#SELBSTVERMARKTUNG

POSITIONIERUNG.

DEIN ERFOLGSHEBEL FÜR
SOFORT MEHR SICHTBARKEIT.

Bodo Schäfer

Bodo Schäfer
AKADEMIE

INHALT

Positionierung: Dein Erfolgshebel für sofort mehr Sichtbarkeit. 2

“Positionierung macht den großen Unterschied.” 4

Wenn sich die Punkte verbinden, dann nennt man das:
Positionierung. 6

Die Grundsätze Deiner Positionierung 7

#1. Schritt: **Anders, nicht besser.** 8

#2. Schritt: **Außergewöhnlich, nicht exzellent.** 10

#3. Schritt: **Der Erste sein**. 12

#4. Schritt: **Eine neue Kategorie erfinden.** 14

#5. Schritt: **Besser spitz als breit.** 16

#6. Schritt: **Ein Grundbedürfnis wählen, kein besonderes Verfahren.** 18

#7. Schritt: **Kleine Zielgruppe.** 20

#8. Schritt: **Löse für andere ein Problem.** 22

#9. Schritt: **Rede darüber.** 24

#10. Schritt: **Bestimme den Preis**. 26

DEINE AUTOREN
Bodo Schäfer
Christian Baum

POSITIONIERUNG:

DEIN ERFOLGSHEBEL FÜR SOFORT MEHR SICHTBARKEIT.

Was tust du, um dauerhaft erfolgreich zu sein? Glaubst du an Prognosen, die du nicht wirklich verstehst? Schaust du in eine Glaskugel oder lässt dir die Karten legen?

Eigentlich wissen wir doch alle: Das alles gibt uns nie die Sicherheit, die wir wirklich suchen.

ZUNÄCHST EINE WICHTIGE FRAGE: *GLAUBST DU, DASS DU ES VERDIENST +300% MEHR EINKOMMEN ZU BEKOMMEN?*

In meinem Leben bin ich schon durch die ganze Welt gereist. Ich durfte mit den **bekanntesten Persönlichkeiten** und **Unternehmern** sprechen: **Alle sind sich einig, dass Positionierung der Schlüssel zu dauerhaftem Erfolg is**t.

Wenn wir wirklich in die Sichtbarkeit treten wollen, dann ist es einzig und alleine eine Frage der Positionierung: *Wir brauchen eine Strategie, die uns Schritt-für-Schritt auf unserem Weg begleitet.*

Doch vermutlich fragst du dich jetzt, wie diese Strategie aussieht? Mir ist keine Strategie bekannt, die annähernd fantastische Resultate im Beruf erzielt, wie **eine durchdachte Positionierung.**

In diesem Skript erfährst du die Grundsätze, die mein Leben vor einigen Jahren regelrecht revolutioniert haben. Du erhältst jetzt einen Einblick in das System, das bereits Tausende weltweit zu viel Geld und vor allem Ruhm geführt hat ...

» HIER KOMMEN DIE 10-GRUNDSÄTZE DER POSITIONIERUNG.

Jeder Schritt ist von fundamentaler Bedeutung. Wenn wir eine Reise antreten, dann werden wir immer wieder Zwischenstationen passieren. Wir dürfen keine einzige auslassen. Nur so kommen wir sehr schnell und direkt an unser Ziel.

Deine ideale Positionierung zu finden ist kein Kinderspiel. Um dir die Illusion sofort zu nehmen: Es kostet Zeit und auch Geld, doch nichts wird dir mehr Freiheit schenken, als deine ultimative Positionierung. Vielleicht fragst du dich einmal: *Welchen Preis bist du*

bereit zu zahlen, um nichts zu verpassen, was dein Leben für dich bereithält?

Ich möchte hier wirklich ehrlich zu dir sein: In meinen Augen ist es ein Märchen, wenn dir jemand verspricht, dass du innerhalb von nur wenigen Tagen perfekt positioniert bist.

Doch wenn wir nicht das System lernen und die Strategien leben - dann müssen wir uns eine viel wichtigere Frage stellen: **Warum haben wir nicht früher damit begonnen, an unserer Positionierung zu arbeiten?**

“POSITIONIERUNG MACHT DEN GROSSEN UNTERSCHIED.”

Die Erkenntnisse der Positionierung waren für mich persönlich ein großer Glücksfall. Sie lieferten mir die **Spielregeln, um an einem größeren Spiel teilzunehmen**. Und ich habe dieses Spiel genossen. Ich habe dadurch sehr viel verdient – und verdiene auch heute noch außerordentlich viel.

Meine Arbeit und mein Werk haben eine Verbreitung erfahren, wie ich sie mir vor zwanzig Jahren selbst in meinen kühnsten Träumen nicht hätte vorstellen können. Ich bin wirklich sichtbar geworden.

Lass mich dir von einigen Highlights erzählen: In Asien wurde aus meinem Buch **„Ein Hund namens Money“** ein Musical für Kinder – das über ein Jahr lang täglich 2.000 Kinder sahen. Und aus dem Buch wurde auch eine beliebte Comic-Reihe.

