



Create Success for
CREATIVE BUSINESS



Gruppenprogramm für Professionals
Session_4: Dein Wettbewerb & dein Angebot

COPYRIGHT UND VERWERTUNG

Diese Unterlagen unterliegen dem Copyright-Schutz. Sie dürfen nicht an Dritte zur Weiterverwendung, Bearbeitung, Veröffentlichung oder Vervielfältigung weitergegeben werden!

Dies betrifft auch Auszüge oder Teilbereiche dieser Ausarbeitung. Die Mentorin Susanne Diemann behält sich das Recht vor, bei Zuwiderhandlung rechtliche Maßnahmen zu ergreifen.

Norderstedt, November 2022

POSITIONIERUNG IM WETTBEWERBSUMFELD

- › Markt-Analyse
- › Wer ist mein Wettbewerb?
- › Meine 5 wichtigsten Wettbewerber im Markt
- › Wettbewerb-Web-Check
- › Worin unterscheiden ich mich maßgeblich von meinen Mitbewerbern?

WER SIND DEINE DIREKTEN MITBEWERBER?

Was machen sie besser?
Was kann ich besser?



Kundenbedürfnisse
Welche
Kundenbedürfnisse
lösen meine
Mitbewerber?



Angebote
Welche Angebote
haben meine
Mitbewerber?



Unterscheidung
Worin unterscheide ich
mich maßgeblich von
meinen Mitbewerbern?

