

glasklar positionieren mit der Storyboard-Methode

Deine ersten Schritte

Ein **Held** hat ein **Problem** und trifft einen **Mentor**, der ihm einen **Plan** gibt und ihn zum **Handeln** aufruft, das ein **Versagen** vermeidet und im **Erfolg** endet.

Hallo und schön, dass du diese Übung machen möchtest, um die ersten Schritte hin zu deiner glasklaren Positionierung zu gehen!

Wie im Video gesagt, nutzen wir im Rahmen der Storyboard-Methode einen zielgerichteten Prozess, der sich einer jahrtausendealten Struktur bedient, die unsere menschlichen Gehirne lieben.

Die Struktur von der wir sprechen kannst du in fast allen erfolgreichen Filmen, Romanen und mittlerweile auch bei erfolgreichen Unternehmen finden.

Die Struktur lautet:

Ein Held hat ein Problem und trifft einen Mentor, der ihm einen Plan gibt und ihn zum Handeln aufruft, das ein Versagen vermeidet und im Erfolg endet.

Wir wissen zwar nicht genau warum, aber diese Struktur findet unser Gehirn so klasse, dass wir teilweise fast schon süchtig danach werden.

In diesem PDF zeigen wir dir, wie du den ersten Schritt dieser Struktur nutzen kannst, um deine Zielgruppe zu definieren.

Ein **Held** hat ein **Problem** und trifft einen **Mentor**, der ihm einen **Plan** gibt und ihn zum **Handeln** aufruft, das ein **Versagen** vermeidet und im **Erfolg** endet.

Vorab noch kurz der Prolog:

Die wichtigste Frage von allen: Warum?

Damit du deine passende Positionierung finden kannst, ist es im Vorfeld wichtig, die Frage nach deinem „Warum“ zu klären und so ein sinnvolles Ziel zu definieren.

Deine Geschichte bzw. dein Warum setzt den Kontext für deine gesamte Positionierung.

Innerhalb der Storyboard Struktur
geht es um deine Kunden.
Doch zuvor geht es um dich!

Einleitende Frage

1. Warum betreibst du gerade dieses Business? (Immerhin hättest du alles machen können.) Was ist deine Geschichte?

Ein **Held** hat ein **Problem** und trifft einen **Mentor**, der ihm einen **Plan** gibt und ihn zum **Handeln** aufruft, das ein **Versagen** vermeidet und im **Erfolg** endet.

Die Reise beginnt.

1. Ein Held...

- Also deine Zielgruppe = der HELD
(Du / deine Marke ist NICHT der Held)
- Ist ein Mensch mit **Vorlieben** aber auch mit **Selbstzweifeln**.
- **Will etwas** ganz Bestimmtes.
- Fragen:
 - Wer ist der Held und was macht ihn aus?
 - Welche Eigenschaften bringt er mit?
 - Wie alt ist dein Held? (Altersspanne geht auch)
 - Ist er männlich oder weiblich?
 - Was will er?
 - Was lässt ihn nachts nicht schlafen?
 - Was sind seine Vorlieben?
 - Wo findet man ihn häufig?



Wer ist es?



Was will er?
Was findet er daran so toll?

Ein **Held** hat ein **Problem** und trifft einen **Mentor**, der ihm einen **Plan** gibt und ihn zum **Handeln** aufruft, das ein **Versagen** vermeidet und im **Erfolg** endet.

Um das Ganze zu veranschaulichen, ein Beispiel: Dies ist der Held in der Story des Business-Coachs

- Frauen und Männer zwischen 20 und 35
- Ist im Angestelltenverhältnis, aber unzufrieden im Job
- Möchte selbstbestimmter leben und mehr Kontrolle im eigenen Leben haben.
- Möchte Zeit mit Dingen füllen, die ihm etwas bedeuten.
- Möchte deutlich mehr verdienen können.
- Möchte von überall auf der Welt aus arbeiten können.
- Liegt nachts oft wach und träumt von einem anderen Leben.
- Liest gerne Persönlichkeits- oder Business-Bücher.

Gegenbeispiel (dieser wird explizit nicht angesprochen): Der Held, der schnell viel Geld verdienen möchte, am besten mit wenig Arbeit und ohne sich weiterzuentwickeln.

Ein **Held** hat ein **Problem** und trifft einen **Mentor**, der ihm einen **Plan** gibt und ihn zum **Handeln** aufruft, das ein **Versagen** vermeidet und im **Erfolg** endet.

Der Held in deiner Geschichte

- Fragen:
 - Wer ist der Held und was macht ihn aus?
 - Welche Eigenschaften bringt er mit?
 - Wie alt ist dein Held? (Altersspanne geht auch)
 - Ist er männlich oder weiblich?
 - Was will er?
 - Was lässt ihn nachts nicht schlafen?
 - Was sind seine Vorlieben?
 - Wo findet man ihn häufig?

Wer ist es? (Eigenschaften)

Was will er?

Ein **Held** hat ein **Problem** und trifft einen **Mentor**, der ihm einen **Plan** gibt und ihn zum **Handeln** aufruft, das ein **Versagen** vermeidet und im **Erfolg** endet.

Wenn du jetzt Lust hast weiterzumachen, dann können wir dir unseren Online-Kurs ans Herz legen.

In unserem Kurs erarbeitest du deine Unternehmens-Geschichte.

Nach absolvieren des Kurses weißt du:

1. Wer deine Zielgruppe ist.
2. Was ihre Probleme sind.
3. Warum gerade du ihnen helfen kannst.
4. Wie genau die Hilfe aussieht.
5. Was deine Zielgruppe tun soll.
6. Wie es ihr geht bzw. was passiert, wenn sie nichts tut.
7. Wie ihr optimales Leben aussieht, wenn sie ins Handeln kommt.
8. Wie ihre Transformation (vorher/nachher) aussieht.
9. Wie du dein Angebot kurz und knackig kommunizierst.

[zum Kurs-Angebot](#)

Mit dem Code „REISE2022“ erhältst du als Kongress-Teilnehmer*in bis zum **27.03.2022** einen **zusätzlichen Rabatt** in Höhe von **50 Euro!**

Damit hast du deine glasklare Positionierung!

Damit hast du (so gut wie) alles, was du für deinen erfolgreichen Business Start benötigst.

Denn deine passende Positionierung bildet die Basis für all die nächsten Schritte, die dann anstehen (Corporate Design, Webseitengestaltung, Verkaufstexte, Social Media Strategie etc.).

Wir würden uns natürlich sehr freuen, dich ein Stück auf deinem Weg begleiten zu dürfen.

Aber egal wie, wir wünschen dir für die Reise deines Lebens alles erdenklich Gute und viel Erfolg!

Malina & Ben