Weltweit haben **Millionen meine Bücher gelesen**. Unzählige Male konnte ich vor bis zu **35.000 Menschen** sprechen in Olympiastadien, wo sonst nur große Sportveranstaltungen stattfinden. Meine Audio-Seminare wurden über **500.000 Mal** gekauft.

Ich schreibe dies voller Demut – nur um zu zeigen: **Positionierung kann viel bewirken.** Denn ein Genie bin ich nicht …

Es gibt drei Möglichkeiten, wie das System hinter einer optimalen Positionierung für dich arbeiten kann:

» Du kannst dich als **Angestellter** in deinem Unternehmen so positionieren, dass du innerhalb eines Jahres bis zu +300% mehr verdienen kannst.

» Du hast die Möglichkeit als **Freiberufler, Selbstständiger oder Unternehmer** dich im freien Markt so zu positionieren, dass du dein Einkommen selber bestimmen kannst.

» Du kannst deine **Firma** oder dein **Produkt** im rechten Licht positionieren, sodass Kunden in einen magischen Kaufrausch verfallen: So kaufen sie wieder und wieder.

So siehst du, dass sich dein Leben mit dem richtigen System transformieren kann: Und nicht nur deins, sondern auch das Leben all der Menschen, die dir wirklich am Herzen liegen: *Wenn wir wirklich sichtbar sein wollen, dann kommen wir um eine ideale Positionierung nicht herum.*

Achtung: Eines kann ich dir versprechen: *Du wirst kein besseres Fahrzeug finden, das dich so **sicher zu einem hohen Verdienst und zu***

einer Steigerung deiner Effektivität bringen kann, als deine Positionierung.

Meine Bitte an Dich – lehne dieses wunderbare Fahrzeug nicht gleich ab, nur weil es dir zunächst unrealistisch erscheint: Gib uns beiden die Gelegenheit, intensiv über Positionierung zu sprechen.

Auf den folgenden Seiten gebe ich dir eine **ausführliche Einführung in die Grundsätze der Positionierung**. Deine Reise beginnt genau JETZT!

MEINE 3 TOP-ERKENTNISSE:

#1: _____

_____

#2: _____

_____

#3: _____

_____

NOTIZEN:

WENN SICH DIE PUNKTE VERBINDEN,
DANN NENNT MAN DAS:

POSITIONIERUNG.

… UND NUN NOCH EINMAL DIE FRAGE VOM ANFANG: *GLAUBST DU, DASS DU ES VERDIENST +300 PROZENT MEHR EINKOMMEN ZU BEKOMMEN?*

Vielleicht antwortest du: „300 Prozent? Jetzt wird´s aber ernst mit der Idee, reich zu werden." Oder vielleicht sagst du auch: „Bis jetzt war alles, was ich gelesen habe, einigermaßen seriös. Doch jetzt wird es ein wenig unglaubwürdig …"

Andere – und das ist die kleinste Gruppe – antworten: „Natürlich ist das möglich. Schließlich haben es schon viele vor mir geschafft. Es liegt alleine an mir, wirklich sichtbar zu werden: Das **Verantwortungsbewusstsein** habe ich. Und ich weiß, dass ich es schaffen kann – das **Selbstvertrauen** habe ich ebenfalls."

Aber wer hat jetzt recht? Du ahnst es bereits: **Jede Antwort ist richtig, wenn du daran glaubst.** Denn es ist immer die Antwort, die uns entspricht.

Die meisten Menschen sind sich ihrer Möglichkeiten nicht vollkommen bewusst. Sie haben nicht das Selbstvertrauen, und so können sie sich nicht vorstellen, dass auch sie wirklich großen Erfolg haben können.

Lass uns nun auf den nächsten Seiten in das Thema eintauchen, das dein Leben für immer verändern kann. Positionierung war für mich der Hebel zu weltweitem Erfolg: Ich wünsche mir von Herzen, dass es auch deiner wird.

Vielleicht sehen wir uns bald auf meinem **Seminar „Sogmarketing durch Positionierung".** Hier können wir gemeinsam über deine Positionierung sprechen: *Wie würde dir das gefallen?*

Liebe Grüße,

SOGMARKETING DURCH POSTIONIERUNG

DIE GRUNDSÄTZE DEINER

POSITIONIERUNG

#1 SCHRITT:* *ANDERS, NICHT BESSER
Was bekommt der Kunde von Dir, was er von keinem anderen bekommt?

#2 SCHRITT:* *AUSSERGEWÖHNLICH, NICHT EXZELLENT
Nur das Außergewöhnliche prägt sich ein. Nur wer die Dinge außergewöhnlich macht, wird groß.

#3 SCHRITT:* *DER ERSTE SEIN
Je kleiner die Nische, desto leichter ist es, Erster zu sein.

#4 SCHRITT:* *EINE NEUE KATEGORIE ERFINDEN
Die Zukunft erfinden ... Repariere, was nicht kaputt ist.

#5 SCHRITT:* *BESSER SPITZ ALS BREIT
Spitz dringt besser in den Markt ein – Je größer das Angebot, desto schwerer ist es.

#6 SCHRITT:* *EIN GRUNDBEDÜRFNIS WÄHLEN, KEIN BESONDERES VERFAHREN
Wer sich auf Grundbedürfnisse spezialisiert, vertritt die Interessen der Kunden.

