

Sascha Theobald



Ihre Checkliste

Bin ich klar
positioniert?



Was ist Positionierung?

Laut Werber David Ogilvy geht es bei der Positionierung darum, »was das Produkt leistet – und für wen«. Aber für Selbständige in Zeiten der Austauschbarkeit greift das zu kurz. Wo Leistungen austauschbar sind, kommt es auf Persönlichkeit an – auf Erfahrungen, Überzeugungen, Mission und die spezielle Art und Weise.

***Meine Definition von Positionierung:** Bei der Positionierung geht es darum, herauszuarbeiten, wofür Sie stehen und was Sie bewirken wollen. Eine feste Position einzunehmen und daraus heraus klar zu kommunizieren. Damit Sie in Ihre Stärke finden, sich vom Wettbewerb abgrenzen und Vertrauen schaffen.*

Eine klare Positionierung schafft Klarheit und gibt Orientierung. Sie ist das Fundament für ein effizientes Marketing und eine klare Kommunikation. Aber für Selbständige ist sie viel mehr: Sie ist Voraussetzung dafür, selbstbestimmt zu arbeiten, sein Potenzial zu nutzen und höhere Honorare zu erreichen.



Die David-Positionierung: Positionierung für Selbständige

Ich arbeite mit Selbständigen – den Davids unserer Wirtschaft. Ihre Situation ist anders als die großer Player. Business und Persönliches sind eng verwoben. Sie arbeiten mit knappen Ressourcen und trauen sich oft weniger zu. **Die klassische Positionierung passt hier nicht wirklich.** Deswegen habe ich die David-Positionierung entwickelt.

David steht für den Kleinen, Unscheinbaren, dem niemand zutraut, den Großen zu besiegen. **Bei der David-Positionierung geht es darum, Selbständige in ihre Stärke zu bringen.** Statt auf Wettbewerb und Nische zu schießen, geht es zunächst darum, Klarheit über die eigenen Stärken, Besonderheiten und Potenziale zu schaffen. Mit meinen Kund:innen arbeite ich intensiv an den drei Säulen Identität, Wunschkund:innen und Wert.

Selbständige leisten Wertvolles. Sie kämpfen für ihre Ideen und nehmen dafür Unsicherheiten in Kauf. Sie haben es verdient, der Vergleichbarkeit zu entkommen und in ihre Stärke zu finden. Sie haben es verdient, Ihren Weg selbstbestimmt zu gehen und ihr Potenzial zu entfalten.

Mehr über die David-Positionierung finden Sie auf www.sascha-theobald.de/positionierung/



Wie funktioniert diese Checkliste?

Sie wissen, wie wichtig eine klare Positionierung für Sie und Ihr Business ist. Sie können aber schlecht einschätzen, wie gut Sie positioniert sind?

Mit dieser Checkliste klopfen Sie die wichtigsten Anzeichen ab. Dazu habe ich 16 Aussagen aufbereitet und in 4 Bereiche aufgeteilt. Nehmen Sie sich die Checkliste in Ruhe vor und prüfen Sie, ob die Aussagen für Sie zutreffen.



Stimmen Sie der Aussage voller Überzeugung zu? Dann Haken dran!



Stolpern Sie über die Aussage oder sehen Sie Handlungsbedarf?

Dann gibt's ein Kreuz. In die Zeilen darunter können Sie Ihre spontanen Gedanken notieren. Wo hapert es konkret? Wie fühlt sich das an? Was soll sich ändern? Was wünschen Sie sich?

Mit den Erkenntnissen aus dieser Checkliste können Sie dann gezielt an Ihrer Positionierung arbeiten und so in Ihre Stärke finden.

Los geht's!



1. Identität

Ich weiß, wofür ich stehe.

Ihnen ist klar, was Sie besonders gut und gerne machen. Welches Wissen und welche Erfahrungen Sie mitbringen. Was Sie anders machen als Ihre Wettbewerber:innen. Sie haben eine klare Haltung zu Ihrem Thema und können die auch klar vermitteln.

