

Modul 3

Was bietest Du an? – Dein Produkt

Ziel

Du wirst am Ende des Moduls ein **konkretes Produkt** entwickelt haben, welches Du Deinen Kunden anbieten kannst. Produkt heißt in diesem Fall, Du überlegst Dir, welche **konkrete Dienstleistung** Du anbieten möchtest.

Inhalt

Nachdem Du Dich im letzten Modul ausführlich damit beschäftigt hast, wer Dein **Idealkunde** sein wird, werden wir in diesem Modul einen Schritt weitergehen. Du wirst Dir nämlich überlegen, welches Produkt Du Deinen Kunden anbieten möchtest. Also, was kannst Du für Deine Kunden tun? Das Ziel ist eine **Nische** zu finden, in der Du Dich gut auskennst und damit Deinen Kunden einen Nutzen bieten kannst.

Um eine **Marktnische** finden zu können, ist es sehr wichtig, dass Du Dir ein konkretes Produkt überlegst. Ansonsten bleibt Dein Angebot schwammig.

Stell Dir vor, jemand fragt Dich: „Na, was machst Du denn so beruflich?“ und Du antwortest: „Ich bin Coach.“ Was heißt das dann für Deinen Gesprächspartner? Weiß er jetzt genau was Du anbietest? Klingt das interessant? Nicht wirklich, oder?



Welches Problem löst Du?

Deine potentiellen Kunden möchten von Dir wissen, ob sie **mit ihrem Problem bei Dir richtig sind** und ob Du ihnen helfen kannst, es zu lösen. Wirst Du eher als Personalcoach arbeiten, der sich beispielsweise um Familienprobleme oder Konflikte im Alltag kümmert oder eher als Businesscoach, der Topmanager vor dem Burn-Out bewahrt? Was wirst Du auf Deine Website schreiben?

Lerne Deine Kunden kennen

Um aber ein konkretes Produkt entwickeln zu können, ist es wichtig, dass Du **Deinen Kunden so gut wie nur möglich kennst**, denn nur dann weißt Du, welche Probleme er hat.

Unabhängig davon, gibt es vielleicht schon einen Bereich, der für Dich in Frage kommt; mit dem Du Dich schon länger beschäftigt hast. Das wirst Du gleich herausarbeiten.

Doch vorab noch etwas Grundsätzliches:

Wenn Du Dir die Angebote einiger Coaches anschaust, wirst Du oftmals Ähnlichkeiten feststellen: Die Qualifikationen des Coachs, sprich Aus- und Weiterbildungen, werden in den Vordergrund gestellt, statt mit dem eigentlichen Angebot zu werben.

Häufig wirst Du so etwas lesen wie: NLP-Coaching, Systemischer Coach, Hypnosepraxis oder Zertifizierter Coach nach XY. Das Angebot wird demnach oft um die methodische Ausrichtung herum gebaut.

Dies soll Dir ein frei erfundenes Beispiel veranschaulichen: Max M. ist Businesscoach und schreibt auf seiner Website unter der Rubrik »Über mich«: „Nach einem Studium der Betriebswirtschaftslehre und mehrjähriger Tätigkeit im Personalwesen habe ich eine systemische Coaching-Ausbildung gemacht. Um mich weiter zu qualifizieren, habe ich eine NLP-Practitioner-Weiterbildung absolviert und mich systemisch-ressourcenorientiert sowie in Psychodrama weitergebildet.“



Wenn seine Kunden es überhaupt bis zum Ende lesen, würden sie vielleicht sagen: „Und jetzt?“ Für wen ist diese Information wirklich wichtig? Die meisten unserer Kunden kennen sich mit den verschiedensten Ausbildungen und Weiterbildungen, geschweige denn mit irgendwelchen Methoden nicht aus. **Sie haben ein Problem und möchten dies mit unserer Unterstützung lösen.** Ein nachvollziehbarer Anspruch.

Und mal ganz ehrlich, bis jetzt ist noch niemand in meine Coaching-Praxis gekommen und hat gesagt: »Ich habe einen Konflikt mit meiner Kollegin. Den möchte ich mithilfe von NLP lösen.« Oder: »Bitte verhelfen Sie mir mit Hypnocoaching zu einem neuen Job.« Es verhält sich eher umgekehrt: Deine Klienten suchen im Internet nach einem Coach, der sich mit ihrem Problem auskennt. Erst danach ist, wenn überhaupt, die Methode interessant. Natürlich kann auch mal Werbung mit der einen oder anderen Coaching-Methode funktionieren. **Viel sinnvoller und effektiver ist es allerdings, wenn Du ganz klar den Kundennutzen kommunizierst!!**

Ran an den Speck!

Mit den folgenden Aufgaben wollen wir Dich dazu ermuntern, Dich intensiv mit Deinem Angebot zu beschäftigen. Du wirst merken, dass es vieles einfacher macht, wenn Dein Produkt konkretisiert ist, und damit Deine Werbung. Doch dazu kommen wir erst im nächsten Modul.

Jetzt ist es erst mal Zeit für DEIN Produkt. **Warte nicht lange, sondern leg gleich los.** Denk daran, in der Gruppe sind Gleichgesinnte, die sich bestimmt gerne mit Dir austauschen. Nutze die Gelegenheit.