#7 SCHRITT:* *KLEINE ZIELGRUPPE
Bilde dein Geschäft in einer Weise, dass Du die Kunden anziehst, die Du gerne haben möchtest.

#8 SCHRITT:* *LÖSE FÜR ANDERE EIN PROBLEM
Je größer das Problem, desto stärker der Wunsch, einen wirklichen Spezialisten zu finden.

#9 SCHRITT:* *REDE DARÜBER
Du musst auf Dich aufmerksam machen und deine Positionierung anderen klar mitzuteilen.

#10 SCHRITT:* *BESTIMME DEN PREIS
Experten können den Preis bestimmen; Wer nicht anders ist, muss einen gnadenlosen Preiswettbewerb mitmachen.

#1. SCHRITT:

ANDERS, NICHT BESSER.

WAS BEKOMMT DER KUNDE VON DIR, WAS ER VON KEINEM ANDEREN BEKOMMT?

Wir sollten anders sein. Am besten auffallend anders. So anders, dass wir merkwürdig sind. Im wahrsten Sinne des Wortes: ***Wer wirklich anders ist, ist es wert, dass man sich seiner erinnert. Merk-würdig.***

Was bedeutet diese Positionierungsregel für dich? Nun, die meisten tappen hier in eine Falle. Sie wollen um jeden Preis zeigen, dass sie besser sind als andere. Darum geht es aber gar nicht. **Es geht im Kern nur darum, worin wir anders sind.**

Wir dürfen uns niemals vergleichen. Du musst nicht besser sein als andere, das denken viele. Du musst unverwechselbar sein. Nicht exzellent, sondern außergewöhnlich: Hier können **unverwechselbare Markenzeichen** für dich von besonderer Bedeutung sein.

Vielleicht fragst Du jetzt: „Nicht vergleichen? Warum nicht? Ist es nicht sogar ein Zeichen von großer Sicherheit, wenn man einem Vergleich standhält?“ So könnte man denken…

Aber die **Wahrheit** ist eine andere. Wir können das sehr viel besser verstehen, wenn wir unsere evolutionäre Entwicklung betrachten. Vor vielen, vielen Jahren ging es vor allem darum, zu überleben. Dazu haben unsere Vorfahren sehr schnell erkennen müssen: *Wenn etwas so ist, wie es immer ist, dann ist es in Ordnung.*

Zum Beispiel das ruhige Gras – von dem ging keine Gefahr aus. Wenn etwas aber anders war, so gingen sofort Adrenalinstöße durch den Körper unserer Vorfahren. Der Kopf eines Tigers im hohen Gras – das war anders.

Alles, was anders war, musste sofort registriert werden; das war überlebenswichtig. Das, was so wie immer war, war im Verhältnis dazu unwichtig. Emotional zu sein bedeutete, sich sofort bewegen zu können. **Emotionen wurden zu Motionen:** *Diese Emotionen und Motionen sicherten unser Überleben.*

Wir sind auch heute noch diesen urzeitlichen Programmen unterworfen. Nach wie vor geht es ums Überleben (wenn auch eher im finanziellen Sinn.) Auch heute gilt: *Was anders ist, ist wichtig. Gleiches ist unwichtig.*

Und daraus folgt eben eine **wichtige Grundregel:** Betone niemals, dass du besser bist. Damit stellst du dich in eine Reihe von vielen anderen, aus der du ein wenig herauszuragen glaubst.

Im Grunde erbringst du aber den Beweis, dass du so ähnlich bist wie alle anderen. Das führt niemals zu einer Handlung. Niemals zu einer Emotion. Und schon gar nicht zu einer Entscheidung.

HAST DU FRAGEN?
MELDE SICH DIREKT
BEI MEINEM TEAM

WIE KANNST DU DIESE SCHRITTE SOFORT UMSETZEN?

NOTIZEN

#2. SCHRITT:

AUSSERGEWÖHNLICH, NICHT EXZELLENT.

GUTE LEISTUNG IST KEIN ERSATZ FÜR DAS AUSSERGEWÖHNLICHE. NUR DAS AUSSERGEWÖHNLICHE PRÄGT SICH EIN. NUR WER DIE DINGE AUSSERGEWÖHNLICH MACHT, WIRD GROSS.

In der Schule werden wir immer darauf getrimmt, exzellent zu sein. Und so denken viele Menschen, dass es völlig ausreicht, wenn ihr Auftreten oder das angebotene Produkt exzellent ist. Aber auch das ist eine Falle.

Wenn etwas exzellent ist, so ist das ein **Ausdruck von Qualität**. Qualität messen wir aber rational. Und damit tappen wir in die gleiche Falle, wie bei der Vernachlässigung des ersten Positionierungsgrundsatzes.

Und schauen wir auch hier wieder zurück in unsere **evolutionäre Vorgeschichte.** Derjenige, der etwas Außergewöhnliches entdeckte, der brachte alle anderen voran: Bist du jemand, der Menschen voranbringen möchte? *Positionierung hilft dir, den Unterschied zu machen.*

Rationales ist nur wichtig, um Entscheidungen zu rechtfertigen. Aber niemals, um sie zu treffen. Solange wir über Qualität nachdenken, können wir nicht wirklich entscheiden. Um entscheiden zu können, müssen wir die **emotionalen Bereiche unseres Gehirns** aktivieren.

