

SEO-Tipps

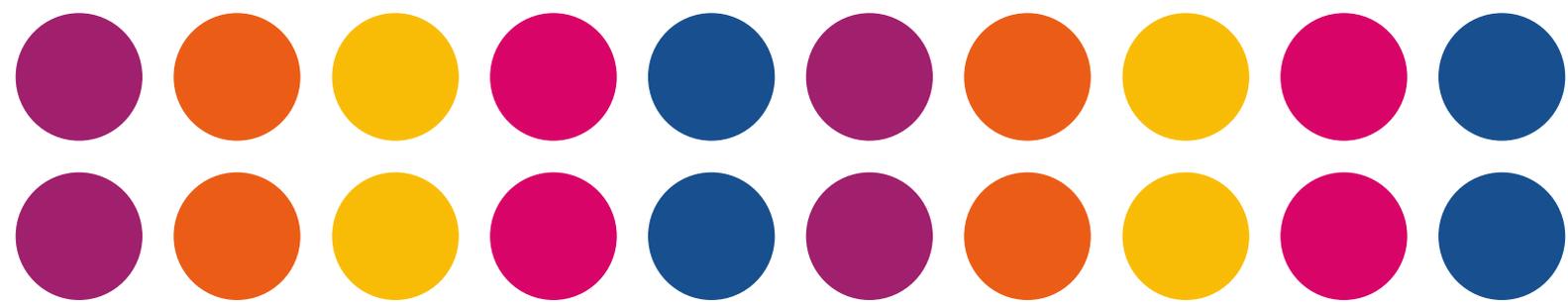
In 10 Schritten zu deinen Business-Lieblingsemenschen
(„Zielgruppendefinition“)



Workbook für Frauen

Super **Sabine**

www.super-sabine.de



Inhaltsverzeichnis

Los geht's	3
Begriffsdefinition Business-Lieblingsmenschen (BLM)	4
10 Schritte zu deinen BLM	5
Wichtige Einstimmung	6
1. Sichtbarkeit	6
2. Kontakt	10
3. Info & Voraussetzungen	14
4. Werte	15
5. Bedarf	18
6. Geschichte	21
7. Verhalten	23
8. Ablauf	25
9. Versprechen (Ziel)	27
10. Bindung	28
Kreative Ideen fürs Finden der Business-Lieblingsmenschen	30
BLM-Tagebuch	31
Perfect Business-Day	31
Tool-Liste & Links	33
Umfragen	33
Spiele	33
Grafiken	34
Wichtiges zum Schluss	34

SEO-Tipps

In 10 Schritten zu deinen Business-Lieblingsmenschen - Workbook für Frauen

© Sabine Krink - www.super-sabine.de

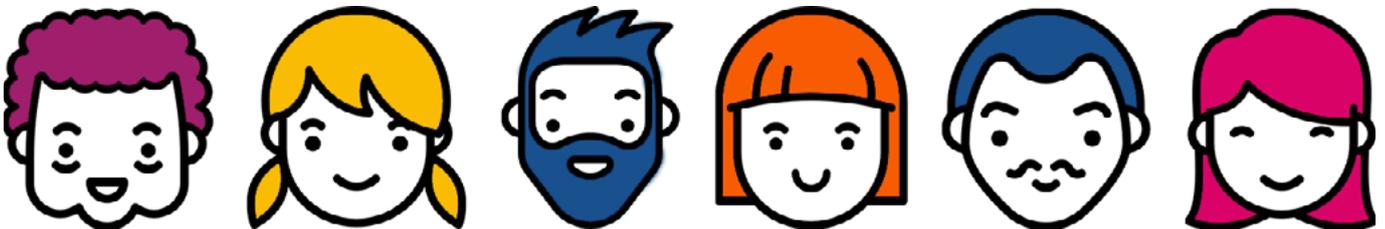
Los geht's

Deine **Business-Lieblingsmenschen**. Um sie dreht sich in deinem Business alles: die Menschen. Ich meine ALLES. Absolut A L L E S.

Sie sind Alpha und Omega für dein Business. Sie sind Wasser und Feuer, bringen Licht und Schatten, **Erfüllung und Freude**. Wenn du weißt, was deine Business-Lieblingsmenschen zu Mittag essen, ob es am Tag ihrer Geburt regnete oder ob die Sonne schien und ob sie 3- oder 4-lagiges Toilettenpapier benutzen ;-) – dann hast du es geschafft:

Du **kennst sie** so gut, dass du dein Business und Marketing exakt auf sie abstimmen kannst. Dann kaufen sie dein nächstes Produkt bereits, ohne zu wissen, was es ist. Denn:

Sie **vertrauen** dir.



Der Erfolg in deinem Business hängt allein davon ab, wie gut du deine Business-Lieblingsmenschen kennst. Meine Erfahrung ist allerdings immer und immer wieder:

Unternehmer*innen und Solopreneur*innen kennen die Menschen nicht (gut genug), mit denen sie arbeiten wollen.

Wie diese ticken erfährst du am besten, wenn du eine Beziehung zu ihnen aufbaust. Deshalb ist mein erster Tipp:

Geh in eine **echte Beziehung** mit deinen potenziellen **Kund*innen**.

Vom ersten Moment Eurer Begegnung an beginnt eine Beziehung. Lerne sie wahrhaftig kennen – die Menschen, die deine Kund*innen werden dürfen.



Learning:

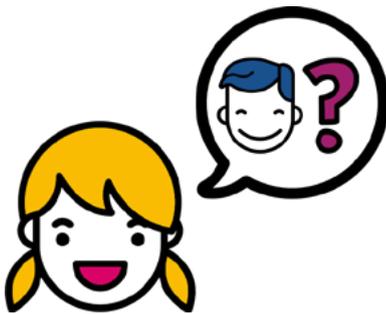
Dein Business-Erfolg hängt allein davon ab, wie gut du deine Business-Lieblingsmenschen kennst.



Begriffsdefinition Business-Lieblingsmenschen (BLM)

Hier geht es um Business-Lieblingsmenschen (abgekürzt: BLM) - **nicht** um eine „Zielgruppe“. Denn eine fiktive Zielgruppe oder ein Kundenavatar kannst du nicht kennen lernen. Was soll das sein: ein „Avatar“? Welcher Mensch ist in deiner „Zielgruppe“ drin? Es ist nämlich nicht nur einer. Es sind viele. Alle verschieden. Alles Menschen.

Zielgruppe und Kundenavatare sind Marketingbegriffe. Sie sind Fiktionen! Fiktive Gebilde. Du arbeitest jedoch mit **Menschen** aus Fleisch und Blut. Mit der Realität. Diese Menschen haben Sorgen und Nöte, Ängste und Schmerzen, sie empfinden Freude, Trauer, Unsicherheit, Lust, Spaß, Dankbarkeit. Kurz: Sie haben Gefühle und Geschichten!



Sprich mit ihnen, diskutiere, fighte, lache oder feiere mit ihnen.
Lerne sie kennen!

Echte Kund*innenbeziehungen reifen. Die entstehen nicht am grünen Tisch oder am Bildschirm in einem Zielgruppen-Findungsprogramm als ein „Avatar“. Sie entstehen im **echten Leben**. Oft beginnen sie im virtuellen Bereich, zum Beispiel in einem Social Media Kanal, wie Facebook oder Instagram. Auch das ist echtes Leben! Denn dort findet Austausch, Emotion und Anerkennung statt.

Ich nenne die Menschen, mit denen ich eine Kund*innenbeziehung eingehen möchte, deshalb „Business-Lieblingsmenschen“. Nicht Traumkunden, nicht Wunschkunden, denn ich träume weder von ihnen noch kreierte ich Wunschgebilde. Es gibt sie ja schon – deine **Business-Lieblingsmenschen**. Die Frage ist:

Was kannst du tun, damit dich genau die Menschen entdecken und zu dir finden, auf die du richtig Bock hast? Denn das sind deine Business-Lieblingsmenschen:

- Die, auf die du **richtig Lust** hast und über die du dich mega freust!
- Die, mit denen du wahrhaftig gern arbeiten willst.
- Die, bei denen dein **Herz aufgeht**, wenn sie zur Tür rein kommen oder wenn sie dich ansprechen.
- Die, bei denen dir allein beim Gedanken an sie das **Dopamin** ins Hirn einschießt und du glücklich bist.
- Die, die dich innerlich und äußerlich **strahlen** lassen.
- Die, mit denen du auch dann noch supergern arbeiten wollen würdest, wenn du kein Geld mehr verdienen bräuchtest.
- Die, die du **wirklich** als Lieblingsmenschen in deinem Business haben WILLST!



