

DIE 5-SCHRITTE- ANLEITUNG, WIE DU DEIN BUSINESS KLAR UND WIRKUNGSVOLL AUSRICHEST

Wenn du es nicht dem Zufall überlassen möchtest, welche Sichtweise die Menschen auf deine Marke, auf dein Produkt oder auf dein Business-Angebot haben, dann musst du da ansetzen, wo du die größte Wirkung erzielen kannst: bei der Art und Weise, wie du dich ausrichtest und der Welt zeigst. Denn so, wie du dich und dein Business im Innen aufstellst und positionierst und so, wie du es über deine Kommunikation nach draußen bringst – genau so werden dich die Menschen auch wahrnehmen.

Merk dir dafür den folgenden Satz: Jede Meinung, die wir uns bilden, jede Einstellung, die wir annehmen, und jede Bewertung, die wir fällen, beginnt mit dem, was wir wahrnehmen. Alles, was du sagst – egal, ob es stimmt oder nicht –, kommt bei deinem Gegenüber, bei deinem Interessenten, Konsumenten, Follower oder Kunden, erst einmal als eine reine Behauptung an. Es liegt ganz bei dir, ob du seine getroffene Annahme überprüfst und ihm Beweise für die Richtigkeit lieferst, ob du seine Sichtweise unter Umständen korrigierst oder aber, ob du ihn sich selbst und seiner Interpretationsfähigkeit überlässt... Wenn du dich mit deinem Soulbusiness klar, emotional und nachvollziehbar ausrichtest und dir eine



Kommunikation erschaffst, die all das im Außen darstellt, dann wirst du die Menschen nicht nur auf Gefühlsebene abholen, sondern auch auf der rational gesteuerten Ebene – den Part im Gehirn, der überprüft, ob das Gehörte und Gesehene glaubhaft und so ein möglicher Kauf, Follow oder einer Kontaktaufnahme logisch gerechtfertigt ist.

Wenn du selbstständig oder freiberuflich bist und / oder dein eigenes Business hast, wird dir der Begriff „Positionierung“ mit Sicherheit schon einmal begegnet sein. Dich zu positionieren, dich mit deiner Arbeit, deinem Angebot und deiner Idee auszurichten, um von anderen Menschen (wieder)erkannt und zugeordnet zu werden, ist ein ganz wesentlicher Bestandteil beim Aufbau eines erfolgreichen Business. Denn nur, wenn die Menschen wissen, wofür du stehst und wofür du nicht stehst, können sie entscheiden, ob du ihnen bei ihrer Herausforderung weiterhelfen kannst.

In dem folgenden Artikel zeige ich dir, wie du dich mit einem rational-emotionalen Ansatz in 5 einfachen Schritten mit deiner Marke, deiner Arbeit oder deiner Business-Idee klar und wirkungsvoll ausrichten kannst.

Die Angst davor, dich festzulegen



Viele Soulbusiness Starter, aber auch Unternehmer, die schon länger am Markt sind, scheuen sich davor: Mit ihrem Business eine klare Position zu beziehen. Denn, wenn ich sage, dass ich für diese Sache stehe, aber für diese Sache nicht. Dass ich diese Dienstleistung anbiete, aber diese nicht. Dass meine Arbeitsweise so ist, aber nicht so. Dass ich mit diesen Menschen arbeite, aber mit diesen nicht. Immer dann, wenn ich mich einer Sache zuwende – und damit konsequenterweise von etwas abwende -, immer dann könnten sich ja Menschen ausgeschlossen fühlen. Dann könnte ich ja potenzielle Kunden abstoßen. Dann könnte ich Projekte verlieren... Ja und nein. Wenn du dich klar positionierst und es auch genau so nach draußen kommunizierst, werden die Menschen sofort und auf den ersten Blick verstehen, wer du bist, was du kannst und anbietest und wofür du brennst – und, ob du mit deiner Arbeit, deiner Philosophie, deinem Angebot und deiner Persönlichkeit zu ihnen passt oder nicht. Und das ist gut. Warum? Wenn sie entscheiden, dass du nicht das passende Angebot für sie hast. Dass du Werte vertrittst, wie beispielsweise Commitment oder dass du nicht 24 Stunden am Tag verfügbar bist oder Veränderungsbereitschaft als Voraussetzung für eine Zusammenarbeit,