Als **intelligente Wesen** fällt es uns sehr schwer, das zu glauben. Aber medizinische Messungen zeigen es ganz klar: *Solange die rationalen Teile des Gehirns eingeschaltet sind, kann die Testperson keinerlei Entscheidungen treffen.*

Sie kann nicht einmal zwischen Hamburger und Pizza wählen. Sie ist einfach völlig unfähig, eine Entscheidung zu treffen, solange die rationalen Strukturen aktiv sind. Ist das nicht unglaublich spannend? Wir sind und bleiben **emotionale Wesen!**

Jeder von uns kommt **regelmäßig in die Situation, anderen etwas verkaufen zu müssen:** Eine Idee. Einen Plan. Einen Änderungswunsch. Ein wichtiges Anliegen. Und da geht es lange nicht nur um berufliche Bereiche. Das gilt auch für unser Privatleben.

Wir alle kommen in die Situation, jemanden überzeugen zu wollen oder gar zu müssen. Und wenn wir schon jemanden überzeugen wollen, dann können wir es uns und dem anderen auch leicht machen: **Indem wir das Anderssein betonen und das Außergewöhnliche.**

Wir können unser Leben designen. Wir müssen nur wissen, wie das geht. Und die Positionierungsgrundsätze bilden die Basis dafür.

HAST DU FRAGEN?
MELDE SICH DIREKT
BEI MEINEM TEAM

WIE KANNST DU DIESE SCHRITTE SOFORT UMSETZEN?

NOTIZEN

#3. SCHRITT:

DER ERSTE SEIN.

„JE KLEINER DIE NISCHE,
DESTO LEICHTER IST ES, ERSTER ZU SEIN.“

Wenn wir anders und außergewöhnlich sind (statt besser oder exzellent sein zu wollen), können wir Erster sein. Sagen wir es ganz ausdrücklich: Wir können die Nummer eins sein.

Es ist der Weg von einer **Nische** in einen **neuen Markt**, den sonst so keiner kennt: *Der blaue Ozean steht für einen branchenfreien Raum und ist damit konkurrenzlos. Hier können wir unser Anderssein, unser außergewöhnliches Naturell, zur Geltung bringen.*

Und genau das ist der Vorteil des Ersten. Er gehört zu **keiner Branche** und er hat **keine Konkurrenz.** Sicherlich wird er im Erfolgsfall sehr bald Nachahmer finden: *Aber wer originell und außergewöhnlich ist, wird seinen Wettbewerbsvorteil fortsetzen.*

Wer eine **neue Nische** schafft bzw. eine **neue Kategorie** erfindet, erobert einen blauen Ozean. Oftmals lässt sich gar nicht klar sagen, welcher Branche die Tätigkeit einer neuen Kategorie zuzuordnen ist – und das ist sicherlich kein schlechtes Zeichen. Das Neue kann gerade darin bestehen, dass Elemente aus verschiedenen Branchen zusammengefügt werden.

Die Argumente für einen blauen Ozean sind relativ leicht verständlich. Einen blauen Ozean zu besitzen, ist für ein Unternehmen wie das Paradies: *Keine Konkurrenz, ein ständiger Kundenstrom … Wenn wir ehrlich sind: Ist das nicht genau das, wofür wir hart arbeiten?*

Bei der **Erschließung blauer Ozeane** geht es übrigens nicht um technologische Innovation. Es geht vielmehr um die Nutzen-Innovation. Wenn es eine neue Technologie gibt, so muss diese mit Elementen verknüpft sein, die dem Käufer wichtig sind. Das kann zum Beispiel eine Vereinfachung sein: Scheue Dich nicht, das bestehende Problem neu zu definieren.

Wenn du dich nun fragst, was das mit deiner **Sichtbarkeit** zu tun hat, dann kriegst du hier die Antwort: *Wenn wir immer sichtbarer werden wollen, dann empfehle ich dir, zunächst eine sehr konkrete Nische zu finden.*

Das ist gar nicht so schwer, wie du jetzt vielleicht glaubst: Auf unserem Seminar machen wir das in nur wenigen Schritten. Aus der spezifischen Nische können wir sogenannte Raving Fans erschließen: Das sind Menschen, die wirklich lieben, was du tust.

Die **Raving Fans** werden dich **automatisch bekannt machen**. *Erster zu sein, ist der leichteste Weg, um wahrgenommen zu werden und in Erinnerung zu bleiben.*

HAST DU FRAGEN?
MELDE SICH DIREKT
BEI MEINEM TEAM

WIE KANNST DU DIESE SCHRITTE SOFORT UMSETZEN?

NOTIZEN

#4. SCHRITT:

EINE NEUE KATEGORIE ERFINDEN.

DIE ZUKUNFT ERFINDEN ... REPARIERE, WAS NICHT KAPUTT IST.

Falls wir in unserem Gebiet nicht die Nummer eins sein können, kann es klug sein, eine **neue Kategorie zu erfinden.** Ich war nicht der erste Trainer überhaupt, aber in der neuen Kategorie Geldtrainer war ich der Erste.

