



Willkommen zum „KreativFlug“-Impuls am 21. Oktober 2011

„Positionierung: Trauen Sie sich, ganz Sie selbst zu sein!“

Mit der Positionierung als (Solo-) Unternehmerin ist das so eine Sache.

„Stellen Sie sich und das, was Sie ausmacht in den Mittelpunkt“

„Finden Sie heraus, wofür Ihr Herz wirklich schlägt und kommunizieren Sie dies“

„ Klären Sie Ihr Alleinstellungsmerkmal, Ihren USP (englisch „unique selling proposition“) und definieren Sie so Ihren Markenkern“

So die O-Töne aus Marketingratgebern.

All das stimmt. Und wenn ich als Unternehmerin tatsächlich nach langer Suche zu meinem Markenkern vorgedrungen bin, erscheinen diese Hinweise ganz logisch, stimmig und einleuchtend. Aber leider auch erst dann.

Sich über die eigene Positionierung im Klaren zu sein, seinen USP heraus gefunden zu haben, ist gutes, notwendiges Fundament in der Begründung eines Unternehmens.

Der Weg dorthin geschieht jedoch als Prozess und ist in den seltensten Fällen mit „ein bisschen darüber nachdenken“ getan.

Idealerweise hilft eine ausgezeichnete Coaching-Begleitung diesem Geheimnis auf die Spur zukommen.

Wirksame Schritte in die richtige Richtung können Sie aber auch schon mit Hilfe eines ‚Spiels‘ gehen:

Jon Christoph Berndt (siehe auch den Literaturtipp) schlägt vor:

„Stellen Sie sich nun die Einsame-Insel-Frage:

- Wie möchte ich unbedingt leben?
- Wonach möchte ich streben?
- Ohne was kann ich unter keinen Umständen sein?“

Erlaubt ist pro Frage nur eine Antwort zu geben, möglichst spontan, aus dem Bauch heraus.

Ich habe für mich persönlich diese Fragen um ein Tool (Fragen aus dem Fragenkatalog der Disney-Methode aus meinem Werkzeugkoffer der Kreativitätstechniken) erweitert.

Ich ergänze die Fragen um ein konkreteres Setting auf der Insel, um meiner Intuition auf die Sprünge zu helfen:

Meine Fragestellung lautet:

Stellen Sie sich vor, Sie finden sich auf einer Insel wieder, auf der Geld und Ressourcen keine Rolle spielen.

Sie starten ein Vorhaben, das eine einmalige *nicht wiederholbare* Chance ist.

Sie wollen, dass das für Sie absolut Beste entsteht und alles so gemacht wird, wie Sie es möchten.

Antworten Sie nun möglichst „aus dem Bauch heraus“ mit einer Antwort pro Frage

- Wie möchten Sie unbedingt leben?
- Was zu tun fällt Ihnen besonders leicht?
- Was machen Sie eigentlich immer schon richtig, gerne“?
- Ohne was können Sie unter keinen Umständen sein?



Antworten auf diese Fragen können Sie Ihrem USP schon ein Stück näher bringen. Wenn Sie dann noch herausfinden, wer genau das Problem „besitzt“, das Sie mit Ihrer Einmaligkeit wunderbar lösen können, dann sind Sie viele entscheidende Schritte weiter gekommen.

Bei allen Marketing-Tools, die mir auf der Reise zu meinem USP und bei einer immer wieder notwendigen Feinjustierung begegnet sind, habe ich mir einen Text aufgehoben. Anhand dessen überprüfe ich stets, ob ich mit neuen Positionierungsschritten auf dem richtigen, auf *meinem* Weg bin.

Aufgewacht sein. Dem Tag entgegen geh'n.

Ich hab einen Traum, der mich ruft.
Er will gelebt und gefeiert werden.

Achte immer darauf, dir selbst,
deinem eigenen Wesen treu zu sein.
Es gibt so unendlich viele Ablenkungen und Einladungen,
deinen eigenen Weg zu verlassen.
Authentisch sein ist oft so schwierig!
Wenn Andere dir sagen, wie du sein solltest,
dir ungebetene Ratschläge oder Anweisungen geben:
Höre dabei genau auf deine innere Stimme.
Achte auf die Resonanz:
Was davon ist stimmig für dich und was nicht?
Antworte aus deiner eigenen, inneren Stimmigkeit.
Drücke dich aus mit dieser Stimme. Es ist deine Stimme.
Schenke ihr deine Treue.
Dann weißt du, was du sein möchtest.
Und du weißt, was zu tun ist.

(nach Jwala Gamper, Sign-Karten)

Meine Buch-Empfehlung zum diesem Monats-Impuls:

Zum Thema Markenklärung und Markenpositionierung hat Jon Christoph Berndt einen Ratgeber verfasst. Dieser ist hilfreich, um einen Überblick über verschiedene Denk- und Herangehensweisen zu eigenen Markenschärfung zu gewinnen.

Als „Gebrauchsanweisung“ zur Markendefinition konnte ich mit diesem Buch aber leider nicht gut arbeiten.

Jon Christoph Berndt: „Die stärkste Marke sind Sie selbst!“ Erschienen unter ISBN 978-3-466-30827-9.

Herzlichst, Ihre Katrin Schubert