Wie du dein PPO findest, das dich in die 5-Stelligkeit führt

FortuneFamily

Die klassische Positionierung, so wie du sie kennst, hat ausgedient.

Ich helfe xxx aus dem Schmerz zu kommen

kommt aus dem Mittelalter, wenn man die Schnell-lebigkeit des Online Marketings betrachtet.

Und es bringt keine Kunden mehr.

Zu viele Coaches versuchen ihr Glück bei Social Media. Jeder ist vergleichbar geworden.

Ich helfe Frauen, aus der Überforderung in die Leichtigkeit zu kommen

haut keinen mehr vom Hocker. Und das ist viel zu schade, denn du hast so viel zu geben.

Bedeutet das, dass die goldene Ära des Coachings schon vorbei ist, bevor du es geschafft hast, dir ein geniales Coaching Business aufzubauen?

FortuneFamily

Stell dir vor, wie es wäre, wenn du jeden Tag einen neuen Kunden für dein Gruppenprogramm bekommst, der dir Preise ab 1.500 Euro zahlt?

Und bevor du jetzt die Hände über dem Kopf schlägst, dass du ja nie im Leben so viele Kunden gleichzeitig betreuen kannst, lass uns erstmal deinen inneren Kritiker beiseite schieben und anfangen zu träumen.

Denn das ist genauso wichtig, wie dein PPO.

Ok.

Was würde es bei dir in deinem Business verändern, wenn du jeden Tag einen Kunden bekommst, der dir mindestens 1.500 Euro für, sagen wir mal, 8 Wochen Begleitung bezahlt?

Wie vielen Menschen könntest du helfen und ein Beitrag sein?
Und was würde es in deinem Leben verändern?
Wo würdest du wohnen? Mit wem?
Wie würde dein Alltag aussehen?
Was würdest du dir leisten?
Welchen Traum von deiner Bucket List würdest du dir erfüllen?
Welche Jobs und Aufträge würdest du noch annehmen?

FortuneFamily

Schreibe hier deine Gedanken auf...

FortuneFamily

Dann lass uns jetzt dein PPO herausfinden und bestimmen.

Ein wesentliches Merkmal deines PPOs ist der Promise: das Versprechen, dass du abgibst.

Ja, du darfst und sollst deinen Kunden etwas versprechen. Und zwar ein atemberaubendes Ziel, den innigsten Wunsch deines idealen Kunden.

Was ist der innigste Wunsch von jedem kranken Menschen? **Absolut gesund zu werden.**

Was ist der innigste Wunsch von einer Mutter, deren Kind seit Monaten oder gar Jahren nicht durchschläft? **Natürlich, dass das Kind die Nächte durchschläft.**

Was ist der innigste Wunsch von einer Frau, die in einer Beziehung unglücklich ist und sich mit ihrem Partner nur streitet? **Sie will eine glückliche Beziehung ohne Streit haben, in der sie gehört und verstanden wird.**

Was ist der innigste Wunsch von einem Angestellten, der von seiner Arbeit unterfordert und gelangweilt ist? **Natürlich will er einen neuen Job haben, der ihn absolut erfüllt und der ihm noch mehr Geld bringt.**

Hast du die Idee verstanden?

FortuneFamily

Damit das Ziel noch sexier und schärfer wird, musst du darauf achten, dass es konkret formuliert und messbar ist und außerdem für deinen idealen Kunden etwas an Wert darstellt.

Je wertiger das Ziel ist, desto höher darf dein Preis ausfallen.

Jetzt wirst du wahrscheinlich die Hände über dem Kopf zusammenschlagen und protestieren:
Wie kann ich meinem Kunden etwas versprechen? Was ist, wenn er das Ziel nicht erreicht? Ist er dann unzufrieden? Werde ich dann angeklagt?

Das ist ja das tolle an dem PPO. Mit dem Versprechen wirst du Interessenten und Kunden anziehen, die das Ziel erreichen wollen, die bereit sind, alles dafür zu tun.