Das stimmt natürlich nicht ganz. Es gab durchaus **Geldtrainer** vor mir. Die konnten sich aber nicht verkaufen und wurden darum nicht wahrgenommen. **Positionierung war der Schlüssel zu meinem weltweiten Erfolg.** Und der entscheidende Unterschied, der mich so bekannt gemacht hat.

Siehst Du, wie wichtig Verkauf ist? Reinhold Messner hat es einmal schön auf den Punkt gebracht: *„Wir müssen irgendwohin gehen, wo noch keiner vor uns gewesen ist."*

Wie entstehen solche neuen Kategorien? Nehmen wir das Beispiel Dr. Hirschhausen. Er ist Arzt und er hat **Humor** (finden jedenfalls viele). Das reichte für eine neue Nische. Oder Dr. Strunz. Auch Arzt und nebenbei Ironman. So wurde er der Fitnesspapst.

Bodo Schäfer: Trainer + Geld = Geldseminare und Geldbücher » neue Nische

Du erkennst das Muster? **Job + Hobby = Nische.** Wie einfach, nicht wahr? Aber es ist viel Weisheit und Mut erforderlich, um das zu erkennen.

Je besser es uns gelingt, die **Neuartigkeit unseres Gebiets** oder unserer Nische herauszustellen, desto weniger müssen wir im klassischen Sinne „verkaufen". Und jetzt müssen wir eigentlich nur wiederholen, was wir zum dritten Grundsatz gesagt haben.

In unserer neuen Kategorie sind wir der Erste: ***Der Erste wird wahrgenommen, man behält ihn im Gedächtnis. Erster sein macht bei anderen Emotionen frei. Das führt zu Handlungen, zu Entscheidungen, zu Kaufentscheidungen.***

Du siehst, die Lehren wiederholen sich. Aber nur, weil sie sich wiederholen, sind sie nicht weniger wichtig. Ganz im Gegenteil! **Wir revolutionieren unser Leben, wenn wir die Positionierungsgrundsätze beachten.**

HAST DU FRAGEN?
MELDE SICH DIREKT
BEI MEINEM TEAM

WIE KANNST DU DIESE SCHRITTE SOFORT UMSETZEN?

NOTIZEN

#5. SCHRITT:

BESSER SPITZ ALS BREIT.

JE GRÖSSER DAS ANGEBOT, DESTO SCHWERER IST ES, AUFMERKSAMKEIT ZU ERRINGEN, UND DESTO WENIGER GLAUBWÜRDIG BIST DU. SPITZ DRINGT BESSER IN DEN MARKT EIN – DAS IST EIN NATURGESETZ.

Wir alle tragen eine Vielzahl von Talenten in uns. Oft sind uns diese nicht direkt bekannt: Wir trauen uns einfach nicht, damit auf die großen Bühnen dieser Welt zu gehen. Doch tief in uns wissen wir, dass unser Leben mehr für uns bereithält.

Der **fünfte Positionierungsgrundsatz** hilft uns dabei zu verstehen, dass wir uns auf das konzentrieren müssen, was wir besonders gut können. Wenn wir viel wollen, dann müssen wir in die **Sichtbarkeit** treten mit dem, **was den Unterschied machen.**

Je größer das Angebot, desto schwerer ist es, Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen. Außerdem gilt: Wer viel kann, ist unglaubwürdig.

Besser spitz statt breit gilt für den kalten Markt. Für die Menschen, die dich nicht kennen. Im **warmen Markt**, also bei den Menschen, die du gut kennst, kannst du ruhig deine Fähigkeiten erklären. Aber um in den **kalten Markt** zu kommen, brauchen wir einen spitzen „Türöffner".

Spitz ist einfach, und alles Einfache können wir emotional leicht erfassen. Darum ist spitz duplizierbar. Wir können sehr schnell entscheiden, ob es uns gefällt oder nicht. Und darum können wir es im ersten Fall auch weiterempfehlen.

Bei einem **breiten Angebot** geht das nicht. Ein breites Angebot können wir nicht einfach emotional erfassen. Darum können wir etwas Kompliziertes auch **nur schwer kommunizieren:** *Breite Systeme sind kompliziert und insofern kaum auf den Punkt zu bringen.*

Halten wir fest: Spitz ist emotional, breit ist intellektuell. Du erinnerst dich: Alles Emotionale führt zur Handlung. Zur Entscheidung.

Breites führt zum Überlegen und lässt uns im Stillstand verharren. Übrigens sollten wir deswegen auch möglichst alles, was mit unserem Beruf zu tun hat, ganz einfach formulieren.

So einfach, dass es ein Zwölfjähriger versteht. Nur einfache Sprache ist emotional. Je mehr Beispiele wir dabei benutzen können, umso besser.

Wenn wir wirklich in die Sichtbarkeit treten wollen, dann müssen wir unsere Kernfähigkeiten vermarkten: *Das sind die Dinge, die uns besonders leicht fallen – obwohl sie für andere schwer sind.*

HAST DU FRAGEN?
MELDE SICH DIREKT
BEI MEINEM TEAM

WIE KANNST DU DIESE SCHRITTE SOFORT UMSETZEN?

NOTIZEN

#6. SCHRITT:

EIN GRUNDBEDÜRFNIS WÄHLEN, KEIN BESONDERES VERFAHREN.