DEINE WETTBEWERBER

Analysiere deine 3 - 5 Haupt-Wettbewerber

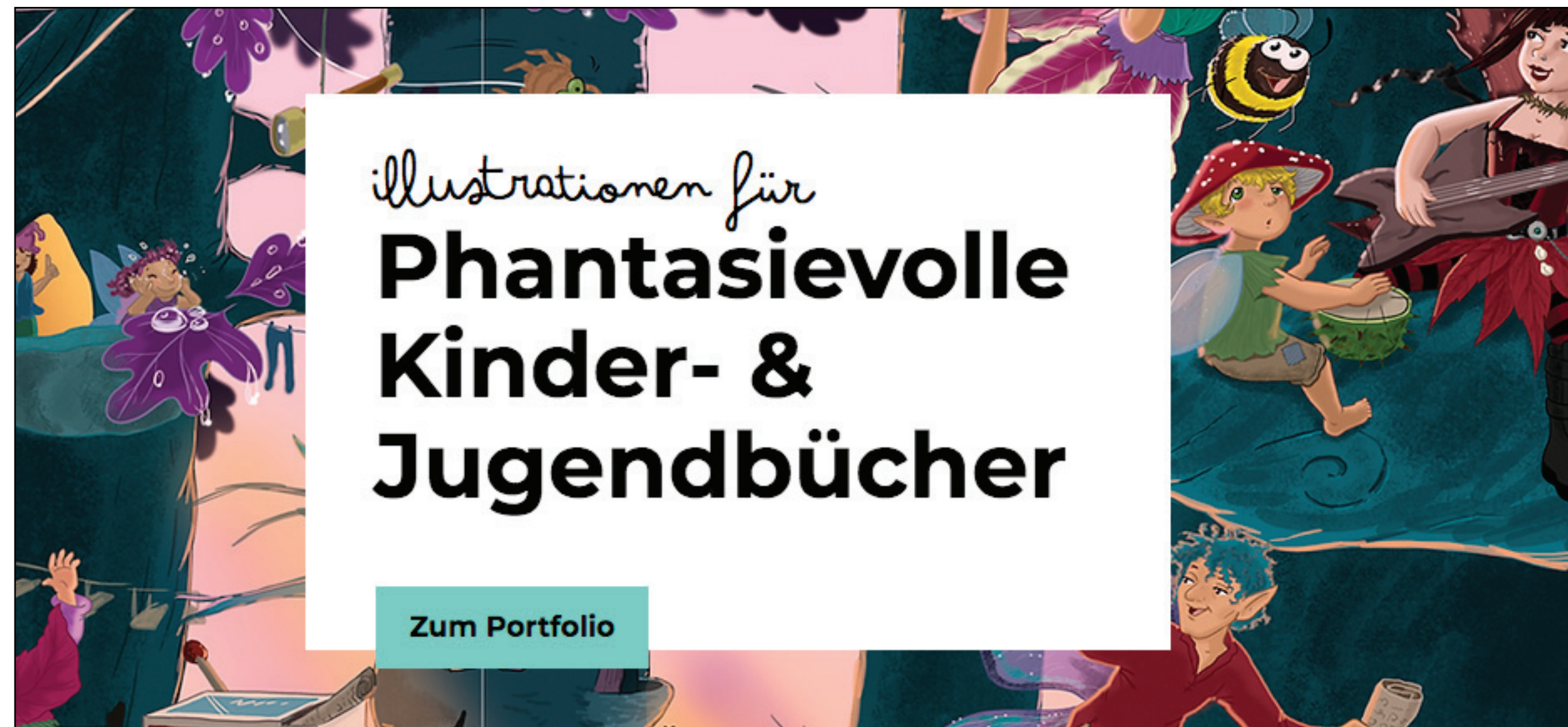


MARKT
BUSINESSKOMPETENZ
KREATIVE

WETTBEWERBS-CHECK

DER 7 SEKUNDEN TEST:

- › Um was geht es hier?
- › Was bekomme ich hier?
- › Was bringt es mir?
- › Wie bekomme ich es?



WETTBEWERBS-CHECK

- › Was macht mein Wettbewerb gut?
- › Was macht mein Wettbewerb schlecht?
- › Was kann ich von meinen Wettbewerbern adaptieren/modellieren?
- › Wo habe ich Schwächen gegenüber meinem Wettbewerb?

WETTBEWERBS-CHECK

- Worin unterscheiden ich mich maßgeblich von meinen 3-5 größten Wettbewerbern?
- Nimm das Arbeitsheet „Marktanalyse Mitbewerber“

AUFGABE: A

Scanne deinen Wettbewerb!

- Definiere Deine 3-5 größten Wettbewerber
- Führe Deine Marktanalyse anhand der Analyse-Tabelle durch
- Arbeite Dein Experten-U.S.P. heraus, das Dich vom Wettbewerb unterscheidet

WETTBEWERB - ZIELKUNDE - ANGEBOT

- › WER ist für mich interessant?
- › Für WEN bin ich interessant?
- › WAS kann ich anbieten?

WIE KREIERE ICH EIN UNWIDERSTEHLICHES ANGEBOT?

Angebot so formulieren, dass du damit wirklich Kunden gewinnst! Viele Kreative tun sich damit schwer!

Es ist ein Unterschied zwischen:

- Ich brauch jetzt etwas: Sichtbarkeit, Fotos, Website...
und
- Ich will es unbedingt haben!

Dem Kunden verständlich machen, was du für ihn tun kannst –
Was versprichst du ihm? Was hat er als Ergebnis?
Das ist deine Königsdisziplin!

WIE KREIERE ICH EIN UNWIDERSTEHLICHES ANGEBOT?

1. Verständlich sein
2. Anziehend sein

Dann kann es gar nicht anders sein, als dass der Kunde mit dir wirklich in Kontakt tritt, mit dir arbeiten will!

Wir müssen heute Beziehungsmarketing betreiben!

WIE KREIERE ICH EIN UNWIDERSTEHLICHES ANGEBOT?

- › Wer bin ich?
- › Wie will ich wahrgenommen werden?

- › Wie willst du sein als Unternehmer:in?
- › Mit welcher Message willst du dich zeigen?
- › Mit was willst du rausgehen?

WIE KREIERE ICH EIN UNWIDERSTEHLICHES ANGEBOT?

- Wenn du zeigst, für welche Leidenschaft du brennst, dann wollen deine Kunden an DEINER Energie andocken! Sei dir treu, dann ziehst du genau die richtigen Menschen an! (passiert aber nicht in 6 Monaten)
- Je mehr du dich authentisch zeigst, desto mehr ziehst du die richtigen Menschen an – es ist ein universelles Gesetz!
- Je mehr du selbst im Vertrauen bist, desto mehr merken deine Kunden, dass du sie entzündest!

WIE KREIERE ICH EIN UNWIDERSTEHLICHES ANGEBOT?

Das meiste am Business-Fundament ist innere Arbeit:

- › Deine Vision
- › Innere Klarheit
- › Deine Stärken

(Natürlich kommt auch Strategie dazu, aber allein das ist nicht das, was dich erfolgreich macht)

WIE KREIERE ICH EIN UNWIDERSTEHLICHES ANGEBOT?

