



CHIARA DI GIUSTO

Deine ideale Kundin

Das wichtigste Fundament

Die Kenntnisse über deine ideale Kundin ist einer der wichtigsten Bestandteile deiner Positionierung.

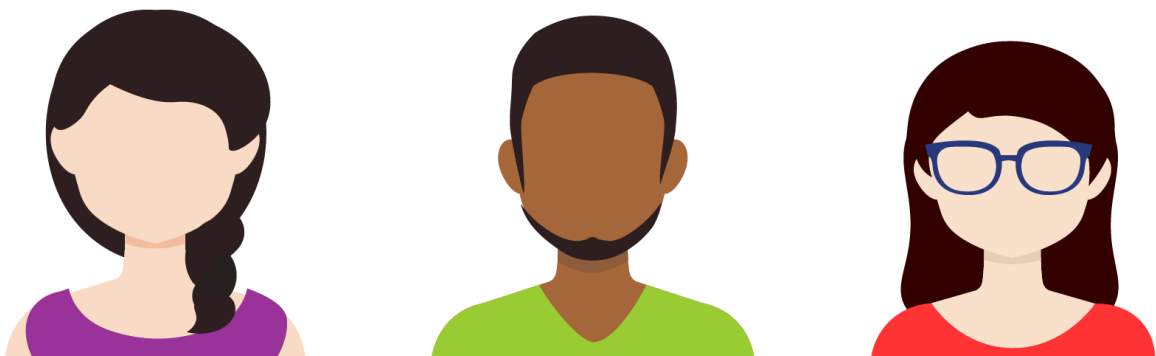
Es kann gut sein, dass sich dieses Thema noch ein paar Mal in weiteren Übungen wiederholen wird. Denn die Wichtigkeit ist wie gesagt, nicht zu unterschätzen.

Es geht darum eine starke Botschaft zu vermitteln und einen Expertenstatus aufzubauen. Dies ergibt sich aus dem Wissen, wer dein idealer Kunde ist.

Dieses Dokument ist sehr umfangreich und detailliert. Es ist wichtig, dass alle Fragen die du beantwortest, sich stimmig anfühlen. Lass alle aus die nicht relevant sind bezogen auf dein Business bzw. deine Positionierung. Beziehe dich natürlich auch auf meine Impulse im Video.

Du wirst mit deinem Wachstum deine ideale Kundin immer wieder anpassen. Es kann (bzw. sollte) für jedes Programm eine eigene ideale Kundin kreiert werden.

Starte jetzt mit diesem Dokument, nimm dir Zeit und visualisiere deine ideale Kundin.



Wer ist deine ideale Kundin?

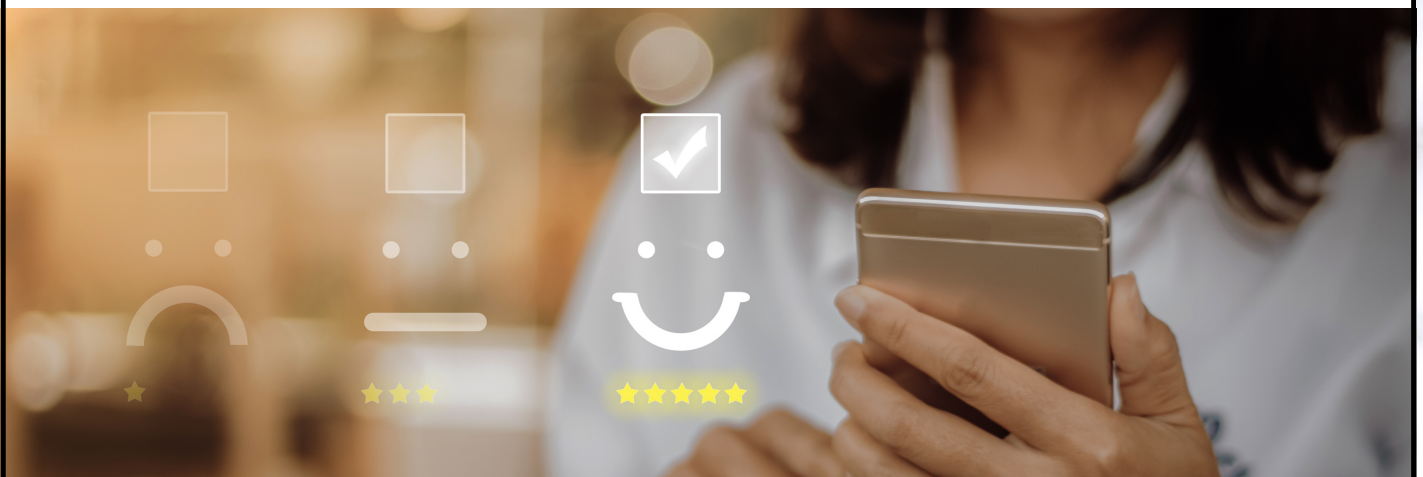
Wir werden noch viel genauer auf deine ideale Kundin eingehen. Doch die wichtigste Sache ist, dass du sie vor deinen Augen sehen kannst (z.B. bei einem Live Video). Möglicherweise trägt es dir bei, einen Namen festzulegen.