SEO-Tipps

In 10 Schritten zu deinen Business-Lieblingsmenschen - Workbook für Frauen

© Sabine Krink - www.super-sabine.de



Das meine ich mit „Business-Lieblingsmenschen“.

Der erste Schritt, damit dich genau diese Menschen finden, ist, dass du über sie und von ihnen wohlwollend und **wertschätzend sprichst**. Tu dies würdevoll, liebe-voll, nährend. Menschen spüren es, ob du sie schätzt und ob sie dein Business bereichern oder ob du dich *an* ihnen bereicherst.

Sie als „Zielgruppe“ zu bezeichnen, heißt, sie zu abstrahieren. Mach es echt! Mach es nah! Bring **Würde** und **Respekt** in dein Business! Sprich wertschätzend über die Menschen, mit denen du arbeiten willst.



Learning:

Sprich nah und würdevoll über Menschen, mit denen du eine authentische Kund*innenbeziehung eingehen willst.

10 Schritte zu deinen BLM

Das Ziel am Ende dieser 10-Schritte-Anleitung ist:

Du weißt, wer deine Business-Lieblingsmenschen für deine Angebote sind und **welche Maßnahmen** du ergreifst, um sie zu erreichen.

Im Laufe dieses Step-by-Step-Prozesses kann es geschehen, dass du deine Positionierung und dein **Denkmuster änderst**. Deine Website, dein Marketing, ja sogar deine Sprache, wirst du danach sehr wahrscheinlich anders gestalten, um die „richtigen“ Menschen zu erreichen.



Hinweis:

Dieses Workbook ist nicht dazu gedacht, es schnell hintereinander abzuarbeiten. Geh jeden Schritt **in deinem Tempo**. Lass es möglicherweise liegen und arbeite viel später weiter. Es geht nicht ums „Durchhackern“, sondern darum, wahrhaftig deine Business-Lieblingsmenschen und den **Weg** zu ihnen aus deinen Erfahrungen und aus deinem tiefsten Innersten herauszuschälen und **freizulegen**. Erst dann kannst du dein Business darauf ausrichten.

Es ist ein Prozess.



SEO-Tipps



Nimm dir zusätzliches Papier und einen Stift, denn der Platz für die Notizen in diesem Workbook wird mutmaßlich nicht ausreichen :-). Jede Business-Frau braucht unterschiedlich viel Freiraum für die Antworten. **Feel free** - und hol dir Papier dazu.

Dies sind die **10 Schritte in der Übersicht**, um deine Business-Lieblingsmenschen zu benennen und deine (Marketing)Maßnahmen auf sie auszurichten:

Schritt 01 - Sichtbarkeit

Schritt 02 - Kontakt

Schritt 03 - Info & Voraussetzungen

Schritt 04 - Werte

Schritt 05 - Bedarf

Schritt 06 - Geschichte

Schritt 07 - Verhalten

Schritt 08 - Ablauf

Schritt 09 - Versprechen (Ziel)

Schritt 10 - Bindung

Wichtige Einstimmung

Stell dir dein Lieblingsangebot oder dein Lieblingsprodukt vor. Eines, das dir richtig **Spaß macht**, wenn du es verkaufst oder ausführst! Eines, bei dem dein **Herz jubelt**.

Dann stell dir die tollste Begegnung mit einem oder einer Kund*in vor, die du schon hattest. Oder – wenn das noch nicht der Fall war – dann eine Kund*innenbegegnung, die du dir ideal ausmalst. Wo **alles stimmt**, alles passt, wo alles leicht und mit Freude geschieht – und wo du **glücklich** bist, wenn ich dir sage:

„Genau davon bekommst du noch 1000 Stück!“

Der Umgang miteinander, die Atmosphäre, dein Marketing, das Geld ... alles passt. Eine Kund*innenbegegnung, wo du nachher laut ausrufst:

„YEAH! Das war **super!**“

Hast du das Bild im Kopf und das Gefühl im Bauch? **Da starten wir** jetzt.



1. Sichtbarkeit

Beginnen wir damit, wo dich deine Business-Lieblingsmenschen entdecken dürfen. Denn das ist der Ort, wo du dich am liebsten zeigen *möchtest*. Dort hast du am meisten Lust, dich sichtbar zu machen.



Die Devise ist nicht (wie du es möglicherweise aus dem klassischen Marketing kennst):

Wo treiben deine Business-Lieblingsmenschen sich herum und dort musst du auch sein, selbst wenn du da gar keine Lust darauf hast. Sondern die Frage ist:

- Wo möchtest *du* dich richtig **gern zeigen**?
- Wo *willst* du Aufmerksamkeit für dein Business bekommen?
- **Auf welchem Weg** willst du dich sichtbar machen, damit Menschen dich so finden, dass es *für dich leicht*, angenehm und schön ist?

Mach dort und auf diese Weise Marketing! Wähle, was „dein Sichtbarkeitsding“ ist. Denk an die ideale Situation und stell dir vor, wo diese*r Kund*in dich am besten **entdeckt** hätte oder hat. Auf welche Weise war das?

Es macht beispielsweise keinen Sinn, Messen zu machen, wenn du es den Horror findest, den ganzen Tag auf einer Messe zu stehen und dort mit fremden Menschen zu reden. Selbst wenn dir alle erzählen, dass deine „ideale Zielgruppe *immer* auf Messen“ ist. Das ist Blödsinn!

Deine Business-Lieblingsmenschen findest du dort nämlich nicht, wenn *du* keinen Bock auf Messen hast. Dann sind das nicht deine Business-Lieblingsmenschen, die gerne auf Messen gehen, sondern die von anderen Anbieter*innen. Deine Business-Lieblingsmenschen sind die, die auf die **Art, wie du** dich sichtbar machen willst, stehen.



Überlege dir, auf welche Art von Sichtbarkeit du **aus tiefstem Herzen** Lust hast.

Das kann sich im Laufe deines Businesswegs durchaus ändern. Deshalb ist es gut, diesen Schritt-für-Schritt-Plan hier nach vielen Monaten oder sogar Jahren zu wiederholen und deine Ausrichtung anzupassen. Aktuell ist die Frage:

- Auf **welche Art Sichtbarkeit** hast du *jetzt* Lust?

Nur, was dir Spaß macht, wirst du auch umsetzen!

Hast du Lust darauf, dass dich deine Business-Lieblingsmenschen beispielsweise entdecken, indem sie einfach an deiner Haustür vorbeigehen? Wenn du jetzt „Au ja!“ schreist, dann wäre es **sinnvoll**, dass du ein möglichst großes, wunderschönes Schild an deiner Haustür anbringst. Denn sonst können dich die Menschen, die darauf stehen, jemanden „via Schild“ zu finden, nicht entdecken.



Denke jetzt nicht:

„Ach, die gibt es doch gar nicht!“

Doch, die gibt es. Mich zum Beispiel. ;-) Ich schaue mir an, welche Schilder die Massage-Praxen, die Physiotherapeutinnen, die Heilpraktikerinnen in meiner Stadt haben und ob ich mir auf Basis dieses Schildes vorstellen kann, dorthin zu gehen. Auf diese Weise habe ich schon die ein oder andere **Entscheidung** für oder gegen eine Expertin getroffen.

Vielleicht hast du jedoch **mehr Lust**, dich in Google finden zu lassen, auf Facebook angeschrieben zu werden, in einer Instagram-Story entdeckt, auf YouTube gesehen oder von einer zufriedenen Kund*in weiterempfohlen zu werden. Oder du willst auf Kongressen gesehen, über Flyer/ Visitenkarten/Broschüren, im Telefonbuch, per Post, per Mail gefunden werden. Es gibt unzählige Möglichkeiten!

Welches ist deine **Lieblingsmöglichkeit**?



Learning:

Nur die Art Sichtbarkeit, die dir Spaß macht, wirst du auch voller Elan umsetzen und nur darüber wirst du von den richtigen Menschen gefunden werden!

Frage:

Wo willst du von deinen Business-Lieblingsmenschen gesehen und entdeckt werden, weil dir das richtig Spaß macht? Du kannst mehrere Varianten eintragen.