Wie kannst du DER/DIE einzig Richtige für deine Kunden sein?
Wie kannst durch dein Personal Branding richtig beliebt sein?
Eine Lieblingsmarke spricht KUNDEN immer EMOTIONAL
an, vermittelt Freude und Vertrauen! Wir wollen das Produkt
einfach kaufen!

Ich kann es in meiner Kommunikation (Marketing) nur
vermitteln, wenn ich SELBST richtig gut finde, WAS ich mache!!
Wenn ich selbst in meine BUSINESS verliebt bin!
Du musst dir selbst dein Angebot abkaufen – verkaufe es zuerst
an dich selbst!

WIE KREIERE ICH EIN UNWIDERSTEHLICHES ANGEBOT?

So entsteht eine LIEBLINGSMARKE:

- › Wenn ich mich selbst mag
- › Wenn ich mag was ich mache
- › Und wie ich es mache

Mit einem positiven Selbstbild, Selbstannahme – nur von innen nach aussen.

Wir müssen selbst wissen, wie wir leben und arbeiten wollen und was wir in die Welt bringen wollen!

WIE KREIERE ICH EIN UNWIDERSTEHLICHES ANGEBOT?

Wenn du dein WARUM und deine Mission kennst, dann übertrittst du die Schwelle zum Markt, dann ist es wichtig mit wem du arbeitest und welches Angebot zu deinen A- Kunden passt und wie du es kommunizierst!

Im Markt geht es immer um Relevanz für deine Kunden:

- DEINE Position direkt im Markt einnehmen
- Dann die Umsetzung – im ersten Kontakt muss klar sein, wie du positioniert bist.

WIE KREIERE ICH EIN UNWIDERSTEHLICHES ANGEBOT?

WAS IST DAS WARUM , was dich wirklich antreibt?

- › Wo willst du hin?
- › Darauf richtig ausrichten, wo du hin willst, jeden Tag leben!
- › Deine Wirkung auf andere einbeziehen!
- › Was bereitet dir echte, tiefe Freude?
- › Die Energie deiner Freude spüren die Kunden!
- › Was ist der erste Minischritt zu deiner Vision?

WIE KREIERE ICH EIN UNWIDERSTEHLICHES ANGEBOT?

- › Du kannst nur von anderen gesehen werden, wenn du dich selbst siehst!
- › Kenne dich selbst – ich muss wissen wer ich selbst bin, ich muss mich und meine Wünsche kennen
- › Wenn ich meiner selbst sicher bin, kann ich selbstsicher sein!!
- › Denn dann verändert sich, wie ich wahrgenommen werde, wie ich mit Kunden spreche!

WER - ist deine begeisterte Zielgruppe?

WAS - ist dein unwiderstehliches Angebot?

Wenn deine Absicht deiner Zielgruppe klar auf den Punkt gebracht wird, dann ist es automatisch leicht ein Produkt zu entwickeln, das deine Zielgruppe haben will!

Du musst dir dein Produkt zuerst selbst abkaufen!

Du musst es selbst genial finden!

Deine Kunden haben mit größter Wahrscheinlichkeit die selben Werte wie du - sie fühlen sich unbewusst von dir angezogen.

Gehe authentisch mit Klarheit in die Sichtbarkeit gehst, dann ziehst du automatisch die richtigen Kunden an.

ZIELGRUPPE DEFINIEREN

- › Mit wem macht die Zusammenarbeit am meisten Spaß?
- › Wer profitiert am meisten von deiner Expertise?
- › Was ist das aktuell das größte Problem dieser Menschen?
- › Was ist ihre größte Sehnsucht?
- › Auch die demographischen Daten ansehen - AVATAR

Auf tieferer Ebene verstehen, wer du selbst bist und dich in deine Zielgruppe einfühlen.

Kunden KENNEN, Kunden VERSTEHEN, Kunden LIEBEN!

WIE KREIERE ICH EIN UNWIDERSTEHLICHES ANGEBOT?

Es ist deine Aufgabe, den Bedarf herauszufinden, zu spüren und daraufhin in dein Angebot einzubauen

- Beim Angebot geht's immer um den MEHRWERT!
- Nicht ein Mehrwert den DU erkennst, sondern der für deine Zielkunden der richtige Mehrwert ist (der richtige Bedarf)
- Menschen kaufen auch nur das, was sie auch verstehen!
- Was wollen deine Kunden wirklich?
- Und was wollen sie von dir?