WER SICH AUF GRUNDBEDÜRFNISSE SPEZIALISIERT, VERTRITT DIE INTERESSEN DER KUNDEN UND WIRKT UNABHÄNGIG: WER SICH AUF EIN VERFAHREN VERLÄSST, LEBT GEFÄHRLICH UND IST NICHT OBJEKTIV.

Verfahren veralten, Grundbedürfnisse bleiben bestehen. Wir sollten alle technischen Hilfsmittel benutzen, die uns zur Verfügung stehen: *Wenn wir uns auf ein Grundbedürfnis konzentrieren, wirken wir souveräner und unabhängiger.*

Wir vertreten dann die Interessen unserer Kunden und nicht die Interessen irgendeines Herstellers oder die eigenen. Dafür müssen wir kommunizieren: *Was haben die Menschen davon, wenn sie uns zuhören? Und was kann ich durch diese Sichtbarkeit erreichen?*

Wir können uns leicht in ein **besonderes Verfahren** verlieben. Und wir können von den Ergebnissen dieses Verfahrens oder Produktes so überzeugt sein, dass wir den Menschen aus den Augen verlieren.

Das aber wäre fatal. Unter anderem, weil sich **Verfahren ständig verändern**. Der Kapitalismus erneuert sich immer wieder. Er zerstört und erschafft Neues. Man nennt das **kreative Zerstörung.**

Daraus ergibt sich die erste Lehre: *Wir müssen bereit sein, unser eigenes Modell immer wieder infrage zu stellen. Wir müssen auch bereit sein, dieses System – und wenn es noch so erfolgreich ist – zu zerstören. Ja, es regelrecht zu zerstören. Wir müssen es zerstören, bevor die Konkurrenz es tut.*

Das ist ein ganz wichtiger Punkt: Beachte nicht nur das Grundbedürfnis des Menschen, der dir zuhört. Sondern überlege auch, nach welchen Grundbedürfnissen andere suchen, die dir zuhören sollten. Also dich wahrnehmen sollten.

Überlegen wir einmal, was das für mich und meine Tätigkeit bedeuten könnte. Es gibt kein Grundbedürfnis, das da hieße: Bodo Schäfer zuhören. Alles, was ich anbiete, sind Verfahren.

Aber warum kommen all die vielen Menschen zu meinen Seminaren, warum lesen sie meine Bücher, nutzen mein Coachingprogramm? Weil sie bestimmte Bedürfnisse befriedigen wollen: *Das Bedürfnis nach (finanzieller)*

Freiheit. Das Bedürfnis, konstant zu lernen und zu wachsen. Das Bedürfnis nach Sicherheit (das Geld in Maßen auch stillt). Das Bedürfnis nach Bequemlichkeit.

Wir haben ein **sehr viel bequemeres Leben,** wenn wir gewisse Dinge nicht selbst machen müssen. Wir müssen sie deshalb nicht selbst machen, weil wir andere dafür bezahlen:
Wir haben mehr Freiheit. Mehr Anerkennung.

WIE KANNST DU DIESE SCHRITTE SOFORT UMSETZEN?:

NOTIZEN:

#7. SCHRITT:

KLEINE ZIELGRUPPE.

BILDE DEIN GESCHÄFT NICHT UM DIE KUNDEN HERUM, DIE DU BEREITS HAST, SONDERN BILDE DEIN GESCHÄFT SO, DASS DU DIE KUNDEN ANZIEHST, DIE DU GERNE HABEN MÖCHTEST.

Nehmen wir ein **besseres Wort** als Zielgruppe, nämlich **Interessengruppe**: Welche Menschen haben Interessen, die fu befriedigen kannst? Aber bevor wir uns näher mit dieser Frage beschäftigen, sollten wir uns eine Grundsatzfrage stellen. Nämlich: *Wen mag ich wirklich?*

Es ist doch so, dass wir die meiste Zeit unseres Alltags arbeiten. Zumindest die meisten Menschen tun das: **Wenn Du die meiste Zeit deines Tages arbeitest, dann ist es doch wichtig, dass du dich in dieser Zeit mit Menschen umgibst, die du magst.** Damit du Lebensqualität hast. Damit dein Leben Spaß macht.

Und es ist auch so, dass du Kunden **nur dann wirklich etwas Gutes tust, wenn du sie magst.** Und dass du deinen Job nur dann wirklich gut machst, wenn du deine Kunden magst.

Darüber hinaus funktioniert dieser Grundsatz aber auch unglaublich gut: ***Je kleiner unsere Zielgruppe ist, desto erfolgreicher sind wir.***

Wir fragen uns: Wen mag ich wirklich? Und dann finden wir heraus, welche Bedürfnisse diese Menschen haben. Fassen die Bedürfnisse in Interessen zusammen. Machen ein **klares Versprechen:** *Ich kann deine Bedürfnisse erfüllen. Ich kenne deine Interessen und deine Bedürfnisse und kann sie befriedigen.*

Positionierung hat sehr viel mit **Nein-Sagen-Können** zu tun. Wir müssen wissen, welche Kunden wir wollen und welche wir nicht wollen. Und diejenigen, die wir nicht wollen, müssen wir ablehnen können. Nein sagen ist unglaublich wichtig. Nur ängstliche Naturen schaffen das nicht.

