



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

"Eine heilende Selbstvermarktungs-Entdeckungsreise!"

Mich selbst vermarkten??? Wie, das muss man, wenn man sich selbständig macht???
Ich mach nicht die Heilpraxis auf, und dann kommen die Leute???

Und wieder ein paar Illusionen in meinem Leben zer-bröselt. Spätestens beim Erstellen des Businessplans, im Laufe der Recherche für die Marktanalyse, da war es dann vollends klar: München und Rosenheim seien die Städte mit der stärksten Heilpraktikerdichte Deutschlands. Na toll, da musst du jetzt unbedingt Heilpraktikerin in München werden? Diese Frage kam einerseits sehr rhetorisch daher, andererseits aber auch viel zu spät, denn es lief ja eigentlich mit meiner Ankunft in Deutschland/München alles darauf hinaus. Mir wurde diese Klarheit nur ein paar Jahre später zuteil.

Dank der Power-Woche beim bfz wurden wir als Arbeitslose und Ahnungslose ja auf alles vorbereitet, wie so ein Businessplan aufgebaut zu sein hatte und was auf jeden Fall drin zu stehen hat. Und ich, damals beflügelt von meiner gerade bestandenen HP-Prüfung im November, setzte mich im Dezember an denselbigen und tippte meinen Traum, um ihn einer Behörde zur Beurteilung vorzulegen. Das, worauf immer wieder von allen hingewiesen wurde, war der „yu ess pie“ (wovon reden die?) Der u s p: unique selling point – der Punkt also, der mein Vorhaben einzigartig für den Verkauf macht.

Dabei kräuselten sich innerlich meine Nägel nach oben, wenn ich in dieser Sprache denken sollte. Es fiel mir echt schwer, im Gesundheitsbereich von Verkaufen zu sprechen. Hatte ich nicht ein Angebot, dass sich die Leute bei mir abholen konnten? Und war ich mir nach 20 Jahren Erfahrung in ayurvedischen Behandlungen und Yoga nicht sicher, dass sie das wollten? Sich körperlich wieder rundherum wohl und voller Kraft fühlen, sich selbst spüren können und mögen, ja – wer wollte das nicht! Dass ich mich im Westen auch anderen Methoden öffnete, wie der bekannten Homöopathie und einer noch nicht so bekannten Manualtherapie Lowen Systems, das machte für mich das Angebot nur noch runder. Für mich war innerlich klar, dass es nur eine gute Kombination westlicher und östlicher Heilmethoden sein kann, mit der ich arbeiten werde. Ich wollte auswählen können, was für die jeweilige Patientin im jeweiligen Moment die passende Unterstützung bietet.

Es folgten Seminare oder Vorträge zur Selbstvermarktung, zur Erstellung von Websites, Flyern, und dort tauchten immer wieder die gleichen Fragen auf:
Wer bist du? Wie stellst du dich und deine Arbeit vor? Was haben deine Kundinnen davon, wenn Sie zu dir kommen? Was unterscheidet dich von den anderen Anbietern auf dem Markt? Jedenfalls habe ich verschiedene Businesspläne u. a. auch für Heilpraxen gelesen, mich nach Innen zurückgezogen, und dann hab ich meinen geschrieben. Zack. An einem Wochenende. Und er wurde sogar genehmigt und ich wurde damit zur Selbständigen. Jippee!!!

Und seither hat mich das Positionieren und Selbstvermarkten nicht verlassen. Nichts ist bislang von selbst gelaufen mit der Praxis (wie mein anfängliches Hoffen ja war), wengleich in manchen Fällen hervorragende Fügungen meinen Weg leichter werden ließen. Visitenkarten und Website wollten erstellt werden und forderten ihre Aufmerksamkeit. Dann wollte der Gründerinnenwettbewerb bei Guide mitgemacht werden, also wieder hinsetzen, den Businessplan überarbeiten und einreichen...