Dein Mehrwert den du bieten kannst und deine EINZIGARTIGKEIT = das wirkt anziehend für deine Kunden!

WIE KREIERE ICH EIN UNWIDERSTEHLICHES ANGEBOT?

Der Schlüssel muss der MEHRWERT für deine Kunden sein, also das, was sie als Mehrwert für SICH definieren.

Es gibt Wettbewerber – aber dich gibt es nur einmal:

- Dein eigener Stil
- Deine Erfahrung
- Deine Entwicklung
- Deine Energie
- Deine „Superpower“

= Du bist Einzigartig und du hast ein Geschenk dabei, was deine Kunden nur von dir wollen!

WIE KREIERE ICH EIN UNWIDERSTEHLICHES ANGEBOT?

Dein Erfolg liegt in der Schnittmenge: was du gut kannst und wo du mit Leidenschaft dabei bist!

- › Wer bist du?
- › Was kannst du?
- › Was willst du geben?
- › Was ist relevant für andere
= daraus solltest du dein KERN-ANGEBOT entwickeln

Dieses „Signature-Angebot“ zählt auf deine Sichtbarkeit ein!

WO WILL DEIN KUNDE HIN?

- › Er will weg vom Problem
- › Er will zu etwas hin (Sehnsucht)

Welchen Mehrwert kannst du in deinem Angebot erschaffen?

- › Wovon wollen deine Kunden weg und wo wollen sie hin?
- › Wie hilfst du Ihnen, ihr Ziel zu erreichen?
- › Beschreibe den Prozess in einfachen Worten
- › Wie ist die Transformation für deinen Kunden?

Beschreibe den Mehrwert, das Ergebnis für den Kunden!

Was ist es wirklich, was du verkaufst – was ist der Nutzen?

(Nicht Fotos von Architektur, sondern?)

WIE KREIERE ICH EIN UNWIDERSTEHLICHES ANGEBOT?

- Brainstürme schriftlich Angebotsideen, die deiner ZG helfen, dieses Ergebnis zu erreichen!
- Was könntest du anbieten? (bestehende Angebote mit einbeziehen)
- Deine Ideen auf den Mehrwert, auf die Bedürfnisse des Kunden abstimmen!

Das Signature-Angebot ist genau wie DU! Es befindet sich in der Schnittmenge aus deiner Leidenschaft, deinem WARUM und den Bedürfnissen und Wünschen deiner Zielgruppe.

WIE KREIERE ICH EIN UNWIDERSTEHLICHES ANGEBOT?

Was willst du für deine Kunden erreichen?

Das packst du in dein Signature-Angebot – das verbinden die Menschen sofort mit dir, es hebt dich ab von deinen Wettbewerbern.

- › Mach das Angebot PERSÖNLICH
- › Mach es, wie DU bist!
- › Was unterstützt deine Kunden noch besser?
- › Was feedbacken dir deine Kunden?

VISUALISIERE DEINE WUNSCHKUNDEN!

Mit wem möchtest du wirklich arbeiten?

- › Kennst du die Painpoints deiner Kunden?
- › Was könntest du denen jetzt ganz schnell anbieten?

Positionierung heisst:

- › WER DU BIST
- › FÜR WAS DU STEHST
- › WAS DU FÜR DEINE KUNDEN TUN KANNST

Aufgabe:

Was genau bietest du an?

ENERGETISCHER MATCH – Sei in Freude mit diesen Lieblingskunden zu arbeiten!

Es verändert allein schon sehr viel, wenn du selbst begeistert bist von deinem Angebot!

Dein Signature-Angebot befindet sich in der Schnittmenge....



DEIN UNWIDERSTEHLICHES ANGEBOT SOLL DEIN HERZSTÜCK SEIN!

- › Dein Kunde muss mit dir und deinem Angebot in Resonanz gehen!
- › Zeige die Probleme des Kunden auf!
- › Verstehe deinen Kunden, so kann er sich mit dir identifizieren!
- › Kreiere ein „must have“ Angebot!
- › Deine Dienstleistung muss zum Produkt und Ergebnis werden!
- › Leistung ist kein kaufbares Produkt! Es ist keine Lösung, keine Nutzen
- › Mit klassischen Angeboten kannst du heute niemand mehr abholen
- › Was sind die Fragen deiner Website-Besucher?
- › Verstehen deine Besucher, um was es bei dir geht?
- › Bietest du eine Leistung an oder eine Lösung?