.....

.....

.....

Ich kenne meine Mission.

Eine Berufsbezeichnung ist austauschbar. Sie wissen, wozu Sie das alles machen und was Sie bewirken wollen. Sie können klar vermitteln, wofür Sie antreten und wie Sie das Leben Ihrer Kund:innen verändern. Ihre Mission ist der Nordstern für Ihr Tun.

.....

.....

.....



Ich mache mein Ding.

Sie folgen Ihrem eigenen Weg und nicht dem, was man vermeintlich tun muss. Sie fühlen sich selbstbestimmt und frei in Ihren Entscheidungen. Sie arbeiten, wie und mit wem Sie wollen. Sie sehen den Sinn Ihrer Arbeit und sind zufrieden.

.....

.....

.....

Die Konkurrenz stresst mich nicht.

Sie spielen nicht ständig auf den Wettbewerb, sondern sind ganz bei sich selbst. Sie haben Ihren Platz gefunden und wissen, dass der Kuchen groß genug ist. Sie fühlen sich nicht von jedem bedroht, sondern gönnen auch Kolleg:innen Erfolge.

.....

.....

.....



2. Wunschkund:innen

Ich habe eine klar abgegrenzte Zielgruppe.

Ihre Zielgruppe ist nicht »irgendwie alle«. Sie haben klar vor Augen, wen Sie erreichen wollen und was diese Menschen brauchen. Sie wissen auch, wer nicht zu Ihnen passt. Diese Menschen versuchen Sie erst gar nicht zu überzeugen.

.....

.....

.....

Ich kenne die Situation meiner Wunschkund:innen.

Sie beschreiben Ihre Wunschkund:innen nicht nur anhand von demografischen Faktoren. Sie hören diesen Menschen zu. Sie kennen die konkreten Probleme, Bedürfnisse und Wünsche. Sie kennen und nutzen deren Worte.

.....

.....

.....



Meine Angebote sind speziell.

Sie bieten nicht die üblichen Einzelleistungen, sondern beste Lösungen für typische Situationen Ihrer Wunschkund:innen. Darin verknüpfen Sie das, was Sie besonders gut und gerne machen, mit den wichtigsten Bedürfnissen dieser Menschen.

.....

.....

.....

Ich gewinne stetig passende Kund:innen.

Sie bekomme großteils passende Anfragen. Die Menschen buchen Sie nicht, weil Sie günstig sind, sondern weil sie genau mit Ihnen arbeiten wollen. Sie erfahren schon im ersten Kontakt Wertschätzung für Ihre Arbeit, Ihren Ansatz und Ihre Haltung.

.....

.....

.....



3. Wert

Ich kenne den Wert meiner Arbeit.

Sie wissen, wie Sie das Leben Ihrer Wunschkund:innen verändern. Wie sich die Situation für diese Menschen vor, während und nach der Zusammenarbeit anfühlt. Ihre Preise spiegeln diesen Wert wider und sind nicht durch den Wettbewerb diktiert.

.....

.....

.....

Ich fokussiere mich darauf, den Wert zu steigern.

Statt sich auf kleine Preise zu fokussieren, investieren Sie in den Wert für Ihre Wunschkund:innen. Sie nehmen sich Zeit, um sich fortzubilden, Ihr Angebot zu optimieren und an besseren Ergebnissen zu arbeiten.

.....

.....

.....



Ich muss nicht über Preise verhandeln.

Sie können den besonderen Wert Ihrer Arbeit klar vermitteln. Mit Ihrer Kommunikation schaffen Sie Resonanz und Vertrauen. Ihre Wunschkund:innen spüren, dass sie deren Situation verstehen und die optimale Lösung bieten.

.....

.....

.....

Ich habe ausreichend Freiraum.

Ihre Tage sind nicht vollgestopft. Sie fühlen sich nicht getrieben. Sie haben die Ruhe, bessere Ergebnisse zu schaffen. Sie können sich fortbilden und Dinge weiterdenken. Sie haben Zeit für Ihr Marketing. Ihre Honorare ermöglichen diesen Freiraum.