Deine Antwort:

In **Google** mit Suchbegriffen wie:

.....
.....
.....

In **Facebook**/Twitter/Pinterest/XING/Instagram - wähle ... oder schreibe andere Social Media Plattformen auf, auf denen du dich supergern zeigen willst:

.....
.....
.....



SEO-Tipps



Durch **Mund-zu-Mund**-Propaganda/auf Empfehlung, am liebsten per Gespräch/Text/Video oder...

.....
.....
.....

Indem sie von mir **lesen**, in der Zeitung/auf einem Blog/in einem Magazin - wähle ... oder notiere einen anderen Lieblingsweg:

.....
.....
.....

Indem sie mich im **Fernsehen** sehen/im Rundfunk hören/auf der Bühne sehen - wähle ... oder notiere einen anderen Lieblingsweg:

.....
.....
.....

Über **Anzeigen**/Banner/Plakate/Visitenkarten - wähle ... oder notiere einen anderen Lieblingsweg:

.....
.....
.....

Als **Ausstellerin** auf Messen/Kongressen/Events - wähle ... oder notiere einen anderen Lieblingsweg:

.....
.....
.....

Auf meinem **YouTube**-Kanal:

.....

Auf meinem **Podcast**:

.....

Durch meinen **Newsletter**:

.....

Über **andere Wege**, nämlich folgende:

.....
.....
.....



Bestimme aus all diesen Möglichkeiten, welches deine **3 Lieblingswege** sind, um dich (zunächst) darauf zu fokussieren. Denn aus dem Weg, wie du dich am liebsten sichtbar machst, ergibt sich dein Marketing!

Notiere, auf welche 3 Lieblingswege du dich konzentrierst, um dich dort richtig und mit voller Power sichtbar zu machen:

1.
2.
3.

Da startest du mit deinem Marketing, damit dich dort deine Business-Lieblingsmenschen sehen können!

2. Kontakt



Der nächste Schritt ist die **Kontaktaufnahme** und die Art, wie der Kontakt zustande kommt. Wenn du nicht weißt und nicht bestimmst, was dir da richtig Spaß macht, scheitert es an diesem Punkt:

Du zeigst dich, aber Menschen kontaktieren dich nicht.

Überlege dir also bei deinem Lieblingsszenario des wundervollsten Kund*innenkontakts:

- **Wie** nehmen Menschen zu dir Kontakt auf?
- Auf welche Art gefällt dir das besonders gut?
- Wie melden sie sich bei dir an, wenn du Seminare anbietest oder Coachings?
- **Wie erreichen** sie dich, um dein Produkt/Angebot zu kaufen oder Fragen zu stellen?
- Welcher **Weg des Kontakts** ist dein liebster?

Ich zum Beispiel regle am liebsten alles per Mail. Ich telefoniere total ungern. Früher habe ich mich dazu gezwungen, weil in meinem Kopf die fixe Idee war:

„Ich muss mit meinen Kund*innen telefonieren.“

Du ahnst es: Die Telefongespräche waren schrecklich. Ich habe reihenweise Kund*innen ver-



loren und mehr Unklarheit als Klarheit am Telefon verbreitet. Weil ich Telefonate einfach nicht mag.

Dann habe ich entschieden: Ich telefoniere nicht mehr. Ich mache alles nur noch per Mail (oder inzwischen auch zusätzlich per Zoom, weil ich Videochat ebenfalls super finde). Darin bin ich **ganz klar** und kommuniziere das auch sehr deutlich.

Ich bleibe bei meinem Lieblingskommunikationsweg. Selbst dann, wenn mein Gegenüber unbedingt telefonieren will, lehne ich es freundlich, aber deutlich ab und biete mailen an. Es klappt wunderbar und ich habe noch keine Kundin deshalb verloren.

Sei klar, welcher Kontaktweg dein liebster ist und **kommuniziere das!**



Aus deinem Lieblingsweg leiten sich deine Maßnahmen ab:

Wenn du gerne mailst, ist es wichtig, auf deiner Website deine Mailadresse zu nennen oder ein Kontaktformular anzubieten. Und zwar immer dort wo du „Kontakt aufnehmen“ schreibst.

Telefonierst du am liebsten mit deinen potenziellen Kund*innen, dann schreib deine Telefonnummer **deutlich sichtbar** auf deine Website. Am besten ganz oben in den Headerbereich oder in die Sidebar, sodass Menschen die Telefonnummer immer sofort sehen können.

Lass deine Business-Lieblingsmenschen nicht nach den Kontaktdaten suchen, sondern **biete aktiv an**, wie sie dich kontaktieren können. Sichtbar. Klar. Deutlich.

- Kommen deine Business-Lieblingsmenschen zu dir oder gehst du zu ihnen oder agiert Ihr online miteinander?
- Wird das Produkt verschickt und auf welchem Weg?
- Kann der Onlinekurs heruntergeladen werden oder ist er nur zum Ansehen konzipiert?

... und so weiter.

Beantworte auch all diese **Fragen** glasklar auf deiner Website und in deinen Angeboten. Und zwar aktiv von dir aus und nicht erst, wenn Interessent*innen danach fragen.



Wenn du beispielsweise eine Praxis hast, in die deine Business-Lieblingsmenschen kommen dürfen, dann nenne den **Namen der Stadt** oder – bei Minidörfern – die Umgebung (Dorf x im



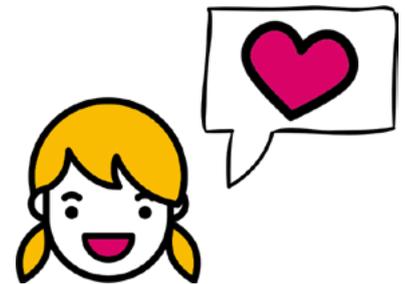
Einzugskreis y) auf deiner Startseite. Lass die Menschen direkt wissen, wo sie dich finden.

Auch für die lokale Google Suche ist es wichtig, den Namen der Stadt/Umgebung immer wieder **auf deine Website** zu schreiben und nicht nur einmal auf der Kontaktseite zu nennen. Willst du lokal in Google gefunden werden, kommuniziere den Ort.

Im Falle einer Praxis, eines Ateliers oder einer Werkstatt, in der die Menschen dich besuchen können, **zeige Fotos** oder Videos von den Räumen. So kann Vertrauen entstehen. Videos erhöhen obendrein die Haltezeit auf deiner Website, was einer von mehreren SEO-Faktoren ist.

Mach ein tolles Schild an die Tür, damit die Menschen dich vor Ort gut finden. Auch das gehört dazu, um es Menschen **leicht** zu machen, Kontakt zu dir aufzunehmen.

- Wie möchtest du, dass deine Business-Lieblingsmenschen **am besten** bei dir kaufen oder buchen, wenn du Produkte oder Leistungen anbietest?
- In einem Shop mit **Bestellbutton**?
- Indem sie dir eine **Mail** schreiben?
- Über ein Bestellformular?
- ... ?



Überlege dir genau, welcher **Weg für dich gut** ist und womit du am meisten Freude hast. Entsprechend richtest du dein Business und deine Website aus.



Learning:

Sei klar, welcher Kontaktweg dein liebster ist und kommuniziere das.

Frage:

Wie verläuft der Kund*innen-Kontakt für dich idealerweise? Welche **Kontaktmöglichkeiten** möchtest du, dass Kund*innen zum Buchen/Kaufen nutzen?

Deine Antwort:

per Mail

.....

per Kontaktformular

.....



SEO-Tipps



per Buchungsformular

per Telefon

per Videochat

in Social Media Portalen per Messenger, am liebsten in

per Live-Chat auf meiner Website

per Post

indem sie an meiner Tür klingeln

gar nicht direkt bei mir, sondern über (eine Agentur, eine*n Manager*in, einen Assistent*in, ein Bezahlssystem ...)

ganz anders, nämlich

Frage:

Die daraus folgenden (Marketing)Maßnahmen sind:

Deine Antwort:



3. Info & Voraussetzungen

Damit du mit deinen Kund*innen so arbeiten oder einen Auftrag/eine Buchung so erledigen kannst, dass du mega viel Freude daran hast, ist es wichtig, vorher **Informationen** zu haben.