DEIN UNWIDERSTEHLICHES ANGEBOT SOLL DEIN HERZSTÜCK SEIN!

- › Synonym für deine Expertise & Exzellenz
- › High-Level & Highprice-Angebot
- › Deine Methode, dein Prozess, deine höchste Expertise in ein Angebot verpackt
- › Füll die Lücke zwischen dir und deinen Wettbewerbern aus!
- › Marktbedarf erkennen & füllen
- › Neue Bedürfnisse / Needs im Markt implementieren

WAS ZEICHNET DEIN ANGEBOT AUS?

5 Merkmale eines unwiderstehlichen Angebots

1. Die Essenz deiner Expertise in Form einer Methode, eines Prozesses, welches Dich als Experte*In am Markt repräsentiert und für die du bekannt sein möchtest
2. Deine Botschaft an den Markt (Bedarf)
3. Differenzierung zum Wettbewerb – raus aus der Masse - rein in die Expertenliga
4. Premium-Kunden & Highperformance & Highprice
5. Hohes Erfahrungswissen für exzellente Ergebnisse

DEIN UNWIDERSTEHLICHES ANGEBOT SOLL DEIN HERZSTÜCK SEIN! Deine Rezeptur:

- › 1. Expertise zu einem Thema
- › 2. Kenntnisse, was der Markt braucht bzw. wo die Lücke ist
- › 3. Klar definierte Bedarfsgruppe
- › 4. Expertise als Framework / Methode / Prozess, die den Kunden Schritt für Schritt zum gewünschten Resultat führt
- › 5. Bereitschaft zur Highperformance



ENTWICKLUNG EINES UNWIDERSTEHLICHEN SIGNATURE- ANGEBOTS:

- › erstklassiges Design, hohe Qualität, Premium, Edel
- › Einzigartig, Exklusiv, Unique, Erlebniswelt, Hochpreisig, Exquisiter Service, Extrameile, kontinuierliche Leistungssteigerung, Innovation
- › Frage Dich: Wenn Dein Experten-Angebot ein Flagship Store, eine Marke wäre, welcher Store und Marke symbolisieren es? Welche Qualitäten sowie Eigenschaften verbindest Du mit diesen und welche möchtest Du bei Deinen Kunden etablieren?