**Eins darfst du noch verstehen und integrieren.
Wer ist für das Erreichen des Ziels verantwortlich?
Du oder dein Kunde?**

Du als Coach und Mentor bist nur der Wegbegleiter, der den Kunden auf dem kürzesten Weg zu seinem Ziel führt. Laufen muss jeder selbst.

Und ja, uns ist es bewusst, dass du bei manchen Themen wie z.B. Gesundheit kein Versprechen geben darfst. Mache die Übung trotzdem und du wirst am Ende sehen, dass es auch für dich funktioniert.

FortuneFamily

Dann lass uns jetzt herausfinden, was dein PPO sein könnte.

FortuneFamily

1.

Brainstorming

Bei diesem Schritt ist es mega wichtig, dass du hier deinen Gedanken freien Lauf lässt. Der Kritiker ist hier erstmal fehl am Platz. Also, sorge dafür, dass du für ein paar Minuten kreativ arbeiten kannst.

1. Welche Geschichte bringe ich mit: Was habe ich erlebt und selbst gelöst?

Sei authentisch. Welches Wissen hast du in dir, das du mit der Welt teilen kannst? Schreib alles auf, was dir einfällt, ohne dass der Kritiker in dir anspringt.

2. Welche Themen habe ich schon erfolgreich gecoacht?

Wenn du schon Kunden hattest, dann schreib hier alles auf, womit deine Kunden zu dir gekommen sind. Als ich selbst noch keine Coaching Kunden hatte, habe ich für mich bei dieser Frage aufgeschrieben, dass ich ein unglaubliches Wissen im Online-Marketing habe, weil ich das schon seit über 22 Jahren mache.

3. Für welches Thema will ich bekannt sein und als Experte anerkannt werden?

Ich zum Beispiel wollte immer die Business-Frau sein, eine Frau, die ein erfolgreiches Unternehmen aufgebaut hat und Millionärin ist. Lerne mit dieser Frage, dich selbst besser zu verstehen und dein neues Ich zu definieren.

4. Welche Methode habe ich selbst entwickelt oder kann ich entwickeln?

Was machst du anders, hast du schon eine eigene Methode oder kannst du dir eine eigene erschaffen? Die Methode der Fortune Family ist "One Client A Day". Reflektiere diese Frage immer wieder, denn eine Methode kommt nicht über Nacht, sie entwickelt sich. Fällt dir dazu nichts ein? Das ist auch nicht schlimm, es darf ja kommen. Bis dahin kannst du trotzdem Kunden gewinnen.

---

5. Was coache ich besonders gerne?

Welche Themen liegen dir am meisten? Wo gehst du am meisten auf und kannt all deine Fähigkeiten entfalten lassen? Auch das wird sich im Laufe der Zeit ändern bzw. entwickeln und du kannst die Antwort immer wieder anpassen.

---

6. Was fällt mir total leicht, dass ich oft denke, warum können das die anderen nicht?

Oft sind deine versteckten Fähigkeiten die, bei denen du denkst: Das ist doch nichts besonderes, was ich da mache. Das kann doch jeder! Vielleicht kannst du dich ganz besonders gut in andere reinversetzen, oder dir fällt es super leicht, die richtigen Anlageentscheidungen zu treffen.

---

7. Was ist mein Alleinstellungsmerkmal?

Mein Alleinstellungsmerkmal war damals meine langjährige Erfahrung im Online-Marketing. Oder mit Chris zusammen ist unser Alleinstellungsmerkmal, dass wir als Paar zusammen ein Business aufgebaut haben, und dass alle unsere Kunden ihren eigenen Mentor haben, der sie begleitet.

