

Sei ein Erfolgreicher Strategieberater LIVEBOOTCAMP



Tag 1

IHRE UNTERNEHMENSMISSION

Warum tust du, was du tust?

Klare und aussagekräftige Leitbilder sind nicht nur etwas für große Unternehmen. Es ist keine Übung, die du machst, weil du es sollst, und sie dann in eine Schublade steckst, um nie wieder gesehen oder gehört zu werden.

Ein großer Teil der Fähigkeit, die Kunden zu gewinnen, die für dich und dein Unternehmen geeignet sind, besteht darin, dass du **verstehst und kommunizierst, warum du tust, was du tust. Deine idealen Kunden werden mit deiner Mission in Resonanz stehen, wenn du sie veröffentlichst.**

Sie werden auch die Mitarbeiter und Lieferanten anziehen, die mit deiner Mission übereinstimmen. Mitarbeiter und Lieferanten, die deine Mission und deinen Zweck teilen, werden motiviert und engagiert sein, um dir dabei zu helfen, diese zu erreichen.

Was möchtest du mit deinem Unternehmen erreichen? Was ist der zugrunde liegende Zweck deines Unternehmens?

ÜBUNG:

Schritt 1:

Stelle dir vor, es ist in 15 Jahren und du hast gerade dein Unternehmen verkauft. Du veranstaltest eine Party, um deine Jahre im Geschäft und den Verkauf deines Unternehmens zu feiern. Alle deine besten Kunden sind da.

5 deiner Kunden werden aufstehen und in einem Satz sagen, wie sich dein Unternehmen auf sie ausgewirkt hat.

Da dies deine Vorstellungskraft ist, deine Traumgeschichte, **kannst DU entscheiden**, was jeder dieser 5 Kunden sagen wird.

Schreibe in den folgenden Bereich 5 separate Sätze, von denen jeder eine separate Aussage über die Auswirkungen enthält, die dein Unternehmen auf die Welt, deine Gemeinschaft oder deine Kunden hatte.

Um es klar zu sagen: Schreibe nicht das, was du denkst, dass sie heute sagen würden. Schreibe genau das, was du **WILLST**, dass sie sagen, wenn du die vollständige Kontrolle über die Auswirkungen hättest, die du auf deine Kunden und die Welt hast.

Nimm dir eine Minute Zeit, um darüber nachzudenken und schreibe deine 5 Sätze.

(Diese Übung kann auch mit Haftnotizen durchgeführt werden. Schreibe je einen Satz auf jede Haftnotiz.)

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

Schritt 2:

Verwende den "Gewinner"-Satz, der für dich am wichtigsten ist, um dein Leitbild zu erstellen.

Dein Leitbild sollte in erster Linie bei dir Anklang finden. Es sollte dich dazu bringen, jeden Tag aufzustehen und diese Mission zu erfüllen.

Es sollte auch bei deinen Kunden und Mitarbeitern Anklang finden. Es sollte etwas sein, von dem sie begeistert sind, ein Teil davon zu sein.

Ein kniffliger Teil bei der Erstellung eines effektiven Leitbildes: Es sollte klar, aber nicht so spezifisch sein, dass es dich daran hindert, sich an einen sich verändernden Markt und eine sich ändernde Technologie anzupassen

Wenn du zum Beispiel vor 40 Jahren ein stationäres Musikgeschäft warst und deine Mission darin bestand, *Platten über deinen Plattenladen an lokale Kunden zu verkaufen*, dann hättest du dich entweder neu definieren oder obsolet werden müssen, als sich die Technologie der Musiklieferung änderte und auf digitales Musik-Streaming umgestellt wurde.

Viele Unternehmen sind im Laufe der Jahre obsolet geworden, weil sie sich selbst zu eng definiert und sich gegen Veränderungen in der Branche gewehrt haben, anstatt sich ihnen anzupassen.

Wenn du dein Leitbild erstellst, sollte es das, was dir wichtig ist, auf eine Weise enthalten, die es dir ermöglicht, weiterhin innovativ zu sein, sich zu verändern und zu wachsen und gleichzeitig deiner Mission treu zu bleiben.

Hier sind ein paar Beispiele für Mission Statements von einigen Unternehmen, die du vielleicht kennst:

Life is Good (T-Shirt Company): Um die Kraft des Optimismus zu verbreiten.

Sweetgreen (Food Market): Um gesündere Gemeinschaften zu inspirieren, indem wir Menschen mit echten Lebensmitteln verbinden.

Patagonien (Kleidung): Wir sind im Geschäft, um unseren Heimatplaneten zu retten.

Warby Parker (Eyeglasses): Designerbrillen zu einem revolutionären Preis anzubieten und gleichzeitig den Weg für sozial bewusste Unternehmen zu ebnet.

Honest Tea (Eistee in Flaschen): Zur Herstellung und Förderung wohlschmeckender, gesunder Bio-Getränke.

IKEA (Möbel): Um einen besseren Alltag für die vielen Menschen zu schaffen.

JetBlue (Airline): Um die Menschheit zu inspirieren – sowohl in der Luft als auch am Boden.

Pumpkin Plan Your Biz (Business Coach Training): Um kleine Unternehmen vor dem Aussterben zu bewahren, indem sie die unternehmerische Erfahrung mit ihrem besten Leben in Einklang bringen.

Meine Geschäftsmission:

Sobald du dein Leitbild erstellt hast, kannst du es in die Welt hinaustragen - auf deiner Website, in deinen Marketingmaterialien, in deiner Kundenkommunikation und mehr.

Ein klar definiertes Leitbild bietet deinem Unternehmen viele Vorteile.

