

Marketing für Trainer und Coaches

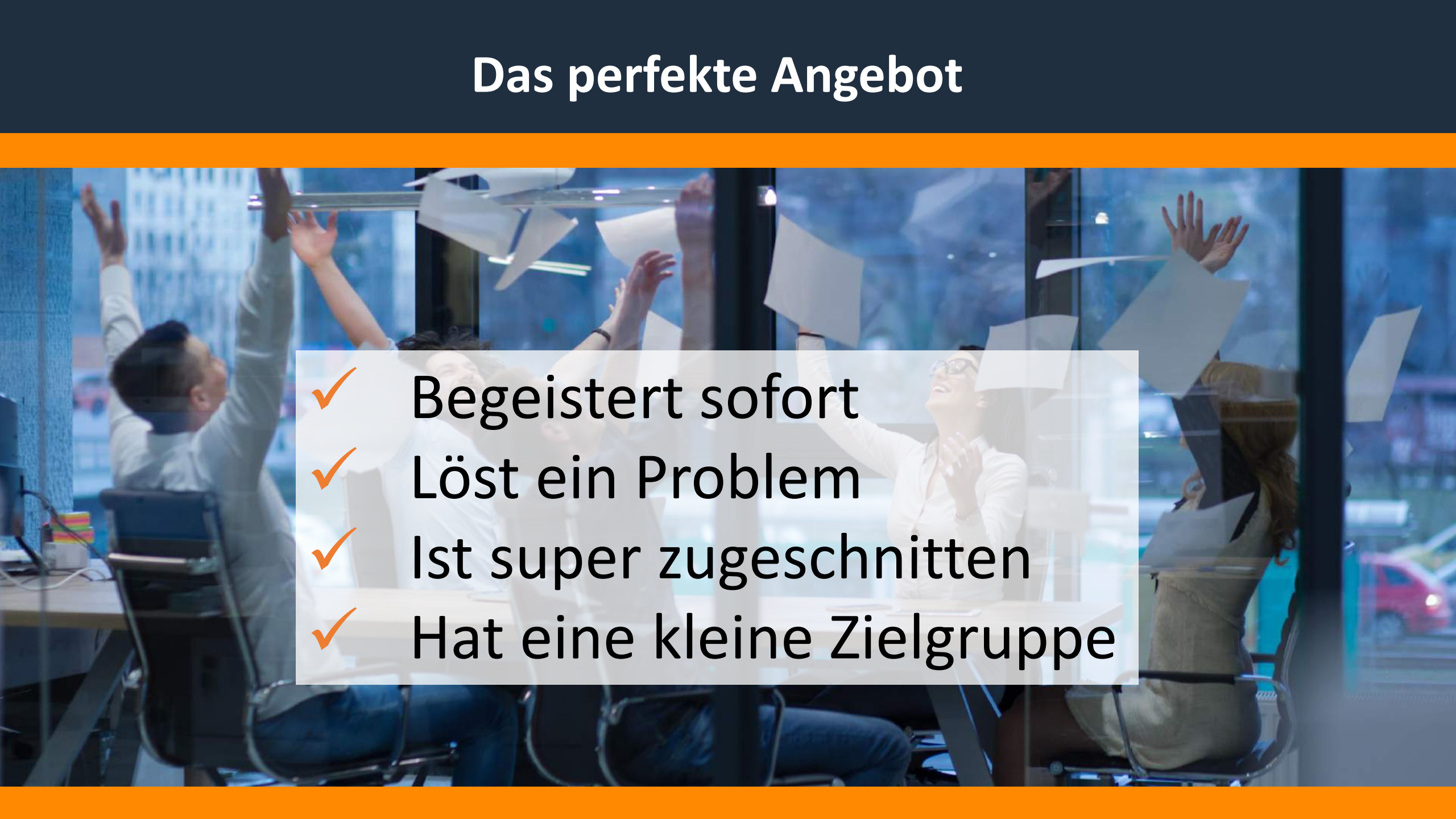
04 Lösungen und Angebote
mit Stephan Landsiedel

Nachlese zu Teil 1 + 2 + 3:

EKS + Wunschkunden: Fragen und Beispiele

Probleme lösen

Das perfekte Angebot

- 
- A group of people in an office are celebrating, with their arms raised and papers flying in the air. The scene is set in a modern office with large windows overlooking a city. The people are dressed in business casual attire. The overall mood is one of excitement and success.
- ✓ Begeistert sofort
 - ✓ Löst ein Problem
 - ✓ Ist super zugeschnitten
 - ✓ Hat eine kleine Zielgruppe

Problemlösung

- ✓ Schau Dir das gefundene Hauptproblem an
- ✓ Welche Lösungen fallen Dir spontan ein?
- ✓ Lass Dich inspirieren: Wo wurde dieses oder ein ähnliches Problem schon gelöst? Wie?
- ✓ Übertrage bestehende Lösungen auf Deine konkrete Situation. Sammle alle Lösungen.
- ✓ Bewerte die Lösungen systematisch
- ✓ Fasse die besten Lösungen zusammen

