

Positionierung: Wunschkunden

Zusammenfassung der Sitzung

In der 2. Sitzung haben wir uns weiterhin mit dem Thema „Positionierung“ beschäftigt. Wir fokussierten uns dabei auf die dritte Phase der EKS-Strategie: Deine Wunschkunden kennenlernen. Die vorgestellten Modelle (Limbic Map, Sinus Milieus, Archetypen, Spiral Dynamics, Enneagramm) helfen Dir dabei Gemeinsamkeiten Deiner Wunschkunden ausfindig zu machen.

Hausaufgaben

☐ Beschäftige Dich weiterhin mit Deinen Wunschkunden. Falls Du Personen in Deinem Umfeld kennst, die intuitiv auf Dein Raster Deiner Wunschkunden zutreffen, dann befrage auch diese.

Definiere Deine Wunschkunden:

Welche Eigenschaften haben meine Wunschkunden gemeinsam?

Welche Ziele haben meine Wunschkunden gemeinsam?

Welche Werte haben meine Wunschkunden gemeinsam?

Welche Visionen haben meine Wunschkunden gemeinsam?

Wo halten sie sich wann häufig auf?

Wie gestalten sie ihren Tag?

Welche Webseiten besuchen sie?

Welche Medien nutzen sie?

Wie kann ich meine Wunschkunden erreichen?

Könnte ich über eine Kooperation an meine Wunschkunden herankommen?

Wie groß soll später mal meine Zielgruppe sein?

☐ Überlege Dir ein Geschenk (eine kostenlose Dienstleistung oder Produkt) welches alle Deine Wunschkunden gleichermaßen begeistern würde:

☐ Hast Du Dich den anderen Teilnehmern im Forum schon vorgestellt? Falls nicht, besuche das Forum „Vorstellung der Teilnehmer“. Du findest es in der World of Coaching, wenn Du angemeldet bist auf der Übersichtsseite unter dem Reiter „Diskussionen“. Nutze dieses Forum, um Dich den anderen vorzustellen und auch um andere Teilnehmer kennenzulernen. Stelle Dir folgende Fragen und poste Deinen ersten Kommentar: Wer bist Du? Was interessiert Dich? Welche Erfahrungen hast Du schon beim Coaching? Was willst Du sonst noch über Dich mitteilen?

Ausblick

In der nächsten Sitzung werden wir das Thema „Positionierung“ abschließen. Wir werden uns intensiv mit den brennenden Problemen Deiner Wunschkunden beschäftigen. Denn letztendlich kaufen Kunden Problemlösungen – nichts anderes. Damit Du die Wünsche, Bedürfnisse und Probleme Deiner Wunschkunden besser einschätzen kannst werden wir gemeinsam an einem Beispiel eine Problemanalyse durchführen, uns mit zeit- und wissensbezogenen Problemen beschäftigen. Außerdem werde Dir ein effektives Tool an die Hand gegeben, welches Dir dabei helfen kann, nützliche Lösungen für die Problemfelder Deiner Kunden zu finden.