Eine Grafikerin braucht zum Beispiel ein ausführliches **Briefing**, sonst kann sie das Logo nicht kreieren. Eine Goldschmiedin muss die Ringgröße wissen, bevor sie mit der Anfertigung des Traumrings loslegt. Für einen Coach kann es wichtig sein, vor dem ersten Coaching zu wissen, ob es schon andere Therapien gab, die der Klient gemacht hat. Die Astrologin braucht das Geburtsdatum und die -uhrzeit. Die Tierflüsterin muss wissen, um welches Tier es sich handelt.

- Was musst oder möchtest du **vorher wissen**, damit das Super-Business mit diesem Menschen zustandekommt?
- Welche **Voraussetzungen** brauchen deine Kund*innen gegebenenfalls?
- Welche Daten benötigst du? Name? Website? Mailadresse? Telefonnummer? Kontonummer?

Überlege dir haarklein, was für dich wichtig ist. Du räumst damit **im Vorfeld** anstrengende Situationen aus, indem du alles, was du an Infos und Voraussetzungen wissen möchtest, **deutlich abfragst** und mitteilst, worauf es dir ankommt.

Mache für ein Briefing zum Beispiel einen **Fragebogen**. Schreibe auf die Angebotsseite „geeignet für/nicht geeignet für“ oder signalisiere durch den Namen des Angebots, für wen der Kurs gedacht ist, zum Beispiel „Basis-Kurs“, „Fortgeschrittene“, „Aufbaukurs“, „nur für TN von xy“ ... und erkläre, was das konkret bedeutet.



Am besten sorgst du für eine Automatisierung. Damit meine ich, dass du nicht jedes Mal alles manuell per Mail abfragst, sondern einen Fragebogen oder ein Formular entwirfst, in das Menschen alles eintragen können, was **für dich wichtig** zu wissen ist. Das schickst du automatisch zu, sobald sich jemand für dein Angebot interessiert oder dich bucht.

Konkrete **Absprachen** und viele Infos im Vorfeld verhindern Enttäuschungen und beugen einer inadäquaten Erwartungshaltung vor. Dazu ist es notwendig, dass **du klar** hast, was wichtige Infos vom Kunden sind, damit du ideal arbeiten kannst.

Überlege dir zudem, wann, wo und wie du diesen Wunsch nach Information kommunizierst, also welche Maßnahmen du ergreifst, damit alles super verläuft.



Learning:

Du beugst Stress vor, wenn du alle Infos und Voraussetzungen vorher abfragst.



SEO-Tipps



Frage:

Welche Kund*innen-**Informationen und Voraussetzungen** benötigst du vorab oder im Erstkontakt, um bestmöglich mit deinen Business-Lieblingsmenschen zu arbeiten, sodass es dir (und damit auch deinen Kund*innen) richtig Spaß macht?

Deine Antwort:

.....
.....
.....

Frage:

Die daraus folgenden (Marketing)Maßnahmen sind?

Deine Antwort:

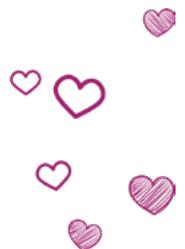
.....
.....
.....

4. Werte

Auf Basis von Werten nimmst du eine bestimmte **Haltung** im Leben und auch in deinem Business ein. Dadurch ziehst du genau die Menschen in dein Umfeld, welche die gleichen oder ähnliche Werte haben. Menschen merken sehr schnell, was dir wichtig ist und wie du tickst.

Ein Beispiel:

Ist der Wert „Dankbarkeit“ besonders wertvoll für dich, wirst du dich oft bedanken und es bedeutet dir viel, dass sich andere bei dir bedanken. Dorthin wirst du deine Aufmerksamkeit lenken. Das **spüren** die Menschen und es werden viele in deinem Umfeld sein, denen Dankbarkeit ebenfalls wichtig ist. Solche, die nichts mit „Danke“ anfangen können, werden wegbleiben.



Am leichtesten findest du Personen mit einer ähnlichen Werthaltung, indem du deine Werte mitteilst und zugleich sehr klar lebst. Doch vorher ist es essenziell, zu wissen:

- Was sind deine **wichtigsten Werte** im Business?

Ist dein Wert beispielsweise „Verbindlichkeit“, möchtest du, dass Kund*innen zugesagte Termine



pünktlich einhalten oder rechtzeitig bezahlen und nicht stornieren und so weiter. Verbindlichkeit kannst du zum Beispiel dadurch **kommunizieren**, dass du auf deiner Website oder in deinem Angebotsschreiben deutlich erklärst:

Sende mir dein Briefing bitte bis zum xy zu. Gib mir Bescheid, wenn du Fragen hast oder wenn das zu wenig Zeit ist. Verbindliche Zusagen sind mir wichtig. Deshalb halte ich mich auch an meine.

Auch dein **Umgang** mit Absagen und deine Stornobedingungen gehören zur Werte-Kommunikation:

Bei Absagen bis 24 Stunden vorher geschieht das und das, danach

Erkläre gegebenenfalls an der Stelle, warum dir das wichtig ist.

Mögliche Werte sind diese:

Hingabe
Sicherheit
Achtsamkeit
Humor
Freude
Gelassenheit
Freiheit
Einfühlsamkeit
Erfolg
offene Kommunikation
Vertrauen
Loyalität
Verlässlichkeit
Frieden
Toleranz
Kreativität
Liebe
Disziplin
Ehrlichkeit
Ordnung
Integrität
Bindung

Und es gibt viele mehr!

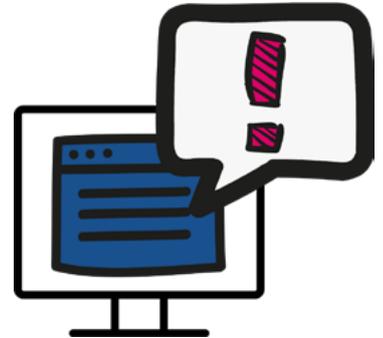
Lege die Werte fest, die du an deine Business-Lieblingsmenschen kommunizieren möchtest und die dir bei dir selbst und bei ihnen wichtig sind. Überlege dir, wo und wie du diese **Werte transparent** machen kannst. An welchen Stellen und auf welche Weise ist es für dich wichtig und wo sogar notwendig, diese Werte zu verdeutlichen?



Menschen erkennen sich in deiner Haltung, in deinen Texten, in dem, wie du auf deiner Website schreibst, wieder. Das **erhöht** das **Interesse**, um zu bleiben und tiefer in deine Website einzutauchen.

Es ist von Vorteil, deine Werte zu kommunizieren, um **Klarheit** zu schaffen und dadurch indirekt dein Ranking (die Platzierung in Google) zu verbessern.

Denn: Blabla – also sinnlose Worte ohne Substanz – lassen diejenigen schneller wieder gehen, denen Werte wichtig sind. Und diejenigen bleiben länger, die deine Werte mögen. Da die **Haltezeit** ein Faktor ist, der bei der Bewertung deiner Website seitens Google mit einfließt, ist es wichtig, die (richtigen) Menschen dazu zu bringen, lange zu verweilen.



Durch das **offene Kommunizieren** deiner Werte erreichst du, dass deine Business-Lieblingsemenschen merken, woran sie sind, und ob es sich lohnt, auf deiner Website zu bleiben. Durch Blabla erfahren sie das nicht.

Du kannst Werte entweder nennen und erklären, wie du sie lebst, interpretierst und warum sie dir wichtig sind. Oder du schreibst eine **Unterseite „Meine Ethik“**. Halte die Menschen nicht hin, sondern bring klar auf den Punkt, welche Werte dir wichtig sind.

Das ist **authentisch gelebtes Business** und zieht die Menschen zu dir, die genau deshalb bei dir kaufen, dich buchen oder sich von dir beraten lassen wollen, weil sie deine Werte und dich mögen. Zeig dich! Auch und gerade mit deinen Werten.



Learning:
In einem authentischen Business zeigst du deine Werte und lebst diese.

Frage:

Wie lauten deine Unternehmenswerte? Beschränke dich auf die wichtigsten (maximal 6):

Deine Antwort:

1.
2.



3.
4.
5.
6.

Frage:

Mit welchen (Marketing)Maßnahmen setzt du diese Werte um? Wo kommunizierst du sie?

Deine Antwort:

.....

.....

.....