Problemlösung Sammlung Single Coach

- ✓ A) Einzelcoaching via Zoom/Skype, um individuelle Blockaden zu bearbeiten, dann B) Präsenz-Seminar in der Gruppe und schließlich C) Coaching im Umgang mit Dating-Plattformen
- ✓ A) Vorgespräch, B) Partnerschaftstest im Vorfeld und dann erste Zuordnung zu einer Seminargruppe, C) Online-Seminar, D) Nachbetreuung bei der Praxisumsetzung
- ✓ A) Start im gemeinsamen Präsenzseminar, B) Auf die Piste an den Abenden mit individuellem Umsetzungscoaching, C) Aufarbeitung in der Gruppe ...

Finde so viele Möglichkeiten wie möglich!

Beispiel Single-Coach

- ✓ „Ich bin einsam!“
- ✓ „Ich suche eine erfüllende Partnerschaft / Sexualität.“
- ✓ „Ich habe keine Zeit (wegen Beruf) einen neuen Partner kennen zu lernen.“
- ✓ „Ich bin so verletzt von meiner Beziehung davor.“
- ✓ „Ich bin traurig, frustriert und enttäuscht.“
- ✓ „Nach 20 Jahre Ehe weiß ich gar nicht mehr, wie das geht.“
- ✓ „Ich habe sehr hohe Ansprüche an meine nächste Beziehung.“
- ✓ „Für mich gibt es keinen passenden Partner mehr.“

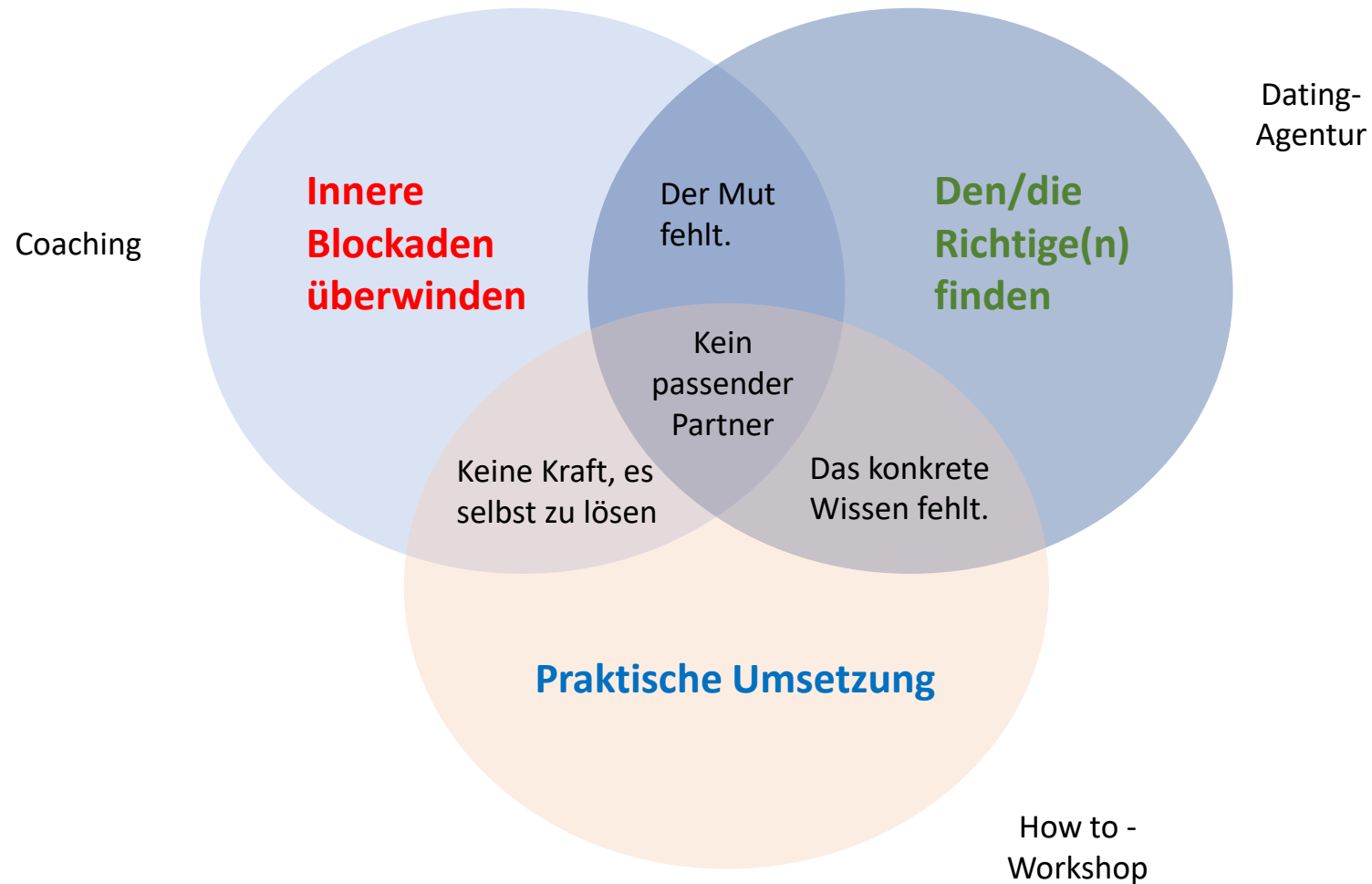
Aus Einsamkeit/Frust/
Verletzung/Trauer wird