8. Was mache ich besser / was will ich besser machen als die Konkurrenz?

Wir haben uns immer die Frage gestellt, was wir besser machen können als unser eigener Mentor. Daher läuft unser Support z.B. über Whatsapp und nicht e-mail. Schau dir deine Konkurrenz genau an, dann bekommst du viele Hinweise, was du besser machen kannst als sie.

Platz für weitere Gedanken...

FortuneFamily

Avatar / der ideale Kunde

2.

Damit du ganz genau weißt, wen du anziehen willst und vor allem, welches wertige Ziel du deinen Kunden vorgibst, musst du für dich deinen idealen Kunden festlegen. Gerade im Online Marketing wirst du dich viel leichter tun, wenn du all deine Posts und Lives nur an eine Person richtest. Wir sprechen immer nur mit einer Person - unserem Avatar. So gelingt es uns, genau die Kunden anzuziehen, die wir haben wollen. Bist du dir unsicher, welchen Avatar du nehmen sollst, dann mache die Arbeit für jeden Avatar (mit verschiedenen Themen) und dann schau, bei welchem Avatar es dir am leichtesten gefallen ist.

1. Wer ist die Person?

Dein Avatar ist nie eine Gruppe, sondern immer eine konkrete Person, am allerbesten dein Lieblingskunde. Wie heißt sie und wie alt ist sie?

_____

_____

2. In welcher genauen Situation steckt die Person?

Ist dein Avatar verheiratet oder alleinstehend, oder vielleicht alleinerziehend? Ist die Person in einem Angestelltenverhältnis? Wie sieht sein Alltag aus? Stell dir vor, dein Avatar ruft dich an und berichtet von seiner aktuellen Situation, was würde die Person dir dann erzählen? Begebe dich auf ihre Bewusstseinsebene: Beleuchte die Situation immer aus Sicht deines Avatars, nicht aus deiner Sicht.

_____

_____

3. Welche bewussten Probleme hat die Person?

Unsere Kunden haben zum Beispiel oftmals das Problem, dass sie zu wenige eigene Kunden haben, oder die Einnahmen nur unregelmäßig kommen und sie nicht von ihrem Business leben können. Bewusste Probleme ist hier das Stichwort. Wie benennt dein Avatar die Probleme?

---

4. Will die Person das verändern?

Kannst du diese Frage nicht mit einem "Ja" beantworten, wird es unheimlich schwer für dich werden: denn dann musst du die Person erst noch davon überzeugen, dass sich etwas ändern muss, um ihr Problem zu lösen. Hast du ein "Nein" suche für dich einen anderen Avatar aus.

---

5. Wovon träumt die Person?

Denke an dein Avatar und überlege, wovon diese Person träumt. Sind es mehr Kunden, oder eine glückliche Partnerschaft, oder ein ortsgebundenes Leben beispielsweise. Und kann sich die Person überhaupt vorstellen, dass dieser Traum möglich ist?

---

6. Wovon träumt die Person, wenn sie keine Angst hätte?

Diese Frage öffnet nochmal einiges: Was sind die großen, atemberaubenden Ziele von deiner Person? Wovon träumt sie, wenn alles möglich wäre?

7. Welche Blockaden, Mindset Hindernisse, Bullshit Stories hat die Person?

Welche Stories erzählt sich die Person selbst, um zu erklären, warum sie noch nicht dort ist, wo sie eigentlich sein möchte. Was muss sie von dir hören, damit der alles entscheidende Mindset-Shift kommt und sie erkennt: "Ich brauch jetzt Hilfe, um mein Ziel zu erreichen."

Platz für weitere Gedanken...

FortuneFamily

Dein PPO

3.

Meine Zielgruppe:

Konkrete Situation der Person:
Beschreibe deine Zielgruppe mit ihrem konkreten Problem. (z.B. Frauen, die abnehmen möchten, oder Frauen mit einem kranken Hund usw.)

Das absolute Traumziel der Person:

Welches Traumziel hast du bei deinem Avatar aufgeschrieben?