Werte, die sie nicht teilen und auf die sie sich nicht einlassen wollen. Dass du so, wie du bist – sehr offen oder eher introvertiert, groß denkend oder detailverliebt -, dass diese Eigenschaften nicht zu ihren Eigenschaften passen. Aber: Wenn du nicht zu ihnen passt, passen sie auch nicht zu dir – macht Sinn, oder? Wenn du aufhörst, wie ein Fähnchen im Wind zu wehen, es jedem recht machen zu wollen und auf jeder Hochzeit tanzen zu wollen, tanzt du am Ende auf keiner so richtig...

Nothing last forever: Deine Positionierung ist wie deine Meinung – du darfst sie ändern



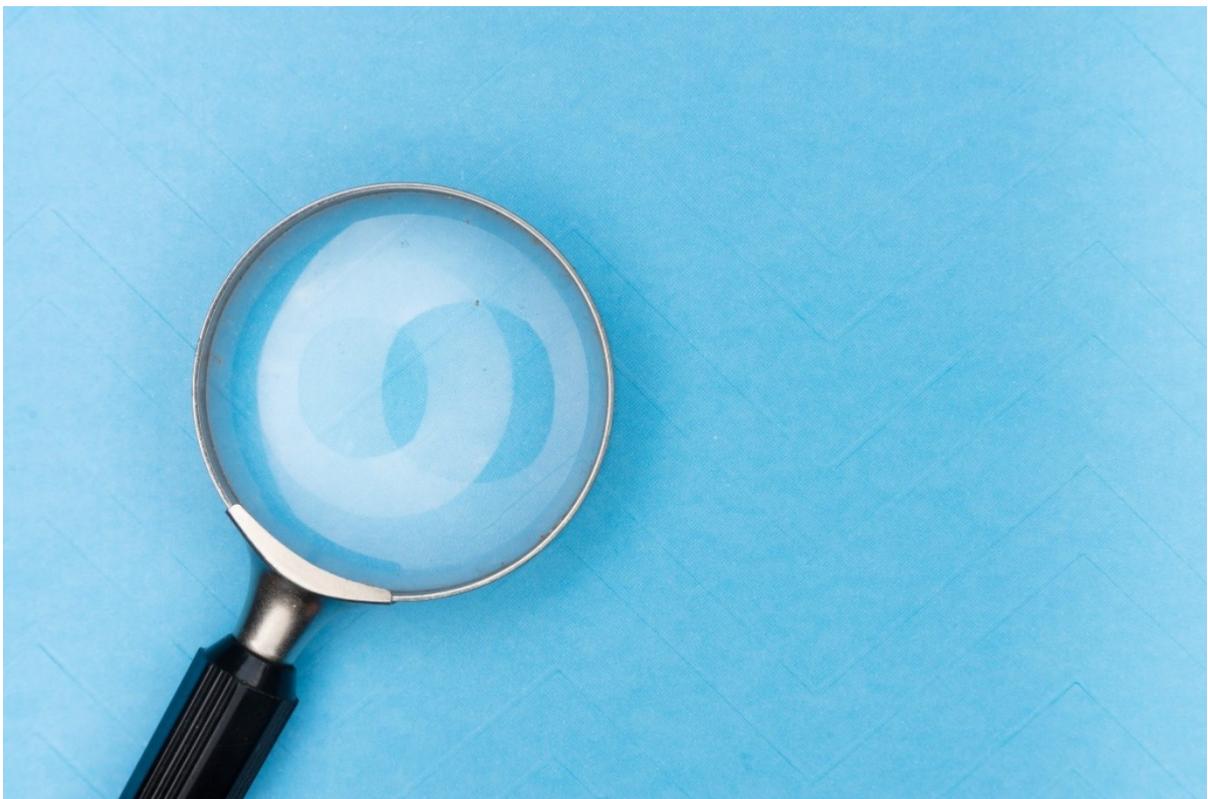
Wenn du dich dazu entscheidest, dich mit deinem Soulbusiness, deiner Idee oder deinem Projekt zu positionieren, erschaffst du eine individuelle Außendarstellung, die dir Aufmerksamkeit und Wiedererkennbarkeit schenkt. Und / aber: Diese Haltung darfst du im Laufe der Zeit verändern und anpassen – wenn du dich weiterentwickelt und neue Erkenntnisse