Innere Blockaden

Den/die Richtige(n) finden

Praktische Umsetzung

Die drei Kreise – Beispiel: Lösungen



Übung: Lösungen für das Hauptproblem finden



Geht in eine Dreier-Gruppe und findet Lösungen für das Hauptproblem Eurer Wunschzielgruppe.

Jeder bekommt 10 Minuten Zeit.

Die anderen hören zu, stelle anregende Fragen oder geben eigene Ideen mit rein.

Gesamtzeit: 30 Minuten

Eigenschaften für erfolgreiche Lösungen

1.

Außergewöhnliche Lösungen

Idealerweise gibt es diese Lösung nur bei Dir.

2.

Individuelle Umsetzung der Lösung

Falls es die Problemlösung besser macht, verlasse die üblichen Pfade, erarbeite ein eigenes Kommunikationskonzept und bestimme selbst die Spielregeln. Du musst nicht alles neu erfinden, aber prüfe alles auf seinen Sinn.

Ein Konzept erstellen

1.

Aussagekräftiger Titel

Vergib einen Titel, der mit maximal sieben Worten den Kern Deiner Lösung beschreibt.

2.

Kurze Beschreibung

Beschreibe Deine Lösung in zwei bis drei Sätzen, so dass jeder versteht, was die Kernelemente sind.

3.

Skizze

Visualisiere Deine Lösung. Füge eine Skizze, eine Zeichnung, ein Diagramm, ein Foto etc. hinzu.

Übung: Konzept-Erstellung



Mach diese Übung für alle Deine Problemlösungen und wähle dann die drei besten Lösungen aus!

Später werden dann Deine Wunschkunden entscheiden, was ihnen am besten gefällt.

Die Lösung erklären

1.

Erster sein

Werde auf einem kleinen Gebiet der beste Problemlöser für Deine Kunden.
Schaffe ggf. eigene Kategorien.

2.

Im Kopf bleiben

Erzähle Geschichten, die einfach sind, Erwartungen brechen, konkret sind, Vertrauen schaffen, Emotionen vermitteln, zum Handeln aufrufen.

3.

Headline

Beschreibe den größten Nutzen für den Kunden in wenigen Worten in seiner Sprache.

Begeisterung auslösen

„Kaufentscheidungen fallen
emotional.“

Begeisterungsfaktoren

- ✓ Mit welchen Details kannst Du Interessenten zu Kunden machen?
- ✓ Wie kannst Du einen Wow-Effekt hervorrufen?
- ✓ Kunden empfehlen immer nur ein Detail und nicht alles, was sie erlebt haben.

AIDA-Modell

1.

A Aufmerksamkeit erregen

2.

I Interesse erzeugen

3.

D Besitzwunsch wecken

4.

A Kaufwunsch auslösen

5.

Kunden zu Stammkunden machen

Welche Begeisterungsfaktoren setzt Du bisher auf den jeweiligen AIDA-Stufen ein?

Begeisterungsfaktoren

Erlebnisse	Mach der Ergebnis erlebbar!	Sprich alle Sinne an!
-------------------	------------------------------------	------------------------------

Exklusivität	Beschränke den Zugang!	Rolle den roten Teppich aus!
---------------------	-------------------------------	-------------------------------------

Erwartungen	Brich ungeschriebene Gesetze	Liefere wertvolle Infos	Tue Dinge, die keiner erwartet!
--------------------	-------------------------------------	--------------------------------	--

Leidenschaft	Erzähle selbst!	Lass Kunden erzählen!	Hebe Details hervor!	Schaffe Symbole!
---------------------	------------------------	------------------------------	-----------------------------	-------------------------

Übung: Begeisterungsfaktoren



Findet die Begeisterungsfaktoren für
Deine Wunschzielgruppe auf allen
Ebenen.

30 Minuten Zeit

Begeistere Deine Wunschkunden

1.

Auswahl der Kategorien

Wähle die Kategorien, die am besten zu Dir und Deinen Wunschkunden passen.

2.

Ideen entwickeln

Entwickle Ideen und Ansätze für Begeisterungsfaktoren in diesen Kategorien.

3.

Phasen im Verkaufsprozess

Ordne die besten Ideen den einzelnen Phasen im Verkaufsprozess zu.

Fragen