5. Bedarf

Um deine Business-Lieblingsmenschen **wahrhaftig** kennen zu lernen und in dein Business zu holen, denke dich in sie hinein:

- Welchen **Bedarf** dürfen sie haben, um genau bei dir richtig zu sein? (Und welchen nicht!?)
- In welcher **Stimmung** wenden sie sich an dich?
- Wo stehen sie?
- Was wollen sie?
- Welche Fragen stellen sie (laut oder unausgesprochen)?



Das ist der **Ausgangszustand**, an dem Ihr Euch begegnet.

Und: Das können die **Keywords** für deine Website sein! All die Fragen, die Menschen an diesem Punkt stellen, all die Ängste, Hoffnungen, Vorurteile und Glaubenssätze, die sie in sich tragen, gilt es herauszufinden und auf deiner Website aufzugreifen.

Denk dich hinein und **beantworte** die **Fragen!** Auf deiner Website und in deinen Facebook-Beiträgen, in deinen Marketingaktivitäten. Setze genau dort an: am Bedarf, den deine Business-Lieblingsmenschen haben, und bei dem du merkst:

„Oh ja, wenn sie so drauf sind und wenn sie solche Fragen stellen, ist es mir am liebsten!“



Lausche sehr genau, wenn dir deine aktuellen Kund*innen oder Interessent*innen erzählen, was sie beschäftigt. Das ist **Gold wert!**

Um mit den Menschen ins Gespräch zu kommen und herauszufinden, was ihr Bedarf und ihre **Bedürfnisse** sind, kannst du Folgendes tun:

- **Sprich** mit ihnen - real und virtuell.
- Stell Fragen.
- Mach **Umfragen**.
- Geh in Social Media Kanäle und mache Beiträge, die zum Antworten einladen.
- Bitte um Feedback.
- Und vor allem: **Lausche aufmerksam!** Lies exakt, was die Menschen dir schreiben!



Notiere dir alles, was dir an Fragen, Gedanken, Vorurteilen oder Glaubenssätzen im Kontakt mit Interessent*innen und/oder Kund*innen begegnet. Das sind die **Themen**, die die Menschen beschäftigen. Dort haben sie Bedarf!

Auch Feedbacks deiner Kund*innen eignen sich, um herauszufinden, was sie wahrhaftig bewegt. Manchmal liegt der wahre Beweggrund verschleiert hinter dem **Feedback**.

Ein Beispiel:

Wenn nach einem Yoga-Seminar eine Person als Feedback schreibt „Wow, endlich kann ich wieder durchschlafen! Toller Workshop!“, dann weißt du, dass der Bedarf vorher war:

Der Mensch konnte nicht mehr ruhig schlafen.

Es war vielleicht nicht der **Bedarf** nach Yoga da, sondern er fühlte sich gestresst, konnte nicht schlafen und wollte wieder ruhigen Schlaf. *Das* war der Bedarf.

Wenn das der ideale Kunde*innenkontakt mit dieser Person für dich war, kannst du daraus **lernen**:

„Menschen, die nachts nicht mehr schlafen können, haben genau den Bedarf, für den ich eine Lösung habe: ein Yoga-Seminar!“



Als Maßnahme für deine Seminar-Ausschreibung könnte sich daraus ableiten, dass du mit folgendem Einstiegssatz startest:

Du willst nachts wieder schlafen können?

Überlege dir sehr genau, welche **Bedarfssituationen** es gibt, die deine Business-Lieblingsmenschen **idealerweise** haben, um mit dir zu arbeiten, um dich zu buchen oder um bei dir zu kaufen. Darauf richtest du dein Marketing aus.



Learning:

Lausche! Höre sehr achtsam hin, was der wahre Bedarf deiner Business-Lieblingsmenschen ist.

Frage:

Welchen **Bedarf** haben dein*e Kund*innen am besten, für den du die Lösung (dein Angebot/Produkt) hast?

Deine Antwort:

.....
.....
.....

Frage:

Die Marketingmaßnahmen, um zu zeigen, dass du diesen Bedarf kennst und um Menschen mit exakt diesem Bedarf anzusprechen, sind welche?

Deine Antwort:

.....
.....
.....



6. Geschichte

Die Geschichte von bisherigen Kund*innen zu kennen, ist ein wichtiger Faktor, um deine künftigen Business-Lieblingsmensen adäquat ansprechen zu können. Gehe deshalb intensiv ins Gespräch, wenn du tolle Kund*innenkontakte hast und nutze jede Chance, um **mehr** über die Menschen zu **erfahren**.

Rolle nicht die Augen, wenn Menschen dir ihre Geschichte erzählen, sondern freu dich! Es ist eine Gelegenheit, um immer mehr ein **erfüllendes Business** zu entwickeln, in dem du nur noch mit Menschen zu tun hast, die dir Spaß und Freude bereiten.

Lass dir also **ihre Geschichten** erzählen und höre zu:

- **Wer** sind sie: Mann oder Frau, Kind, Mutter, Angestellte*r oder Unternehmer*in?
- Wie alt sind die Menschen, die du am liebsten in deinem Business hast oder ist das **Alter** egal?
- Was hat dein Business-Lieblingsmensch schon **erlebt**?
- Was hat er vorher getan, bevor er zu dir kam - was nicht?
- Welche **Glaubenssätze** trägt er in sich oder wo verweigert/sabotiert er sich?
- Wohin will er?
- Welche **Träume**/Wünsche hat er?

Und vieles mehr.

Wenn du klar hast, **welche Story** du dir am allerliebsten wünschst, die deine Kund*innen mitbringen, dann benenne das klar auf deiner Website.

Beispiel:

Du bist Kinesiologin und möchtest am liebsten mit Frauen arbeiten, die richtig tief in einer Krise sitzen und nicht mehr ein noch aus wissen. Idealerweise sind sie offen für Veränderungen, haben aber noch keine Erfahrung mit Kinesiologie gemacht. Sie sind neugierig und haben viele Freundinnen, denen sie gern etwas weiterempfehlen, was sie selbst erfahren haben. Deine Business-Lieblingsmensen waren außerdem schon bei Therapeuten, Ärzten, haben schon viel Schulmedizin probiert und nichts hat geholfen. Sie haben viele Glaubenssätze, an die sie glauben, wie zum Beispiel „Ich bin nicht gut genug.“ Manche haben Kinder und wissen oft nicht, wo sie diese unterbringen können, wenn sie etwas für sich selbst tun wollen.

Dein Angebot ist eine kinesiologische Session.

Dann kann der Text, wie du ein Session-Angebot ausschreibst, zum Beispiel folgender sein:



Du als Frau kennst das: Täglich bist du von Glaubenssätzen umgeben wie „Ich bin nicht gut genug!“. Das Korsett, in das du eingepresst bist, erstickt dich fast und du hast schon vieles probiert: Ärzte, Therapien, Schulmedizin. Jetzt weißt du nicht mehr weiter.

Entspann dich! Ich unterstütze dich mit einer leichten, einfachen Methode. Sie heißt Kinesiologie und funktioniert so:

Bist du eine Mutter mit Kind im Alter von xy, dann bist du mir ebenfalls herzlich willkommen. Bring dein Kind einfach mit!

Und wenn du deinen Freundinnen von meinem Angebot erzählen möchtest, freue ich mich sehr. Hier kannst du mich auf Facebook weiterempfehlen:

Lausche den Menschen und ihren Geschichten, denn dort kannst du die **Schätze** für deine Webseiten-Texte entdecken.



Learning:

Lass dir die Geschichten deiner Kund*innen erzählen. Es sind Schatzkisten für dein Marketing.

Frage:

Wie sieht die **Kund*innen-Story** aus, die dir am liebsten ist? Was haben deine Business-Lieblingsmenschen idealerweise schon erlebt, woran glauben sie, was bewegt sie und so weiter?

Deine Antwort:

.....
.....
.....

Frage:

Welche Marketingmaßnahmen leitest du davon ab - was kannst du tun, um Menschen mit solch einer Kund*innen-Story zu erreichen?

Deine Antwort:

.....
.....
.....



7. Verhalten

Im direkten Kontakt mit dir – und dazu zähle ich auch virtuelle Kontakte, wie Facebook-Kommentare, Mails, Videochats und so weiter – gibt es ein bestimmtes **Verhalten** deiner Kund*innen, das dir gefällt.

Finde heraus, was du magst!

