



Checkliste

9 Fragen für Dein Marketing

Erste Stichworte kannst Du hier notieren. Doch gehe gerne ins Brainstorming und schreibe Dir auf einem separaten Blatt alles auf, was Dir dazu einfällt.

1. Welchen Menschen kannst Du mit Deinem Angebot und Deinen teils jahrelangen Erfahrungswerten am besten helfen? Was sind das für Menschen? Beschreibe ihr Alter, ihre Lebenssituation, ihre Interessen und Bedürfnisse. Beschreibe auch ihren sozialen Status, denn Deine Zielgruppe muss auch das Budget haben, um Dich zu bezahlen. Sind es die Menschen, mit denen Du am liebsten Deine berufliche Zeit verbringst?

2. Was muss diese Zielgruppe **von Dir persönlich** wissen, um zu erkennen, dass sie bei Dir goldrichtig sind?

3. Was müssen sie über Dein Angebot, Dein Seminar oder Dein Buch wissen, um zuzugreifen? Es greift nur jemand zu, dem der Nutzen klar ist. Der Nutzen ist immer mit einer Ersparnis bzw. einem Zugewinn an Geld, Zeit und Ressourcen verbinden.

4. Welche Rückmeldungen gibt es bereits zu Deiner Arbeit? Hast Du die Zitate Deiner Patienten, Klienten, Kunden oder Teilnehmer gesammelt?



5. Formuliere, was Du Deinen Kunden von morgen über Dich mitteilen möchtest. Schreibe nicht aus Deiner Warte, sondern versuche zu ergründen, was ihr Bedürfnis ist und formuliere Dein Angebot als Nutzen für sie. Das bedeutet, Du schreibst nicht: „Ich helfe Ihnen bei der Entgiftung Ihres Körpers.“ Sondern beispielsweise: „Erfahren Sie 3 einfach umsetzbare Tipps, damit Ihr Körper in 4 Wochen entgiftet ist“. Schreibe so, dass Dein Kunde sich am Ziel fühlt.

6. Prüfe Deine Website, Deinen Newsletter und Deine Social Media Posts: Kommt dort rüber, worin Du Expert*in bist? Kommt rüber, welchen Nutzen Deine Zielgruppe hat, wenn sie Dich konsultiert?

7. Mit wem kannst Du Dich vor Ort vernetzen? Hast Du einen Verein/Interessengruppe in der Nähe (Naturheilverein, Kneipp-Verein, Gesangsverein, Sportverein etc.), bei dem Du Dich bekannter machen kannst? Es ist wichtig, dass „man“ Dich kennt. Dass jemand sich unverbindlich über Dich informieren kann.

8. Schreibst Du über Deine Fachkompetenz Artikel, in denen Du Tipps gibst und durch die sofort klar wird, welche enorme Expertise Du hast?

9. Nutzt Du Google Business Profile und kommt dadurch rüber, auf welchem Gebiet Du der richtige Ansprechpartner bist?