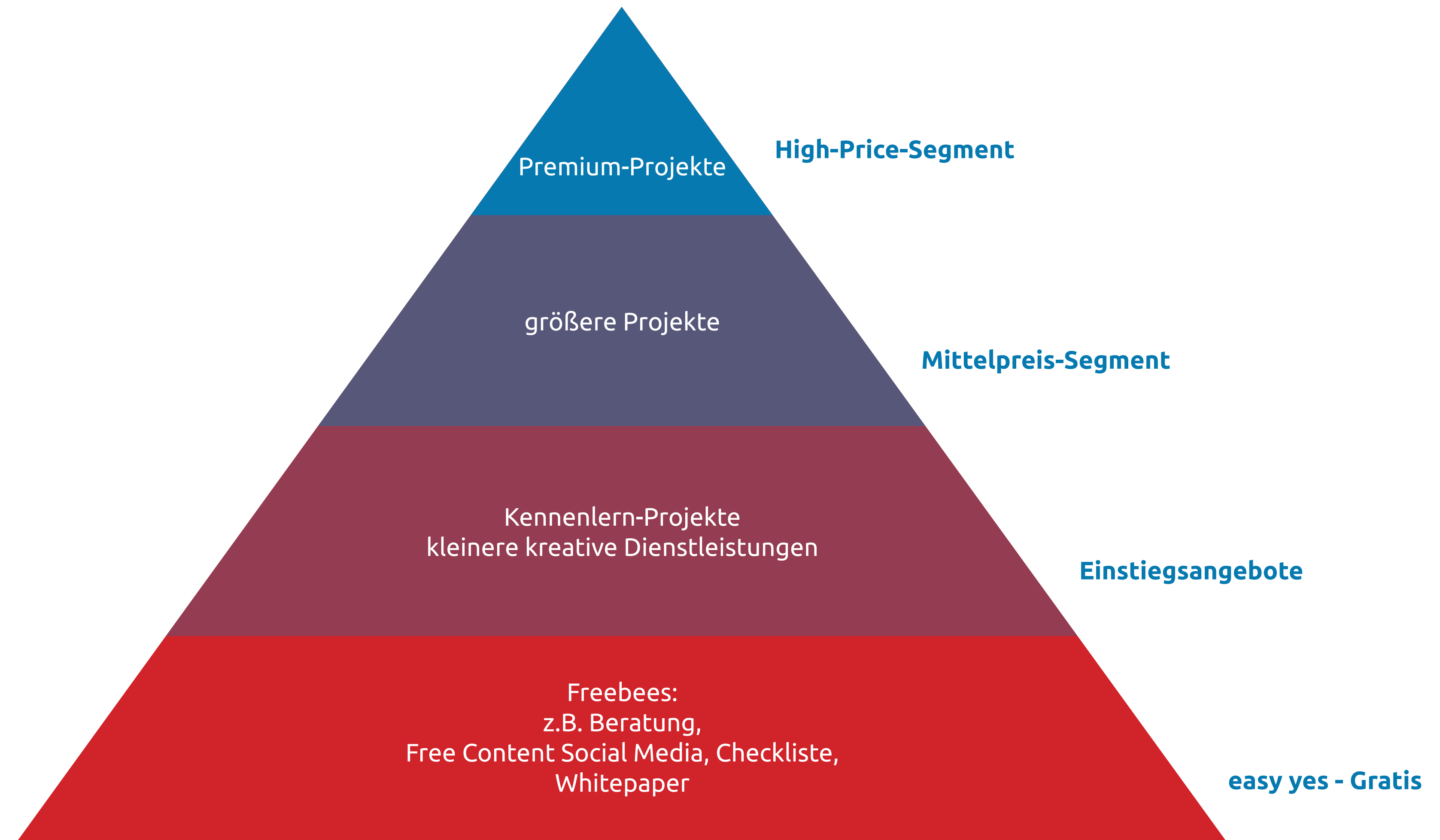
SO GEHST DU VOR:

- 1. Analysiere Deinen Markt (Wettbewerbs-Analyse) und die derzeitigen Angebote und ermittle, wo es Angebots-Lücken gibt
- 2. Sprich mit potenziellen Kunden und Interessenten, was diese sich wünschen bzw. frag sie gezielt, welche Angebote ihnen fehlen, wo sie Unterstützung und Hilfe wünschen, aber nicht finden
- 3. Erarbeite Deine eigene Methode/ eigenen Prozess anhand Deiner Expertise orientiert am Markt-Bedarf
- 4. Entwickle dann anhand Deiner Methode und Prozesses das inhaltliche Konzept Deines Signature-Angebotes
- 5. Lege fest, welche Qualitäts-Stufe Du mit Deinem Angebot bieten möchtest

KLÄRE FOLGENDE FRAGEN:

- › Was willst Du für Dich mit dem Signature-Angebot erreichen?
(Experten-Status, U.S.P., monetär)
- › Soll es das Herzstück Deiner Arbeit sein / werden?
- › Musst Du Dich bzw. Dein Angebot neu erfinden?
Oder ist schon etwas vorhanden?

DEINE PREISPYRAMYDE





EXPERTEN-ANGEBOT AUFWANDSKALKULATION

- › Kalkuliere den Preis für dieses Angebot und achte darauf, dass dieser dem Wert der Leistung und Expertise sowie der von Dir gelieferten Resultate entspricht
- › Bedenke, dass es ein Premium-Angebot werden soll, dass deine A-Kunden magnetisch anziehen soll
- › Scheue dich nicht, das Angebot dann professionell zu promoten und auf deinen Kanälen zu kommunizieren

DENKE GROSS!

AUFGABE: B

1. Erarbeite dir ein Signature-Angebot im Premium-Bereich für das High-Price-Segment

2. Nimm das Arbeitsheet „Angebot“ zur Hilfe und zeige auf wie du den Kunden von „A“ nach „B“ führst

- Bestücke die Lücke im Markt mit deinem Experten-SIGNATURE-Angebot
- Entwickle einen eigenen Prozess für ein Premium-Angebot deiner gewünschten A-Kunden
- Was braucht dein idealer Kunde wirklich? Wie kannst du ihn mit deiner Expertise bestmöglichst helfen?
- Lege das Preissegment für dein Experten-Angebot fest!

VIEL ERFOLG!