- Wie möchtest du, dass sich deine Business-Lieblingmensen **verhalten**?
- Was **wünschst du** dir: Vertrauen sie dir im besten Fall schnell oder langsam?
- Sind sie kreativ, weniger kreativ?
- Fragen sie viel oder wenig?
- Sind sie offen, gebildet, können sie gut reden oder nicht so gut?
- Wollen sie lernen oder sind sie eher blockiert?
- Drücken sie sich über Sprache, Körper, Ausstrahlung aus?



... und so weiter.

Analysiere das sehr genau und zähle **alle Details** auf. Daraus ergibt sich ein bestimmtes Kund*innenverhalten. Wie verhalten sie sich, damit du spürst:

„Yes! Tschakka! Genau so mag ich es!“

Die **Ansprache** gehört ebenfalls dazu. Möchtest du deine Business-Lieblingmensen lieber Siezen oder duzen? Willst du sie lieber als Einzelperson ansprechen oder als Paar, als Team, als Mama-Kind-Konstellation?

Benenne das alles in deinen Webseiten-Texten und auch in deinen Beiträgen, die du zum Beispiel auf Social Media Kanälen, wie Facebook, Twitter, Instagram schreibst.

Beispiel:

Du magst Menschen, die dir eher langsam vertrauen, duzt sie am liebsten und magst es, wenn sie viele Fragen stellen, am liebsten schriftlich per Mail.

Dann kann ein Text wie folgt aussehen:

Ich duze dich hier, auch wenn wir uns noch nicht kennen. Ja, es dauert, sich wirklich kennen zu lernen und zu vertrauen. Das DU unterstützt unser Kennenlernen auf angenehme Weise.



Wenn du lieber SIE sagen willst, ist das für mich auch okay. Schreib mir das einfach - dann Siezen wir uns!

Stell mir auch gerne deine Fragen per Mail. Ich antworte prompt. Mail: ...@...

Der gleiche Inhalt und Zweck (Kontaktaufnahme zu bewirken) für einen **Business-Liebingsmenschen** geschrieben, wenn du lieber siezt, und wenn du lieber Menschen magst, die schnell vertrauen, lieber telefonieren und ungern Fragen stellen, sondern die sich Antworten am besten vorab anlesen, liest sich so:

Ich sieze Sie, denn noch kennen wir uns nicht. Stellt sich beim ersten Telefonat heraus, dass Sie das DU bevorzugen, switche ich gern. Haben Sie noch Fragen, können Sie in meinen FAQ alle Antworten vorab finden. Ich freu mich auf Ihren Anruf! Tel: 0123-123456

Deine Texte sind die Einladung an genau die Menschen, mit denen du arbeiten willst. Formuliere genau!



Learning:

Du bist dafür verantwortlich, genau die Kund*innen in dein Business zu ziehen, deren Verhalten dir gefällt. Kreiere deine Texte entsprechend!

Frage:

Welches **Kund*innenverhalten** magst du? Präzisiere es so genau wie möglich!

Deine Antwort:

.....
.....
.....

Frage:

Die Marketingmaßnahmen, die du dafür umsetzt, sind welche? Wie lauten deine Texte?

Deine Antwort:

.....
.....
.....



8. Ablauf

Ein weiterer Schritt, um in deinem Business die Lieblingsmenschen anzuziehen, mit denen du voller Freude arbeitest/an die du gern verkaufst, ist, den **Ablauf konkret** zu gestalten. Du gibst vor, wie der Ablauf im Kund*innenkontakt ist – vom ersten bis zum letzten Moment.

- Wie sieht der **ideale Bestellweg** bis hin zur Durchführung und Verabschiedung für dich aus?
- Wenn deine Kund*innen zu dir kommen oder bei dir buchen – wie geschieht das?
- Wie **beginnt** der erste Kontakt?
- Wie geht's weiter und wie **endet** es?
- Was machst du am liebsten mit ihnen oder für sie?

Was machst du nicht so gern? Das lass in der Außendarstellung weg. Sei darauf vorbereitet, aber forciere das nicht. Behalte im Kopf, dass auch die unangenehmen Momente geschehen können und überlege dir, wie du reagierst. Lege den **Fokus** jedoch auf den **idealen Ablauf**.



Stelle ein paar Beispiele auf deiner Website (oder immer wieder einmal auf deiner Facebook-Seite) vor. Berichte über die **konkreten Momente**, die du besonders magst! Solche, die es schon gab oder solche, die du dir als Szenario vorstellst und wünschst.

Beispiele für Texte, die du auf deiner Homepage oder in Social Media Kanälen posten kannst (auch mit Bild):

*Noch bevor meine Seminarteilnehmer*innen pünktlich ankommen, bin ich schon da und dekoriere den Raum.*

Der Moment, bevor das Coaching los geht: Ich atme entspannt und bin voller Freude.

Meine Morgenmeditation, bevor ich den Laden öffne.

Du kommst bei mir an mit xxx und gehst mit yyyy.

Ich danach - beim Verschicken der Feedback-Bögen.

Zeige den **ganzen Verlauf** auf. Schildere unter „Coachingablauf“, „Bestellung“, „Seminarbeschreibung“ oder „Buchung“ all das, was geschieht. Erkläre den Weg der Komplexität, wenn es ein langwieriger Prozess oder ein komplizierter Ablauf mit vielen Stationen ist. Eine gute Grafik, wie du sie selbst mit dem Tool Canva erstellen kannst (siehe „Tool-Liste & Links“), kann dabei helfen.



Die Menschen möchten wissen, **was sie erwartet**. Es werden genau die zu dir kommen, denen deine Schilderung gefällt und die sich davon angesprochen fühlen. Mach deshalb klar, was dir wichtig ist.

Beispiele:

Zuerst machen wir ... dann ...

Nach den ersten Coachingstunden sende ich dir einen Feedback-Bogen. Dieser hilft mir, um ...

Wenn du danach

Schreibe mir eine Mail, wenn du dazwischen Fragen hast ...

Teile den Business-Lieblingsmenschen mit, wie du den Ablauf gestalten willst.



Learning:
Menschen wollen wissen, was sie erwartet.

Frage:

Wie sieht der **ideale Verkaufsb-/Beratungsweg** für dich aus? Denke an die Ideal-Situation: Wenn genau dieser Ablauf stattfindet, fühlst du dich rundum wohl.

Deine Antwort:

.....
.....
.....

Frage:

Welche Maßnahmen folgen daraus? Wie lauten deine Texte und worauf achtest du?

Deine Antwort:

.....
.....
.....

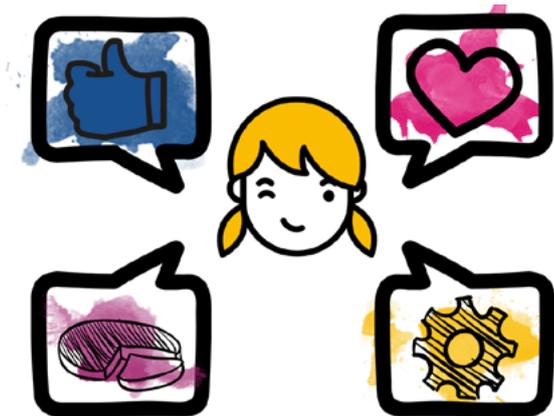


9. Versprechen (Ziel)

Am **Ende** des Kaufs, der Beratung, des Events, des Kurses oder Workshops gehen die Menschen.

- Wie **fühlen** sie sich dann, wenn das Bestmögliche geschehen ist und sowohl sie als auch du super zufrieden sind?
- In welcher Verfassung sind sie **am Ende**?
- Welche Emotion haben sie nachher?

DAS IST DEIN VERSPRECHEN.



Dieses Ende nimmst du vorneweg und schreibst es auf die Startseite deiner Website. Denn das **Ziel** ist es, was die Menschen hören wollen, wenn sie zu dir kommen!

Formuliere nur solch ein **Versprechen**, das du auch **halten** kannst. Greife dabei nicht zu hoch und übertreibe nicht. Das tut klassisches Marketing oft: Es wird etwas Riesiges versprochen und etwas Kleines kommt am Ende heraus.

Im **authentischen Marketing** versprich nur etwas, was du auch **wirklich** mit deinen Business-Lieblingsmenschen **erreichst**. Gib dieses Versprechen auf deiner Website bekannt, damit Menschen wissen, was sie bekommen.