Denn wenn wir jemanden mögen, dann wollen wir die Leistung für ihn so gut wie möglich machen. Wir wollen die Leistung immer wieder verbessern. Wir wollen über uns selbst hinauswachsen … Nicht nur, weil wir Profit machen wollen. Das sicher auch. Aber in erster Linie, weil wir die Menschen mögen.

Wir müssen lernen, uns auf einen Idealkunden zu konzentrieren: Wir dürfen den Fokus nicht verlieren. Wer alle Hasen einfangen will, der fängt am Ende des Tages wahrscheinlich gar keinen.

Sich auf den idealen Kunden zu konzentrieren, ist ein Stück Lebenstüchtigkeit.

HAST DU FRAGEN?
MELDE SICH DIREKT
BEI MEINEM TEAM

WIE KANNST DU DIESE SCHRITTE SOFORT UMSETZEN?

NOTIZEN

#8. SCHRITT:

LÖSE FÜR ANDERE EIN PROBLEM.

JE GRÖSSER DAS PROBLEM, DESTO STÄRKER DER WUNSCH DES KUNDEN, EINEN WIRKLICHEN SPEZIA- LISTEN ZU FINDEN. ÜBERLEGE, WELCHES BEDÜRFNIS DU BEFRIEDIGST, WENN DU DAS PROBLEM LÖST.

Wir können gar nicht genug betonen, wie wichtig es ist, dass wir uns zunächst mit uns selbst beschäftigen. Wenn wir wissen, was wir besonders gut können und wem wir helfen wollen, *dann müssen wir die Probleme dieser Menschen verstehen, um Lösungen zu stiften.*

Die meisten Menschen gehen ganz anders an ihre Arbeit heran. Sie betrachten die Tätigkeit, die sie gerade ausüben, und überlegen dann, wen sie zusätzlich als Kunden gewinnen können. Das ist **nicht der Weg zum Glück.** Es ist auch **nicht der Weg zum Geld.**

Viel wichtiger ist: Welche Probleme haben diese Menschen? Natürlich geht es hier um Probleme in Bezug auf unsere Fähigkeiten, in Bezug auf das, was wir gerne tun und können.

Welche Probleme also haben diese Menschen?
Und welches Bedürfnis wird dadurch befriedigt, wenn dieses Problem gelöst wird?

Am besten fragen wir unsere Kunden: „Was hast du davon, wenn dieses Problem gelöst wird?“ Und dann: „Und was hast du davon?“ Frage immer wieder nach, um am Ende zu dem Grundbedürfnis zu gelangen.
Denn Menschen wollen keine Probleme lösen, das denken sie nur. Sie wollen in Wahrheit ein bestimmtes Grundbedürfnis befriedigen. Oder mehrere …

Du hast jetzt die Wahl, ob du dich auf größere oder kleinere Probleme konzentrierst. Je größer das Problem, auf das du dich spezialisierst, umso besser wirst du bezahlt. Aber suche **nicht nur deshalb ein größeres Problem heraus, weil du dann besser verdienen würdest.** Folge deinen Talenten und deiner Leidenschaft.

Die wichtige Botschaft: *Du musst die Probleme nicht allein lösen.*

Experten wollen alles allein schaffen. Sie sind das System. Unternehmer denken jedoch ganz anders: *Sie wollen ein einfaches System schaffen, mit dem ein bestimmtes Level gewährleistet wird.*

Ein Level, auf dem die Probleme gelöst werden. Unternehmer fragen: Wo finde ich Mitarbeiter? Wie stelle ich sie ein? Wie kann ich Mitarbeiter binden?

Wenn dich dieses Thema interessiert, dann empfehle ich dir, mit einem meiner **Berater** zu sprechen. **Wir haben ein einzigartiges Coaching-System geschaffen, das es dir ermöglicht, eine profitable Organisation zu schaffen, die ohne dich funktioniert.**

HAST DU FRAGEN?
MELDE SICH DIREKT
BEI MEINEM TEAM

WIE KANNST DU DIESE SCHRITTE SOFORT UMSETZEN?

NOTIZEN

#9. SCHRITT:

REDE DARÜBER.

DU MUSST AUF DICH AUFMERKSAM MACHEN. POSITIONIERUNG BEDEUTET NICHT NUR, SEINE GENAUE POSITION ZU KENNEN, SONDERN AUCH, SIE ANDEREN MITZUTEILEN – DEUTLICH UND KLAR.

Rede drüber. Klingt einfach, oder? Ist es auch. Die Grundsätze sind dir bekannt: **Wir müssen andere auf unser Produkt aufmerksam machen.** Dann nutzen wir die Speerspitze, die anders ist, und wir sollten möglichst darin der Erste sein.

Vielleicht fällt dir in diesem Moment wieder das **Zitat von Arnold Schwarzengger** ein. Wie du bereits weißt, war der Moment, in dem ich diese Worte hörte, sehr entscheidend für meinen heutigen Erfolg: *„Man kann die beste Arbeit abliefern, doch wenn die Leute nicht davon erfahren, ist alles umsonst."*

Dieser Grundsatz ist von fundamentaler Bedeutung, aber er gerät leicht in Vergessenheit. Unser Ziel muss es sein, unsere **Speerspitze einer breiten Öffentlichkeit bekannt zu machen.** Und das entscheidet dann über die wirtschaftliche Verwertbarkeit deiner Position.