Für mich zeigt sich rückblickend:

Die Frage der Positionierung und Selbstvermarktung kann man auf verschiedenen Ebenen bearbeiten. Einerseits gibt es die mehr technisch-rationale Seite, das heißt, wie sehen die Fakten auf dem Tisch aus: Also, welches Vorhaben starte ich? Welche Ausbildung habe ich? Welche Zusatzqualifikationen? Welche Erfahrungen habe ich damit? Was unterscheidet mich von den anderen am Markt? Zur Bearbeitung dieser Fragen kann man sich ja mal gerade am eigenen Lebenslauf und Ausbildungskatalog abarbeiten und fertig ist die Geschichte. Es reicht sicher auch noch zur Erstellung einer Visitenkarte, einem Flyer und einer Website, die das Minimal-Angebot beinhaltet. Es hat bei mir zunächst bis zur Visitenkarte gereicht. Und bis zur Findung meines ersten Praxisraumes. Aber noch nicht weiter. Die Patienten waren zu wenige, um davon leben zu können. Es hing irgendwie, aber wo und vor allem: warum?

Nun, es müssten diese Fragen auch auf allen Ebenen, also bis in alle Tiefen des Seins (was liegt also unter dem Tisch?) beantwortet werden. Und das ist jetzt für mich die gefühlsmäßige Seite der ganzen Geschichte. Dass „Mich selbst positionieren“ auch damit zu tun hat, war mir vorher nicht klar. Man geht da glatt durch Prozesse mit Haut und Haar, und am Ende stehen da ein paar tolle prägnante und klare Sätze auf dem Papier, die übrig geblieben sind. Oder ein Logo. Wow. Sind die Tiefen des Seins durchlaufen, und kommen wir dann wieder an die Oberfläche wie Phoenix aus der Asche, dann geht es auch wieder mit dem Vorhaben weiter, wenn wir es gut umgesetzt haben. Und wenn es wieder mal hängt? Dann eintauchen und hinspüren. Der Grund ist immer in uns selbst zu finden. Eigentlich kann das eine oder einen ja nur beruhigen. Wir brauchen gar keine großen Umfragen für viel Geld im Außen, wir brauchen nur die wichtigen inneren Fragen zu stellen und die Ohren aufzumachen. Die Antworten werden kommen. Zu jeder. Zu jedem. Und dass wir damit nicht alleine sind, das ist wirklich wunderbar. An dieser Stelle möchte ich zum Beispiel Inga Dalhoff und Danielle G. Löhr von Herzen danken.

Und es geht doch auch immer wieder darum, was haben die Leute davon, wenn Sie zu mir kommen? Wird mir immer wieder nahegelegt, wenn es jetzt an den Flyer geht. Auch wenn ich das immer noch nicht so einleuchtend finde, werde ich diese Frage jetzt auch mal bearbeiten. Für mich waren Flyer, auf denen so was nach dem Motto zu lesen war „Was ich Ihnen biete“ bislang eher abstoßend. Aber ich werde es in dieser Richtung mal probieren und man muss es ja nicht genau so formulieren.

Tja, und wie das ankommt, davon werden Sie dann ja bald erfahren. Denn es gibt eine neue Praxis, in die ich mein Wirken verlagere: eine Praxis in Schwabing.

Das sind die neuesten Fügungen von oben:

Wir haben einen Praxisraum in der Kathi-Kobus-Strasse 20-24 im SoVitalSpa angemietet. Damit ich Ihnen ab November in Schwabing Raum und Zeit schenken kann, in denen Sie zu Ihrer Ruhe und Ihrer Kraft finden können.

Wir freuen uns auch, dort einen Gruppenraum für „Quantenspringerin.“-Seminare gefunden zu haben.

Besuchen Sie uns mal, wenn Sie in Schwabing sind ;-)

Es lohnt sich. Denn dort erwarten Sie:

drei offene Floatbecken, zwei Salzgrotten und ein Vaporium. Alles ideal, um gut durch den Herbst und Winter zu kommen.

Ich wünsche Ihnen in diesem Sinne einen Herbst in Leichtigkeit ;-)

Herzlichst, Ihre Heike Klamp