Beispiele:

Du bekommst ein Logo - exakt mit dir abgesprochen und auf dich zugeschnitten. (Grafikerin)

Du brauchst dich um nichts kümmern. Du kannst loslassen. (All-inklusiv-Hotelaufenthalt)

Du bist am Schluss entspannt. (Massage)

Du bist glücklich. Ohne Stress genießt du den Tag. (Wohlfühlseminar)

Du kennst die Basics von SEO und kannst sie umsetzen. (Onlinekurs)

Du weißt, wie du in 10 Schritten deine Business-Lieblingsmenschen erarbeitest.

Das ist das Versprechen dieses Workbooks hier ;-)



SEO-Tipps

In 10 Schritten zu deinen Business-Lieblingsmenschen - Workbook für Frauen

© Sabine Krink - www.super-sabine.de





Learning:
Versprich nur, was du halten kannst!
Das ist authentisches Marketing.

Frage:

Wie lautet das **Ziel** deines Angebots? Welches **Versprechen** gibst du deinen Business-Lieblingsemenschen? Wie geht es ihnen am Ende?

Deine Antwort:

.....
.....
.....

Frage:

Was bedeutet das für deine Marketingmaßnahmen? Wie setzt du dieses Ziel und Versprechen konkret in deinem Marketing um?

Deine Antwort:

.....
.....
.....

10. Bindung

Manche selbstständigen Business-Frauen wollen nach dem erfolgreichen Abschluss des Kaufs oder nach der Beratung/dem Coaching **keinen Kontakt mehr** zu ihren Kund*innen. Dann ist es wichtig, dass du dauernd für neue Kund*innen sorgst. Werbeanzeigen und Produkte, bei denen du selbst keine allzu wichtige Rolle spielst, sind in diesem Fall ideal. Der eigentliche Kund*innenkontakt und auch die Bindung spielen dann eine untergeordnete Rolle. Mach das auf deiner Website klar und stelle weniger dich als deine Produkte in den Vordergrund.

Andere Selbstständige oder Unternehmerinnen möchten mit allen Kund*innen am liebsten ständig Kaffee trinken gehen. Und dann gibt es noch viele Varianten zwischen „gar keine“ und „best friend“ **Kundenbindungen**.

- Wie stellst du dir die Bindung zu deinen Business-Lieblingsemenschen idealerweise vor?



- Welches **Maß an Bindung** tut dir im Business gut?
- Was wünschst du dir nach dem Kauf/der Buchung?
- Möchtest du, dass deine Business-Lieblingsmenschen in deinem Umfeld/Netzwerk bleiben?
- Willst du, dass sie **dich weiterempfehlen** und über dich sprechen?
- Oder möchtest du, dass sie dich nie wieder kontaktieren?
- Werden sie am besten **Stammkund*innen** und kaufen immer wieder bei dir?
- Wünschst du dir ein Feedback und wie und wo geben sie dir dieses am besten?

Mach schon auf deiner Website klar, welche Art Kund*innenbindung du dir idealerweise wünschst. Nur dann können dich die Business-Lieblingsmenschen finden und auf dich zugehen, die genau das auch wollen.

Weise zum Beispiel darauf hin, dass du auch bei ihrer **Weiterentwicklung** für sie da bist. Oder schick ihnen ab und an eine Mail, um dich in Erinnerung zu bringen. Auch der Eintrag in deinen Newsletter kann der Kund*innenbindung dienen oder das Abonnieren deiner Social Media Kanäle. Erzähl deinen Kund*innen davon! Nur, wenn sie wissen, wo und wie sie mit dir **in Kontakt bleiben** können, wird dies auch geschehen.

Das offensichtliche, große und damit prominente Platzieren deiner Social Media Buttons im Hea-



der oder in der Sidebar (statt versteckt und klein im Footer) ist übrigens ebenfalls eine Maßnahme, um auch den Bestandskund*innen einen Weg vor Augen zu führen, wo sie dich erreichen. Versteck deine Buttons nicht, wenn du den **Kontakt via Social Media** halten möchtest.

Eine Facebook-Gruppe kann ebenfalls zur Nachbetreuung und zur Kundenbindung genutzt werden. Der Blog mit Tipps oder ein **eigener Memberbereich** für Bestandskund*innen sind weitere Maßnahmen, durch die Bindung stattfinden kann.

Wenn du ein Feedback oder eine **Empfehlung** von ihnen möchtest, dann bitte sie darum. Menschen denken nicht von selbst daran! Entwickle ein schönes Feedback-Anschreiben, das du nach jedem Kaufabschluss versenden kannst.

Denke auch an **Bewertungen** auf Google oder in Facebook und lade deine Kund*innen ab und an ein, diese Bewertungen abzugeben. Für deine Website sind Testimonials, Kundenfeedbacks



und **Erfahrungsberichte** ein wichtiges Signal für Neukund*innen. Sie orientieren sich daran, was andere sagen oder schreiben.

Um aus Einzelkund*innen Stammkundschaft zu machen, kannst du ihnen hin und wieder ein Goodie, also ein **Geschenk**, schicken. Das kann ein kleines Produkt, ein kostenloser Download, eine schöne Grafik oder ein anderes Extra sein, das nur deine bisherigen Kund*innen bekommen. Rabatte, bevorzugte Behandlungen oder andere **Spezial-Aktionen** tragen ebenso zur Kund*innenpflege und -bindung bei.



Learning:
Kund*innenbindungen brauchen Pflege! Überlege dir, wie du die Beziehung zu deinen Bestandskund*innen gestalten möchtest.

Frage:

Was geschieht nach dem Kauf oder nach Abschluss der Dienstleistung/Beratung? Wie wünschst du dir **Bindung zu deinen Kund*innen**?

Deine Antwort:

.....
.....
.....

Frage:

Welche Maßnahmen zur Kund*innenbindung setzt du um?

Deine Antwort:

.....
.....
.....

Kreative Ideen fürs Finden der Business-Lieblingsmensen

Das Finden deiner Business-Lieblingsmensen ist ein **kreativer Prozess**. Er geschieht nicht über Nacht. Er geschieht auch nicht in einer Stunde, nachdem du dieses Workbook gelesen hast und die 10 Schritte durchgegangen bist. Es dauert.

Doch der Prozess ist jetzt angestoßen und wird sich in deinem alltäglichen Business **weiterent-**



wickeln. Nach und nach werden immer mehr Menschen in dein Business kommen, mit denen du große Freude hast, zu arbeiten.

2 Möglichkeiten, wie du den Entwicklungsprozess kreativ **fördern** und forcieren kannst, um immer mehr mit deinen Business-Lieblingsmenschen zu arbeiten, sind diese:

BLM-Tagebuch

Führe ein **Business-Lieblingsmenschen-Tagebuch** = BLM-Tagebuch! Schreibe jede Begegnung, jeden Moment, der sich genau wie „Business mit Business-Lieblingsmenschen machen“ anfühlt, auf. Notiere dir die Erlebnisse und wenn möglich, was du genau gemacht hast, dass es zu solch einem Moment kam. Schreibe auch exakt auf, **was genau** dir daran so **gut** tut. Je konkreter du formulierst, umso besser.



In meinem Tagebuch stand anfangs beispielsweise, wenn ich Kunden hatte, die sofort bezahlt haben. Am Anfang meiner Selbstständigkeit hatte ich nämlich nur Spätzahler. Also habe ich mich auf den Weg zu meinen Business-Lieblingsmenschen gemacht und jeden notiert, der pünktlich bezahlt hat. Sofortige Zahlungen finde ich nach wie vor super. Das Highlight war, als ich eines Tages ins Tagebuch notierte:

„Kunde xy hat innerhalb von 2 Stunden nach Rechnungszugang bezahlt!“

Heute bin ich **dankbar**, dass ich tolle Kund*innen habe, die meinen Wert schätzen und richtig gern und super-pünktlich bezahlen.

Ein BLM-Tagebuch hilft dir, dich auf das zu **fokussieren**, was du **haben willst**. Es unterstützt dich, die wichtigen Eckpunkte zu erkennen und zu notieren, um immer mehr mit den Menschen in deinem Business zu arbeiten, die du wahrhaftig haben möchtest.

Perfect Business-Day

Ein ähnliches Prinzip wie das BLM-Tagebuch liegt dem **Perfect Business-Day** zugrunde.