gesammelt hast, wenn du eine neue Leidenschaft ausleben möchtest, wenn sich im Außen neue Umstände ergeben haben. Dein Business, deine Regeln! Natürlich bedeutet das nicht, dass du jeden Monat neu entscheiden solltest, für welche Themen, Werte, Angebote und Menschen du stehst und arbeitest. Manche Ideen dürfen erst mal reifen und wachsen und natürlich ist es nicht sinnvoll, das Vertrauen und die Glaubwürdigkeit, die du mit einer stringenten Ausrichtung und Kommunikation aufgebaut hast, in einem unbedachten Moment einzureißen. Denn das solltest du nie vergessen: Wenn du eine Position beziehst und dich in eine Richtung bewegst, zeigst du damit, dass du selbstbewusst und mutig bist und Leadership-Qualitäten besitzt. Überleg mal, wie du dich fühlst, wenn ein Unternehmen, das du magst, oder eine Person des öffentlichen Lebens wie Musiker oder Politiker von heute auf morgen ihre Meinung ändern, beispielsweise zum Thema Umweltschutz. Wenn dieser Wechsel nicht klar nachvollziehbar ist oder, noch gravierender, sich von Tag zu Tag wieder ändert, verliert diese Person an Glaubwürdigkeit, Respekt, an Vorbildfunktion und Verlässlichkeit. Jeder von uns hat es schon erlebt: Es gibt nichts Anstrengenderes als eine Person, auf die man sich nicht verlassen kann, weil sie dir heute ihre Unterstützung zusagt, nur, um dir Morgen wieder abzusagen...

„Mein Business positionieren“: Was es ist und was es nicht ist

Stell dir mal vor, du hast dich dazu entschieden, dich klar auszurichten und zu positionieren und bist voll motiviert, jetzt gleich damit zu starten – wo fängst du am besten an? Was ist eigentlich eine Positionierung und was ist sie nicht?



Der Werber David Ogilvy hat es mal so schön formuliert:

„Positionierung ist das, was das Produkt leistet und für wen.“
David Ogilvy

Es bedeutet, dass es in einer Positionierung nicht darum geht, was ein Produkt ist, sondern dass es immer um den Mehrwert geht, den ein Produkt, ein Angebot oder eine Marke für einen anderen Menschen hat. Im Prinzip geht es um das fokussierte und klare Herausstellen deiner Stärken. Und das hat zwangsläufig zur Folge, dass du dich von Menschen mit einem ähnlichen oder gleichen Business-Konzept differenzierst.



Wenn du mit deiner Business Positionierung oder mit der Positionierung für deine Business Idee starten möchtest, solltest du dir erst mal einmal sehr klar darüber werden, was deine Idee / dein Produkt / dein Angebot *leistet* und für *wen*. Du musst also dein Angebot und die Menschen, die du damit erreichen möchtest – deine Personas oder Zielgruppe – sehr genau kennen (lernen).

5 Dinge für eine klare und wirkungsvolle Ausrichtung, über die du dir bewusst werden solltest

1. Deine Wunschzielgruppe

Mach dir klar, wen du mit deiner Idee, mit deinem Soulbusiness und mit deinem Angebot erreichen möchtest. Wer sind diese Menschen? Wie kannst du sie beschreiben und in eine Gruppe (Zielgruppe) zusammenfassen? Was sind ihre täglichen Herausforderungen und Probleme – womit struggeln sie explizit, wenn es um dein Expertenthema geht? Wie würden sie es beschreiben, wenn sie mit Freunden darüber sprechen würden? Und wo halten sie sich oft auf – online und offline – und wie und wo, über welche Kanäle, kannst du sie erreichen?