.....

.....

.....



4. Kommunikation

Ich kommuniziere klar.

Sie können souverän vermitteln, wofür Sie stehen. Sie kennen Ihre Kernbotschaften und nutzen sie. Sie formulieren kernig, persönlich und lebendig. Sie klingen nicht wie die anderen. Sie schreiben nicht gefällig. Gelegentlicher Gegenwind stört Sie nicht.

.....

.....

.....

Ich habe mein Marketing im Griff.

Sie arbeiten kontinuierlich und fokussiert an Ihrem Marketing. Ihr Auftritt wirkt rund, sie fühlen sich damit gut repräsentiert. Sie kümmern sich um die wesentlichen Dinge, statt jedem Hype hinterherzulaufen. Sie spüren die gewünschte Wirkung.

.....

.....

.....



Ich renne Aufträgen nicht hinterher.

Sie treten souverän auf und schaffen einen Sog. Sie haben nicht das Gefühl, sich verkaufen zu müssen. Sie verlangen angemessene Honorare und bleiben dabei standhaft. Unpassende Aufträge lehnen Sie frühzeitig ab.

.....

.....

.....

Ich werde passend empfohlen.

Relevante Menschen nehmen Sie so wahr, wie Sie es sich wünschen. Sie verstehen, wofür Sie stehen und können das auch weitergeben. Sie werden mit passenden Attributen empfohlen. Das spiegelt sich in passenden Anfragen wider.

.....

.....

.....



Wie geht's weiter?

Sie haben festgestellt, dass Handlungsbedarf besteht und suchen Unterstützung?
Sie möchten abklöpfen, ob ich für Sie der richtige Sparringspartner bin?

Lassen Sie uns unverbindlich über Ihre Situation und Ihre Fragen sprechen. Eine kurze Nachricht genügt. Ich melde mich dann bei Ihnen, um einen Termin zu vereinbaren.

E-Mail: hallo@sascha-theobald.de

Telefon: 02238 4482515

Sascha Theobald: Sparringspartner für Positionierung

Mein Name ist Sascha Theobald. Seit über 20 Jahren bin ich im Marketing aktiv, seit 2005 selbständig. Als einer der wenigen Anbieter im deutschsprachigen Raum habe ich mich ausschließlich auf die Positionierung Selbständiger fokussiert.

»Meine Mission ist es, Selbständige zu stärken.

Damit sie selbstbestimmt leben und ihr Potenzial nutzen.«

Mehr über mich erfahren Sie auf

www.sascha-theobald.de/sparringspartner-positionierung/



Impressum

Verantwortlich für den Inhalt: Sascha Theobald

Heßgasse 1, 50129 Bergheim

Telefon: 02238 4482515, E-Mail: hallo@sascha-theobald.de

USt-ID: DE241080683

Haftungsausschluss

Die Inhalte dieses E-Papers habe ich mit großer Sorgfalt erstellt. Für Richtigkeit und Vollständigkeit der Inhalte und was Sie daraus machen, kann ich aber keine Gewähr übernehmen. Ich rate davon ab, blind irgendwelchen Vorlagen zu folgen. Es gibt keine allgemeingültigen Erfolgsformeln. So sind meine Inhalte auch nur als Impulse zu verstehen. Sie ersetzen keine individuelle Beratung. Nur im persönlichen Gespräch kann ich auf Ihre konkrete Situation eingehen und Besonderheiten berücksichtigen.

Urheberrecht

Die Inhalte dieses E-Papers sind urheberrechtlich geschützt. Sie dürfen das Dokument unverändert weitergeben. Eine Vervielfältigung oder anderweitige Verwendung der Inhalte (auch auszugsweise) ist ohne meine schriftliche Genehmigung nicht gestattet.

Dieses E-Paper finden Sie online unter

<https://www.sascha-theobald.de/checkliste-positionierung/>

Version 1.1