Erinnerst du dich, was wir bisher über **deine Zielgruppe** gesagt haben? Das sind die **Menschen, die du wirklich magst**. Die du gern hast. Für die du gerne eine hervorragende Leistung erbringst, weil du diese Menschen schätzt. Und weil du sie so sehr schätzt, beobachtest Du sie genau und kennst sie daher ziemlich gut: *Du kennst deren Probleme und Bedürfnisse. Und du hast gelernt, diese Probleme zu lösen.*

Setze deine Speerspitze möglichst so ein, dass viele Menschen auf dich aufmerksam werden. Viele, die das mögen, was du tust.

Wie habe ich das gemacht? Ich habe ein **Buch geschrieben** und damit eine recht große Zielgruppe erreicht. Dann habe ich Audio-Kurse herausgegeben und damit innerhalb meiner großen Zielgruppe eine kleinere Zielgruppe angesprochen: *Diesen Menschen habe ich meine Seminare empfohlen, und wieder war die Gruppe kleiner.*

Erkennst du jetzt einen weiteren Grund, warum es so wichtig ist, wirklich jeden Tag deine Speerspitze zu verkaufen? Wie willst du sonst eine so große Zielgruppe auf dich aufmerksam machen ...

All das ist ziemlich speziell, aber auch ungemein erfolgreich. Mein Vorschlag: Überlege jeden Tag fünfzehn Minuten, ob deine Speerspitze optimal ist, oder ob du sie noch weiter verbessern kannst. Und dann sprich 45 Minuten lang über deine Speerspitze.

Und wenn du keine hast? So gilt ganz einfach der Nike-Grundsatz: „Just do it". Besuche mein Seminar „Sogmarkteing durch Positionierung" und lass uns gemeinsam deine Speerspitze finden.

Kurz und knapp: Sprich jeden Tag über das, was dir wirklich am Herzen liegt.

HAST DU FRAGEN?
MELDE SICH DIREKT
BEI MEINEM TEAM

WIE KANNST DU DIESE SCHRITTE SOFORT UMSETZEN?

NOTIZEN

#10. SCHRITT:

BESTIMME DEN PREIS.

EXPERTEN KÖNNEN DEN PREIS BESTIMMEN. WER NICHT ANDERS IST, MUSS EINEN GNADENLOSEN PREISWETTBEWERB MITMACHEN.

Am Ende müssen wir uns immer fragen, welchen Preis wir zahlen wollen für das Leben, das wir führen wollen. Die Entscheidung liegt immer in unserem Handeln.

Alles ist einem **ständigen Wandel** unterworfen: Sei es in der Natur, in der Entwicklung und natürlich auch in unserer Arbeitswelt. Nur durch Positionierung werden wir gesehen: *Es ist das System, das wir als Erfolgshebel nutzen können, um wirklich sichtbar zu werden.*

Wie viel bist du Wert? Dein Selbstbewusstsein spiegelt sich immer auch auf deinem Bankkonto: *Das klingt hart, aber ich bin der festen Überzeugung, dass Geld in unser Leben strömen muss, wenn wir uns trauen, wirklich sichtbar zu werden.*

Indem wir durch Positionierung unsere Kräfte und Mittel an den entscheidenden Stellen einsetzen, ergeben sich klare Vorteile:

» **Mehr Zeit** für das Wesentliche im Beruf: Du konzentrierst deine Kraft auf bestimmte Bereiche und tust gezielt das, was du kannst und magst und womit du anderen Nutzen bringst.

» **Mehr Einkommen:** Mindestens 100 Prozent mehr in drei Jahren; bei idealer Positionierung mindestens 300 Prozent mehr!

» **Mehr Freizeit:** Du hast dann die Möglichkeit, dich den Dingen zu widmen, die dir besonders am Herzen liegen.

» **Dein Selbstvertrauen** wächst ebenso wie Deine Persönlichkeit. Ein Mensch wird etwas durch sein Werk. Bestenfalls schreibst du ein Buch.

» **Du er-lebst deine Arbeit** (und dein Leben insgesamt) als sinnvoll.

» **Du entkommst dem ungesunden Verdrängungswettbewerb.**

Wer sich für ein Leben ohne Positionierung entscheidet, der wählt fast immer automatisch den Wettbewerb. Werde wirklich sichtbar durch deine ideale Positionierung.

Frage dich: Willst du im roten Ozean schwimmen und mit der Zeit untergehen? Oder willst du einen blauen Ozean erschließen, um dauerhaft zu überleben?

Ich lade dich ein, mit mir gemeinsam an deiner Positionierung zu arbeiten: *Willst du meine Einladung annehmen?*

Komm zum Seminar „Sogmarketing durch Positionierung“ und **mache aus deinem Leben ein Meisterwerk** 😊.

HAST DU FRAGEN?
MELDE SICH DIREKT
BEI MEINEM TEAM

WIE KANNST DU DIESE SCHRITTE SOFORT UMSETZEN?

NOTIZEN