2. Dein emotionales Versprechen

Tauche mit deinem neuen Wissen jetzt ein in die Art und Weise, wie du deine Informationen am besten verpacken und vermitteln solltest. Neueste Erkenntnisse aus der Hirnforschung belegen, dass Menschen Entscheidungen emotional treffen und diese Entscheidungen dann rational begründen. Du kannst also die größte Wirkung entfalten, wenn du deine Inhalte emotional und rational auflädst. Frag dich dafür zuerst, welches emotionale Versprechen du den Menschen mit deinem Angebot gibst. Lege deinen Fokus dafür auf die Bedürfnisse und Sehnsüchte deiner Wunschkunden und wie diese sich erfüllen können.



3. Der rationale Nutzen

Du weißt jetzt, worauf du den Fokus legen solltest, wenn du die Emotionen deines Gegenübers erreichen möchtest. Damit deine Botschaften ihre volle Wirkung entfalten können, ist es ganz entscheidend, dem Gehirn auch die rationale Komponente zu liefern, damit deine Wunschkunden ihre Euphorie für dich und dein Angebot auch logisch begründen können (ganz wichtig: der sachliche Aspekt kommt, genau wie der emotionale Part, tatsächlich immer zum Tragen – ganz egal, in welchem Markt du unterwegs bist). Die Frage, die du dir dafür stellen solltest, ist: Wie kannst du den emotionalen Mehrwert (Beispiel: „Mehr Kunden und mehr Umsatz durch besseres Marketing“) mit nachweisbaren Fakten belegen (rationale Nutzen)? Warum kann deine Arbeit oder dein Angebot das erreichen, was du mit deinem emotionalen Versprechen in Aussicht gestellt hast? Du kannst dafür beispielsweise auf zufriedene Kunden verweisen oder sie zitieren. Du kannst auf erwähnen, welche Ausbildung, Weiterbildungen oder Qualifikationen du in deinem Expertenthema bereits genießen durftest.



4. Dein „Reason Why“

Wenn du die Frage nach dem Nutzen (emotional und rational) geklärt hast, geht es um die Frage, warum dein Angebot besser ist als das der Wettbewerber und warum sich die Menschen für dich entscheiden sollte („Reason Why“). Hier kannst du natürlich Aspekte aus Punkt 2 und 3 aufgreifen, aber du kannst hier noch etwas größer denken: Gibt es einen Aspekt an dir, deiner Arbeit oder deinem Angebot, das es besonders macht? Es muss nicht einzigartig (USP – Unique Selling Point) sein, aber bestimmt findest du in deinem emotionalen Versprechen an deine Kunden oder im rationalen Nutzen einen Aspekt, den viele andere am Markt auch genau so anbieten, bei dem du aber eine Besonderheit zu bieten hast. Das kann alles sein, von Service, Philosophie, einem speziellen Ansatz, einen bestimmten Kunden für den du gearbeitet hast oder einen Job (vielleicht hast du schon ein Buch zu deinem Thema veröffentlicht) oder du warst bei einer bekannten Person in der Ausbildung?





5. Deine Sprache & Tonalität

Wenn du Punkt 1 bis 4 für dich geklärt hast, kannst du jetzt herausfinden, wie die Sprache klingen soll, mit der du mit deinen Kunden kommunizieren möchtest (deine Tonalität). Dieser Punkt hängt ganz eng zusammen mit Punkt 1 und den Fragen, welche Menschen du erreichen möchtest, wie sie sprechen und welche Sprache / Worte / Inhalte sie gerne hören und leicht verstehen können. Mögen sie lieber eine ernste oder eine lockere Kommunikation? Sind sie offen für Witze und Augenzwinkern? Natürlich muss dieser Style auch zu dir und deinem Thema passen. Ganz wichtig: Die Tonalität, die du wählst, kann auch zu deinem Wiedererkennungsmerkmal werden!

