

PRODUKT & POSITIONIERUNG

Werde einzigartig auf dem Markt



POSITIONIERUNG

Definition: Was das Produkt leistet - für wen - und warum

- Was biete ich?
- Wer ist mein Wunschkunde?
- Warum will/muss er mein Produkt haben?

VORTEILE STARKER POSITIONIERUNG

- Verringert Deinen Streuverlust
- Erhöht Deine Effektivität
- Ermöglicht es Dir, Herausragendes zu leisten
- Spart Kosten
- Erleichtert Dir den Markteintritt
- Macht Dein Unternehmen einzigartig
- Macht Deine Lösung wertvoll
- Schafft Erfolgsergebnisse
- Schützt Dich vor Wettbewerbern
- Fördert Wachstum

WIE FINDE ICH MEINE POSITIONIERUNG?

- Finden eines USP
(Unique Selling Proposition)
- Unterscheidungsmerkmale zum Wettbewerb oder gar Alleinstellungsmerkmale
- Positionierung in einer Marktnische

DIE MARKTNISCHE

Ein Teil von dem Gesamtmarkt, welcher von Verbrauchern nicht vollständig befriedigt ist und von anderen Wettbewerbern erschlossen ist. Aus dem Grund als besonders lukrativ wirken. (Quelle: Lexikon)

- Je stärker man sich in einer Marktnische positionieren kann, desto stärker ist das Echo auf allen Seiten
- Spitze Positionierung = Deine Lösung ist die einzige Lösung



AUFGABE

Produkt

- Unterbreite mind. 5 Personen deiner Zielgruppe dein Angebot
- Welche Einwände gab es?
- Welche Änderungen kannst du daraus schliessen?
- Erarbeite dein Package nach der Anleitung.

Anleitung Erstellung Package

Definiere: Titel, Beschreibung, Dauer, Preis, Betreuung, Ergebnis für den Kunden, Zusammenfassung (in 3 Sätzen)

CHECKLISTE POSITIONIERUNG ZUR FINALISIERUNG

Wenn Du diese Fragen zum grossen Teil bejahen kannst, wurde die Aufgabe Positionierung & Produkt richtig erledigt.

- Du kennst Deine Kernkompetenz (und Dein Kernangebot). Du weisst, was Du wirklich gut kannst und warum dieses Thema so wichtig ist.
- Du kennst Deinen Wunschkunden und dessen Probleme.
- Deine Tätigkeit formulierst Du klar und authentisch in einem Elevator-Pitch / Angebotssatz, so dass Deine Zuhörer (oder Leser) neugierig werden und mehr erfahren möchten.
- Du hast Referenzen und Erfahrungsberichte, um Deine Kompetenz glaubhaft darzustellen.
- Du kommunizierst nutzerorientiert, sodass Interessenten den Nutzen Deines Angebots sofort erkennen. (Erkläre es einem Kind)

CHECKLISTE POSITIONIERUNG ZUR FINALISIERUNG

- Du bist online und offline sichtbar, damit Deine Zielkunden Dich finden, kennen lernen und Vertrauen zu Dir aufbauen.
- Deine Preisstruktur gibt den Wert Deiner Leistung wieder.
- Du verkaufst Dich weder unter noch über dem Preis, weil Du weißt, was Dein Produkt für einen Wert hat.
- Du hast verstanden, wie Du Dich als Marke oder Person positionieren kannst.
- Deine (Marken-)Positionierung und Dein Marketing sind schlüssig und zielführend.
- Du gewinnst damit Kunden!
- Du hast ein aktives Netzwerk von Kollegen und Empfehlungspartnern, mit denen Du gemeinsame Chancen wahrnehmen kannst.