Kann ich das Traumziel noch konkreter formulieren?
Wenn das Traumziel beispielsweise ist, mehr Kunden zu bekommen, dann könntest du konkreter sagen: das Ziel ist ein Kunde am Tag

Wie kann ich das Traumziel messbar machen?
Ist das Traumziel beispielsweise mehr Gesundheit, kannst du den Grad der Genesung messen.

Ist der Weg zum Ziel komplex?

Kannst Du einen Prozess durchführen, der nachhaltig dazu beiträgt, das Problem Deines Kunden zu lösen?
Wenn da ein "nein" kommt, ist dein Versprechen noch nicht wertig genug.

Interner PPO für Heiler:
Ich helfe (Zielgruppe), die (Situation beschreiben), (Ziel) zu erreichen.
Hier darfst du ohne Restriktionen für dich selbst für Klarheit sorgen, was du denn da genau machst. Bist du ein Heiler:in? Dann sag doch, dass du das kannst. Punkt.

Marketing-PPO:
Ich helfe (Zielgruppe), die (Situation beschreiben), (Ziel) zu erreichen (optional mit deiner eigenen Methode).
Bewege dich gesetzeskonform: Als Heiler darfst du kein Heilversprechen abgeben, aber du darfst deinen Kunden zum Beispiel versprechen: „Du aktivierst deine Heilungskräfte".

Dauer des Programms, um das Ziel zu erreichen:
Wie lange wird die Person ungefähr brauchen, um den Prozess zu durchlaufen und das Ziel zu erreichen? Eine Gruppe verstärkt die Zielerreichung. Und: Weniger ist mehr!

Was braucht es alles, damit mein Kunde das Ziel erreicht?
Brauchst du vielleicht einen Mitgliederbereich oder Meditationen für deine Kunden? Brauchst du Videos für die Teilnehmer? Wenn du den Prozess mit deinen Kunden durchläufst, wirst du erkennen, was du noch benötigst, um deine Kunden besser führen zu können.

Muss ich Zwischenziele setzen (verschiedene Programme)?
Ist das Traumziel für den Kunden vorstellbar, oder ist es ratsam, Zwischenziele zu setzen? Wir sagen: Jeder Coach kann Millionär werden. Für manche ist es einfacher, als Zwischenziel die 5-Stelligkeit zu setzen und sich später dem eigentl. Traumziel zu nähern.

Sexy Name für das 1. Programm:
Wähle bitte keinen Appell, sondern einen richtig schönen Namen.

_____

_____

Herzlichen Glückwunsch!
Du hast dein PPO kreiert!

Und jetzt raus damit in die Welt und testen, lernen, schärfen, testen, lernen und natürlich Kunden gewinnen.

Bonus für deinen inneren Kritiker: *Weißt du noch, der Gedanke, dass du doch so viele Menschen gleichzeitig nicht betreut bekommst? Wir zum Beispiel bieten nur Gruppenprogramme an, wo Teilnehmer jederzeit starten können. Wir nutzen die Energie der Gruppe, um unsere Teilnehmer noch schneller an ihr Ziel zu begleiten, denn diese Energie ist ein gigantischer Booster, wenn du weißt, wie du sie einsetzt. Natürlich haben wir auch für jeden eine individuelle Betreuung, aber die wird sehr selten in Anspruch genommen, denn du kannst deine Live Coachings so strukturieren, dass sie jedem Teilnehmer helfen, ihr Ziel zu erreichen. Und wir laden dich hiermit ein, Gruppencoachings in dein Business zu integrieren!*

FortuneFamily

Bist du dir unsicher, ob du dein PPO treffend, anziehend und sexy formuliert hast?

Bist du dir unsicher, ob du damit sichtbar werden kannst und damit Kunden bekommst?

Hier kannst du deine Business-Analyse buchen:

kostenfreie Analyse buchen

Wir freuen uns auf dich!

FortuneFamily