

KICK- STARTER

**Herzlich willkommen,
zum KOSTENLOSEN Workbook –
Positionierungs-Kickstarter!**

**Know
Your
Tribe**



STARTE JETZT!

Dein kostenloses Workbook zur Positionierung und Zielgruppenanalyse deiner Marke.



SUPER,

dass du dich dafür entschieden hast, deine Marke so auszurichten und zu schärfen, dass du damit eine stabile Basis für ein erfolgreiches Business aufbauen kannst.

Eine strategisch clever gewählte Positionierung hilft dir dabei, Dein Unternehmen einzigartig aufzustellen und mit deiner Content-Strategie relevant für deine Wunschkund*innen zu werden.

Du legst du den Grundstein für langfristigen Erfolg und eine klare Ausrichtung deines Angebots und deiner Inhalte.

In diesem Workbook führe ich dich Schritt für Schritt mit zielgerichteten Fragen zu deiner Markenpositionierung.

Starte heute damit, deine Positionierung zu definieren!

***Im Idealfall führt deine
Positionierung zu einem
positiven und attraktiven
Markenerlebnis, das sich
deutlich von anderen
Anbietern abhebt.***

Du schaffst eine eindeutige Markenidentität, in der sich deine Zielgruppe richtig aufgehoben fühlt. Je besser deine Positionierung den Bedürfnissen deiner Wunschkund*innen entspricht, und je stärker du dich dabei von deinen Konkurrent*innen unterscheidest, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass Kund*innen sich aufgrund deiner Einzigartigkeit für dein Angebot entscheiden.

LOS GEHT'S:

SCHRITT 1 | Zielgruppenanalyse

Wer sind deine Wunschkund*innen?

Ich mag den Begriff „Soul-Clients“ – dabei handelt es sich um Kund*innen, die perfekt zu deiner Marke passen, weil sie durch eine tiefe, emotionale Verbindung mit deiner Brand in Beziehung stehen. Dies ist die Zielgruppe, die die Werte und die Vision deiner Marke teilen, die sich von deinen Inhalten angesprochen fühlen und deren Kaufentscheidung stark von dieser Verbindung beeinflusst wird.



■ Was sind die demografischen Merkmale deiner Zielgruppe? z.B.: Alter, Geschlecht, Einkommen, Bildungsniveau...

Schreibe alle Stichpunkte hier auf:

■ Wo lebt deine Zielgruppe? (Stadt, Land, Vorort)



Schreibe alle Stichpunkte hier auf:

■ Wie sieht der Alltag deiner Wunschzielgruppe aus?

Schreibe alle Stichpunkte hier auf:

**Know
Your
Tribe**

■ Werde nun noch etwas genauer:

Wie stellst du dir deine*n Soul-Client vor? Picke dir eine konkrete Person heraus, die du dir als Wunschkund*in vorstellst. Versuche ihn oder sie zu konkretisieren und greifbarer zu machen. Was sind die Hobbys? Was sind die Werte? Welche Medien und Kommunikationskanäle werden genutzt? Wie verhält sich dein/e Wunschkund*in in Bezug auf Kaufentscheidungen? (preisbewusst, impulsiv, markentreu)

Schreibe alle Stichpunkte hier auf:

■ Gib deinem Soul-Client einen Namen und ein Gesicht.
Suche im Internet nach einem Portrait, das super zu ihm/ihr
passt.

Schreibe alle Stichpunkte hier auf:



Beispiel

SOS!

SCHRITT 2 | Welche Gedanken halten deine Wunschkund*innen in der Nacht wach? Was sind die grössten Schmerzpunkte? Wo drückt der Schuh?

Je dringlicher das Problem deiner Kund*innen ist, desto mehr Geld würden sie dafür zahlen, damit du ihnen eine Lösung bietest. Gehe also den Bedürfnissen deiner Soul-Clients auf den Grund. Recherchiere soviel wie möglich, mache Umfragen in deiner bestehenden Community, in deinem Bekanntenkreis, in Facebook-Gruppen und Foren.

Formuliere in der Ich-Form, aus der Sicht der Wunschkund*innen.

Schreibe alle Stichpunkte hier auf:

HELP!

SCHRITT 3 | Welches echte Problem löst du für deinen Soul-Client?

Eine Dienstleistung oder ein Produkt wird gekauft, um das Leben der Käufer*innen zu vereinfachen, zu bereichern oder problemfreier zu gestalten. Nun ist es an dir, dein Angebot so zu konzipieren, dass du deinen Kund*innen einen echten Mehrwert bietest und sie von einem Schmerzpunkt befreist.

Versuche, das Kund*innen-Problem, das du mit deinem Angebot lösen wirst, in einem Satz zu formulieren:

DENK DARAN:

Um dein Angebot auf die Bedürfnisse deiner Zielgruppe zuzuschneiden und ihre Schmerzpunkte zu lösen, ist es entscheidend, sich in ihre Lage zu versetzen, ihre Herausforderungen zu verstehen und dann klar zu formulieren, wie genau dein Produkt, oder deine Dienstleistung, ihr Leben vereinfachen, bereichern oder problemfreier gestalten wird.

**EINMALIG
INNOVATIV
ÜBERZEUGEND**

SCHRITT 4 | Was macht dich einzigartig?

Eine klare Definition des Alleinstellungsmerkmals deines Unternehmens, oder Produkts, ist unerlässlich. Was macht dein Angebot einzigartig? Was machst du anders als Andere? Warum sollten sich Kund*innen für dich entscheiden?

Es ist wichtig zu beachten, dass deine Einzigartigkeit authentisch und glaubwürdig formuliert sein sollte. Fasse dein Positionierungs-Statement in einem Satz zusammen:

GLÜCKWUNSCH!

Du hast nun die Basis für eine glasklare Positionierung geschaffen. Das ist der beste Start, für eine zielgerichtete Content-Strategie!

WIE GEHT ES WEITER?



1:1 COACHING CONTENT-STRATEGIE

Schluss mit Content-Frust!

Mit meinem Beratungspaket helfe ich dir, deine Positionierung zu schärfen und eine fundierte Content-Strategie für dein Unternehmen zu entwickeln. Damit du endlich weißt, was du tun musst, um mit deinem Content erfolgreich zu sein.

[BUCHE EIN ERSTGESPRÄCH](#)