Wie heißt deine ideale Kundin?

In diesem Workbook ist bei den Fragestellungen immer ein Feld (_____) freigelassen. Hier kannst du den festgelegten Namen von deiner idealen Kundin reinschreiben, um sicher zu sein, dass du dich mit ihr gut verbindest.

Desto mehr du dich mit deiner idealen Kundin verbindest, desto mehr wirst du _____ in dein Leben ziehen.

Du kannst die Antworten auf die folgenden Fragen auch auf Post-it's schreiben und auf eine Wand picken, oder du machst eine große Mind Map und hängst sie in deinem Büro auf. Lass deiner Kreativität freien lauf.



Bei der Visualisierung deiner idealen Kundin dürfen wir ihre Bedürfnisse verstehen.

Die Hölle (die Herausforderungen und Probleme vor denen sie steht) und der Himmel (die Träume, Ziele & Wünsche). Mit deinem Angebot wirst du _____ dabei unterstützen, das zu transformieren.

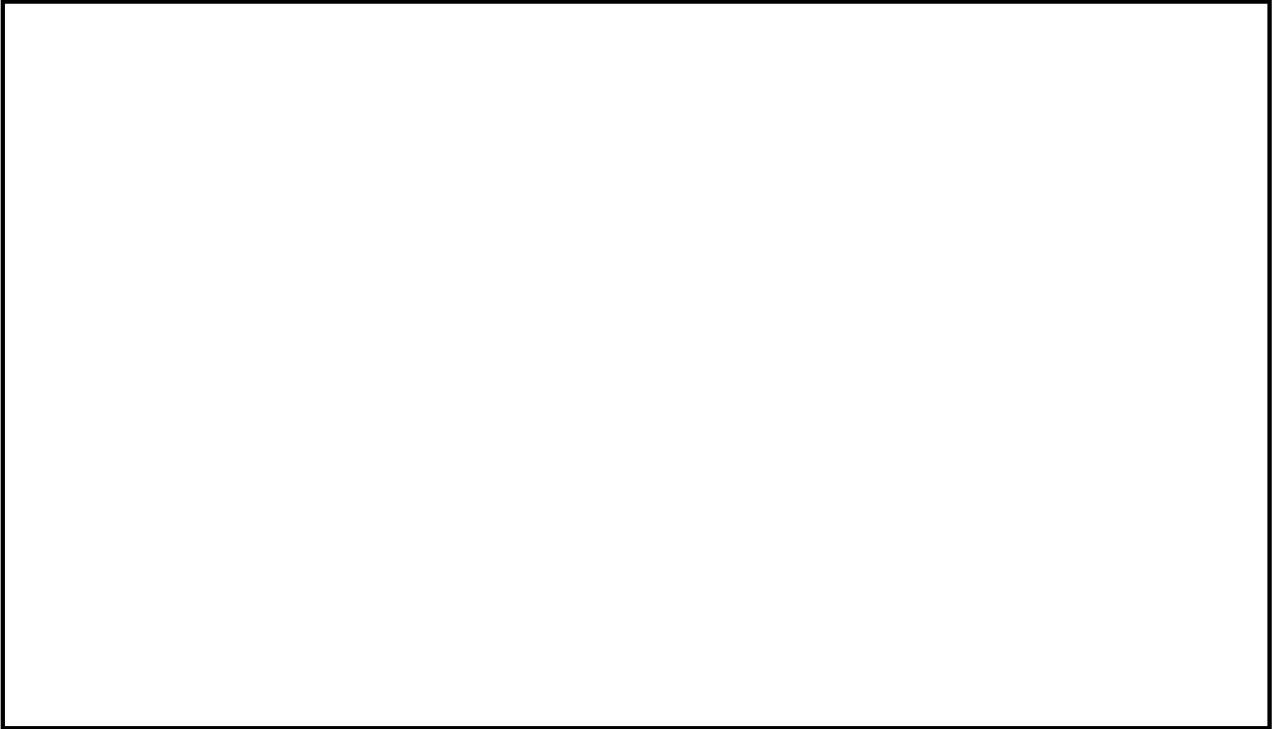
Die Hölle / Der Alptraum / Der Schmerz / Painpoints