Wenn du noch nicht so ganz weißt, wie dein idealer Business-Tag aussieht, schreibe dir **jeden Moment** in deinem aktuellen Alltag auf, an dem du denkst:

„Oh, so könnte das ganz oft sein, wenn es nach mir geht!“

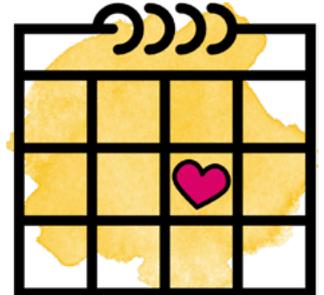
Denn es geht nach dir! **Du kreierst** deinen Business-Alltag. Du bist die Schöpferin deiner perfekten Tage, an denen du tust, was du liebst. An denen du das Geld verdienst, das du möchtest. An denen du genau mit den Menschen zu tun hast, die dir Freude bereiten und die dich innerlich nähren. Du bist diejenige, die dafür **verantwortlich** ist, dass diese **perfekten Business-Tage**



immer mehr in deinem Leben geschehen.

In Fülle zu leben, bedeutet auch, von Menschen umgeben zu sein, die dich **erheben** und die dich befähigen, in deiner schönsten Version zu leben und zu wirken. Solche Kund*innen, die dir dieses Gefühl geben, sind Business-Lieblingsmenschen.

Erschaffe deinen Perfect Business-Day! Mach dir Notizen, male ein Bild, kreierte eine Grafik – was immer dir liegt! Je **konkreter** du dies tust und die Menschen, die darin vorkommen, beschreibst, umso eher werden sie in deinem Alltag **Realität**.



Die Technik, die du anwenden kannst, ist, dir einen Stundenplan zu erstellen und jede Stunde festzuhalten, die „perfekt“ war.

Beispiel:

6:00 Uhr Aufstehen ohne Wecker und voller Energie und Freude Sport machen

7:00 Uhr Mit Leichtigkeit meditieren

*8:00 Uhr Leckeren grünen Smoothie trinken und die ersten Mails von Kund*innen lesen. Tolle Feedbacks und 3 neue Aufträge im Postfach finden. Tollstes Feedback war:*

9:30 Uhr Kundin ist pünktlich zum Termin da und strahlt mich an.

... und so weiter.

Notiere dir immer wieder Momente, an denen es sich „perfekt“, wunder-voll, schön, super angefühlt hat und erschaffe so deinen Perfect Business-Day. Vielleicht hast du auch verschiedene Varianten, die **für dich perfekt** sind.

Spiele mit der Idee des perfekten Business-Tages, um zu spüren, was du dir wahrhaftig wünschst. Finde heraus, wie du Business leben willst und mit welchen Business-Lieblingsmenschen du zu tun haben möchtest.



Tool-Liste & Links

Es gibt zahlreiche Tools, die dich beim Finden deiner Business-Lieblingsmenschen unterstützen können. Die **Nutzung** der nachfolgenden Links und die Anwendung erfolgt auf **eigene Verantwortung** und ich gebe keine Gewähr, sondern mache dir hier nur Vorschläge. Du entscheidest, was du wie nutzt.

Umfragen

Um mehr über deine Business-Lieblingsmenschen zu erfahren, Feedbacks abzufragen oder herauszufinden, wo sie aktuell in ihrem Prozess, Training oder was immer du anbietest, stehen, **nutze Umfragen**. Diese kannst du beispielsweise mit Google Forms machen.

Dazu brauchst du einen Google-Account (free). Google Forms ist sehr einfach und hat wenig gestalterische Möglichkeiten. Doch du kannst sowohl Ankreuz-Fragen (Multiple Choice) als auch offene Fragen stellen und sogar Punkte für die Antworten vergeben und vieles mehr.

Google Forms/ Google Formulare

https://www.google.com/intl/de_de/forms/about

Google bietet das Gleiche auch als kostenpflichtige G-Suite-Variante an – mit mehr Optionen und für den gewerblichen Gebrauch.

G-Suite

<https://gsuite.google.com/intl/de>

Auch mit SurveyMonkey kannst du Umfragen erstellen, anonym verschicken und auswerten. Hier gibt es ebenfalls eine Free- und eine Premium-Version.

SurveyMonkey

<https://de.surveymonkey.com>

Spiele

Um deine Business-Lieblingsmenschen besser zu visualisieren, kannst du verschiedene Techniken nutzen. Hier schlage ich dir 3 vor.

Scribble - Sketchnote

Ein Scribble oder eine **Sketchnote** anzufertigen, ist eine Möglichkeit. Scribble zum Beispiel deine Antworten dieser 10-Schritte-Anleitung. Dazu musst du nicht „zeichnen“ können, wie du es möglicherweise in der Schule gelernt hast.

Male einfach ein paar **einfache Symbole** auf und notiere dir das Wichtigste des jeweiligen Schrit-



SEO-Tipps

tes. Verbinde diese kleinen Kritzeleien mit Linien, um darzustellen, dass alles zusammenhängt.

Wenn du etwas mit den **Händen** tust, wie malen oder zeichnen, **erhöht** dies deine geistige **Leistungsfähigkeit**. Damit stärkst du wiederum den Fokus auf das, was du erreichen willst: deine Business-Lieblingsmenschen definieren.

Knete

Gleiches geschieht auch, wenn du Szenen oder Symbole knetest. Handelsübliche Knetmasse genügt. Wenn du die Hände bewegst und gleichzeitig etwas lernen willst, wird das **Gehirn** weitaus mehr aktiviert, und das Lernen geschieht wesentlich **intensiver**. Insbesondere, wenn du beide Hände miteinander nutzt. Die linke Gehirnhälfte wird für das systematische, planerische Denken aktiviert, die rechte für die Intuition.

LEGO® Serious Play

Mit LEGO® Serious Play kannst du Szenen bauen, die zeigen, welche Art Kund*innen du dir wünschst und wie du mit ihnen umgehen möchtest. Sogar **abstrakte Begriffe** wie „Werte“ lassen sich mit Lego® Serious Play in 3D **umsetzen**.

Auch hier ist das Prinzip des „mit den Händen tun“ das Wichtige. Du gestaltest etwas zum Anfassen, was du dir bisher nur in deinem Kopf vorstellst. Das erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass deine **Vision Realität wird**, weil du sie begreiflich machst = zum Greifen nah.

<https://www.lego.com/de-de/seriousplay>

Grafiken

Zum Darstellen des Ablaufs, wie der Weg mit deinen Kund*innen verläuft, kannst du eine **Infografik** erstellen und auf deiner Website posten. Damit sehen deine Business-Lieblingsmenschen auf einen Blick, was sie bei dir erwartet. Tools dafür sind beispielsweise Canva und Easel.

Canva

<https://www.canva.com>

Easel

www.easel.ly

Wichtiges zum Schluss

Du arbeitest mit **Menschen**. Genau wie du oder ich sind diese Menschen auf ihrem Weg. Manchmal stolpern sie, fallen hin, benehmen sich komisch, sind unachtsam, haben eine anstrengende Phase. Das überträgt sich auch auf deine Beziehung zu ihnen. Sei **gnädig** und wohlwollend. Mit dir selbst und mit deinen Kund*innen.



SEO-Tipps



Letztendlich sehnen sich alle Menschen nach **Anerkennung und Liebe**. Ist davon zu wenig vorhanden, benehmen sich Menschen oft seltsam. Lebe deine Größe und nimm ab und an eine **Adler-Perspektive** ein, um zu erkennen, was ihr wahrer Wunsch ist und geh über dein Herz in Verbindung mit deinen Kund*innen. Sie sind es, weshalb dein Business überhaupt möglich ist. Sei **dankbar** für sie!

Ich wünsche dir viel **Freude** dabei, zu entdecken, wer deine Business-Lieblingsmenschen wahrhaftig sind und dich täglich für sie zu entscheiden. Zieh sie in dein Business und öffne dich für sie. Es werden genau **die Richtigen** zu dir kommen, wenn du dies wirklich willst.

Super Sabine



www.super-sabine.de

Sichtbarkeitsmentorin, SEO- und Text-Expertin für selbstständige Business-Frauen

Mentoring, Webseitenberatung, SEO-Seminare, Online-Kurse & Vorträge

Mehr Workbooks für Business-Frauen:

www.super-sabine.de/seo-tipps-workbooks



SEO-Tipps

In 10 Schritten zu deinen Business-Lieblingsmenschen - Workbook für Frauen

© Sabine Krink - www.super-sabine.de