- Es gibt dir einen Nordstern, um dich konzentriert zu halten. Wenn du deine Mission verstehst, kannst du vermeiden, Entscheidungen zu treffen, die nicht mit dieser Mission übereinstimmen.
- Es kommuniziert deinen Zweck in der Welt und wird dir helfen, Kunden zu gewinnen, die deine Mission spannend finden und deren Werte mit deinen übereinstimmen. Hast du Simon Sinek's Start with Why Ted Talk gesehen? Oder das Buch lesen? Seine Prämisse ist, dass die Leute nicht kaufen, was du tust, sondern warum du es tust. Dein Leitbild ist dein Warum.
- Ein klares Leitbild hilft dir, deine Unternehmenskultur zu bestimmen, indem du Teammitglieder anziehst, die mit deiner Mission übereinstimmen, anstatt dass die Kultur von anderen diktiert wird.
- Eine kraftvolle Mission zu haben, die dir am Herzen liegt, gibt dir ein Gefühl der Zielstrebigkeit, das dir helfen wird, weiterzumachen, wenn es hart auf hart kommt.

Bist du bereit, ein Pumpkin Plan Strategist zu werden?
Bewirb dich jetzt!

Tag 2

TOP-KUNDENBEWERTUNG

[Klicke hier](#), um auf die vollständig ausfüllbare Tabelle zur Bewertung von Top-Kunden in Excel zuzugreifen. Wenn du auf diesen Link klickst, kannst du dir die Datei herunterladen und öffnen.

Der Prozess:		1. Liste alle Kunden auf	2. Sortiere die Kunden nach Umsatz	3. Bewertung Verende Schulnoten (1=sehr gut bis 5=mangelhaft)	4. Fülle die Felder "Kundenbranche B) aus
Kundenbranche / -Beruf	Beschreibung Was weißt Du über die Kunden? Was sind ihre Demografie und Psychografie? Welche Produkte / Dienstleistungen kaufen sie bei Dir?	Kundenname	Kundeneinnahmen		Grinch-Faktor Liebst oder hasst sie?
			der letzten 12 Monate	Arbeitsstunden der letzten 12 Monate Stundenlohn	
8			- €	-	#DIV/0!
10			- €	-	#DIV/0!
11			- €	-	#DIV/0!
12			- €	-	#DIV/0!
13			- €	-	#DIV/0!
14			- €	-	#DIV/0!
15			- €	-	#DIV/0!
16			- €	-	#DIV/0!
17			- €	-	#DIV/0!
18			- €	-	#DIV/0!
19			- €	-	#DIV/0!
20			- €	-	#DIV/0!
21			- €	-	#DIV/0!

Bist du bereit, ein Pumpkin Plan Strategist zu werden?
Bewirb dich jetzt!

Tag 3

WÄHLE DEINEN INNOVATIONSBEREICH (AOI)

Die Wahl eines Innovationsbereichs ist der Schlüssel, um sich von der Masse abzuheben. Wenn du dir eine Sache aussuchen könntest, die du tust, und dich darin wirklich auszeichnen könntest, welche wäre das?

Das Konzept hinter AOI besteht darin, dass du nicht nur etwas auswählst, in dem dein Unternehmen gut ist, sondern auch etwas, in dem du bereit bist, weiterhin **innovativ zu sein**, sich zu verbessern und aus dem Vollen zu schlagen. Nächster Schritt: Stelle sicher, dass jeder darüber Bescheid weiß!

Dein AOI fällt in eine von 3 Kategorien:

- **Qualität** (wähle eine einzelne Qualität, nicht "hohe" Qualität)
- **Preis** (der höchste oder der niedrigste)
- **Bequemlichkeit** (eingebaut oder Mehrwert)

Wähle etwas, das gut zu den Stärken deines Unternehmens passt, mit deinem Zweck und deiner Mission übereinstimmt und das deine Top-Kunden zu schätzen wissen.

1. Welcher Bereich wird von deiner Branche derzeit nicht gut adressiert?

2. Was sind die Stärken und Fähigkeiten deines Unternehmens?

3. Was erwartet der Markt am meisten von deiner Branche oder deinem Unternehmen?

4. Wenn du über die drei Innovationsbereiche nachdenkst, welcher bringt deine Ideen zum Fließen?

5. Was sind deine eigenen natürlichen Neigungen? Sparst du gerne jeden Cent? Neigst du dazu, es anderen leicht zu machen? Wie kannst du deine eigenen Stärken in den AOI deines Unternehmens einfließen lassen?

6. Mein Innovationsbereich ist:

Bist du bereit, ein Pumpkin Plan Strategist zu werden?
Bewirb dich jetzt!

Tag 4

Skaliere und erweitere dein Coaching-Geschäft mit Systemen und Prozessen

Anleitung: Die heutige Präsentation enthält die Antworten für dieses Arbeitsblatt.
Fülle die Lücken aus, während du dem Vortrag folgst.

Das Sweet-Spot-Diagramm enthält 3 Ringe: Top-Kunden, Unique Offering und

_____.

Was sind die 4 Maßnahmen, die du ergreifen kannst, um die Systeme und Prozesse eines Unternehmens zu maximieren?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Eine der größten Herausforderungen bei der Anmeldung von Kunden für ein Coaching- oder Beratungsprojekt ist _____.

Ein bewährter, definierbarer Prozess macht Coaching oder Beratung _____ und weniger _____ für deine potenziellen Kunden.

Wie hilft dir ein Signature-Coaching-Programm (wie der Pumpkin Plan), dein Coaching-/Beratungsgeschäft zu skalieren und auszubauen?

1. _____
2. _____
3. _____

Bist du bereit, ein Pumpkin Plan Strategist zu werden?
Bewirb dich jetzt!