Je mehr du die Painpoints verstehst, die deine Kundinnen durchmachen, desto klarer kannst du in der Content Creation darauf eingehen. Es bedeutet übrigens nicht immer, dass es ein tiefer Schmerz sein muss. Wir verwenden dieses Wort einfach als Umschreibung. Vielleicht aber steckt deine ideale Kundin wirklich in einer sehr unangenehmen Situation, aus der sie committed ist raus zu kommen.

Was hat _____ für Gefühle, Probleme/Frustrationen? Was macht sie gerade durch? Wie erlebt sie dieses Problem im Alltag? Ich möchte, dass du in die Rolle von _____ schlüpfst (vielleicht ist sie auch dein altes Ich). Berücksichtige alle Aspekte: finanziell, psychologisch und emotional. Fülle dies auf der nächsten Seite aus.



Die Hölle / Der Alptraum / Der Schmerz / Die Painpoints



Ich möchte, dass du tiefer gehst. Was passiert in 5/10 Jahren, wenn _____ dieses Problem noch nicht gelöst hat?



Der Traum / Der Himmel/ Die Gainpoints

Der Traum ist, was sich eröffnen wird, wenn _____ die Eröffnung durch dein Angebot wählt. Wie sieht ihr Traumleben aus? Was erlebt sie dann täglich? Ich möchte, dass du einen Traumtag von _____ beschreibst. Berücksichtige alle Aspekte wie finanziell, psychologisch und emotional. Fülle dies im nächsten Kästchen aus.



Der Prozess / Die Transformation

Um aus dem Alptraum herauszukommen und den Traum zu leben, was sind die großen Schritte, die sie unternehmen darf, um ihre Vision zu erfüllen? Was ist der Prozess, den du mit _____ in deiner Begleitung durchläufst?

Prozess zwischen 6-8 Schritten:

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)
- 5)
- 6)
- 7)
- 8)

Jetzt haben wir Himmel, Hölle und Transformation identifiziert, wir werden noch tiefer gehen, damit sich eine richtige Person formen kann.

Identifiziere die Persönlichkeit von _____

Liste der charakteristischen
Merkmale, die _____
auf jeden Fall haben sollte

Liste mit den charakteristischen
Merkmale, die _____
auf keinen Fall haben sollte

Liste der Werte, die _____
auf jeden Fall haben sollte

Liste der Werte, die _____
auf keinen Fall haben sollte

Demographie

Alter	
Geschlecht	
Ort	
Einkommensniveau	
Ausbildungsstand	
Familienstand	
Beruf	

Mitbewerber

Liste 3 Wettbewerber von dir, die eine ähnliche Positionierung haben.	1)	
	2)	
	3)	



Schätzt _____ deine Dienstleistung? Hat sie schonmal so einen Service/ein Angebot gebucht, wie das was du anbietest?

Was ist das Vermögensbewusstsein von _____? Wie geht sie mit Geld um? Investiert sie gerne?

Wie trifft _____ ihre Kaufentscheidung?
(z.B. emotional, erlaubnisbasiert mit dem Ehepartner, darüber schlafen,..)

Welche Angst oder Frustration könnte bei _____ während der Entscheidungsphase aufkommen? (Wichtig für das Verkaufsgespräch und aufkommende Einwände)