Loving
capable
kind
worthy
giving
beautiful

Gibt es dein Business schon länger und du willst mit der Positionierung nicht bei 0 starten? Dann fang am besten mit einem IST-SOLL-Vergleich an: Frage dich dafür, wie du gerne wahrgenommen werden möchtest und male dieses Bild in den buntesten Farben (SOLL). Für den Abgleich kommen deine bisherigen Kunden ins Spiel: Finde heraus, wie sie aktuell über dich denken und dich wahrnehmen. Denn so, wie der Kunde über dich denkt und spricht, resultiert daraus, wie er dich wahrnimmt. Und das ist der Spiegel deiner aktuellen Kommunikation und der dahinter liegenden Ausrichtung. Ganz spannender Punkt: Vielleicht ist auch deine Positionierung schon super, aber es hakt an deiner Kommunikation. Oder deine Kommunikation ist toll, aber ohne klare Positionierung inhaltslos. Die



Ausrichtung deines Business und deine Kommunikation für dein Business müssen identisch sein, damit du die volle Wirkung erzielen kannst.





Fang heute damit an, dich mit deinem Business klar und wirkungsvoll auszurichten!

Was du brauchst, ist oft gar kein riesiges Budget, eine seitenlange Strategie oder eine Neu-Positionierung. Was du brauchst, ist (d)eine Vision und der erste Schritt. Wir unterschätzen so oft, welche Auswirkungen die oft zitierten Baby Steps haben können. Also – wann fängst du an, die Kraft deiner Kommunikation und Sprache für deine Projekte, deine Arbeit und deine großen Visionen zu nutzen?

Übrigens, dein Business klar und kraftvoll auszurichten und diese Positionierung in deiner Kommunikation nach außen zu spiegeln, ist einer [meiner 4 magischen Bausteine aus meinem Coaching-Konzept](#). Wenn du dir Unterstützung dabei wünschst, schreib mir gerne eine Nachricht.

Meine „Magic 4“ im Überblick:

1. BRAND IDENTITY und wie du...

- Deine Markenelemente aufbaust und in die Außendarstellung integrierst
- einen Expertenstatus in deiner Branche etablierst
- Wiedererkennungswert, Vertrauen und Glaubwürdigkeit bei deiner Zielgruppe aufbaust oder steigert

2. POSITIONIERUNG und wie du...

- eine für dich passenden Positionierung aufbaust
- deine richtige Zielgruppe definierst
- dich als klare als Go-to-Lösung für spezifische Bedürfnisse ausrichtest



3. COPYWRITING und wie du...

- Botschaften formulierst, die klar und prägnant sind und zum Handeln motivieren
- Texte verfasst, die überzeugen und Aufmerksamkeit erregen
- passende Wörter und Begriffe findest, die zu dir, deinem Thema und deiner Zielgruppe passen

4. STORYTELLING und wie du...

- effektiv hochwertigen Content für dein Thema und deine Expertise entwickelst, der Emotionen weckt
- die Kraft von Geschichten für dich nutzt, um Vertrauen aufzubauen und deine Botschaften zu vermitteln
- immer spannende Inhalte für dein Thema findest, so dass dir nie der Erzählstoff ausgeht

Lass uns deiner Vision deine Stimme schenken!



Deine Lisa ♥

Lisa Sofie Mros

MINDFUL COMMUNICATION COACHING & CONSULTING



Folge Lisa Sofie Mros auf

Instagram @lisasofie.mros

Facebook @lisasofiemros

Podcast Give Your Vision Your Voice auf iTunes

Bei Fragen kannst du uns gerne jederzeit über das Kontaktformular auf der Website schreiben.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung, sind der Autorin des Worksheets vorbehalten. Kein Teil des Worksheets darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein andere Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung der Autorin reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Geräte gespeichert werden, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Fotografien

Lisa Sofie Mros

www.unsplash.com

Texte

Lisa Sofie Mros

LISA SOFIE MROS | LISASOFIEMROS-COMMUNICATIONS.COM