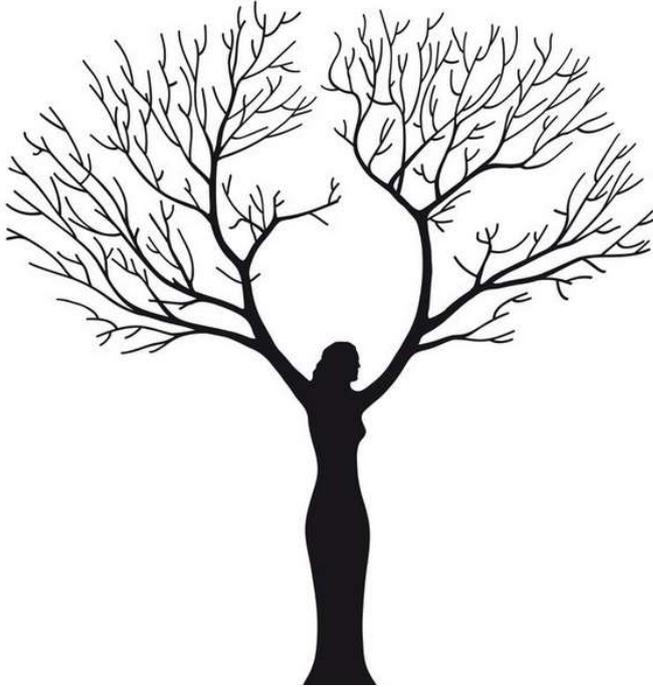
Recherchiere Dein Absatzpotenzial und berechne eine realistische Umsatzgröße.
Wie groß ist der Markt für Deine Geschäftsidee?

Wie stark ist der Wettbewerb in Deiner Region?

Gibt es genug zahlende Kunden?

Löse ich ein Problem, für das viele Menschen bereit sind, Geld auszugeben?

Die Baum-Methode



Je verzweigter Dein Business wird, desto mehr hast Du Dich spezialisiert.

Stamm:

Ast:

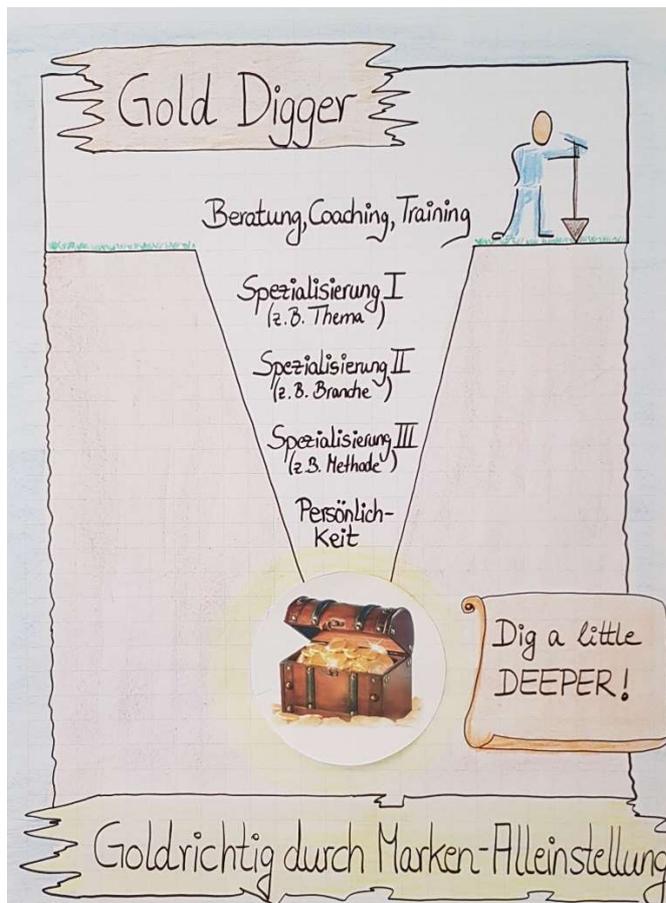
Zweig:

Stamm:

Ast:

Zweig:

Die Spezialisierungs-Methode



„Sichtbar wirst Du, wenn Du Dich aus der Vergleichbarkeit abhebst.“

1. Weglassen / eliminieren

Lasse Dinge weg. Mache nicht alles. Wenn Du Coach bist und Dich um alle Lebensbereiche (Gesundheit, Familie, Job, Finanzen, etc.) kümmerst, hast Du einen Bauchladen. Fokussiere Dich z.B. auf einen Lebensbereich oder bestimmte Themen.

2. Spezialisierung über das Thema

z.B. Gehaltscoaching für Frauen, Auftrittcoaching mit wingwave, etc.

3. Wissen neu kombinieren / Neues schaffen

Produkte, Methoden und Lösungen kreieren, die es bisher nicht gibt. (z.B. neue Methode entwickeln wie Emtrace-Coaching, NLP für Frauen, Reiss Profile, etc.)

4. Spezialisierung über die Branche

Ärzte, Rechtsanwälte, Yogalehrer, Banken etc.

5. Spitze Zielgruppe

Money-Mindset für Mütter, Business-Mentoring für Hochsensible, Yoga für Kinder etc.