



Angebote entwickeln Preise und Positionierung Teil 3

Bei der Entwicklung von einem unwiderstehlichen Angebot, spielt natürlich der Preis eine gewisse Rolle. Welchen Preis Du für Deine Leistung verlangst, hängt von mehreren Faktoren ab. Genau dieses Thema wird in diesem Dokument bearbeitet.

Wo stehst Du in dem „Big Picture“?

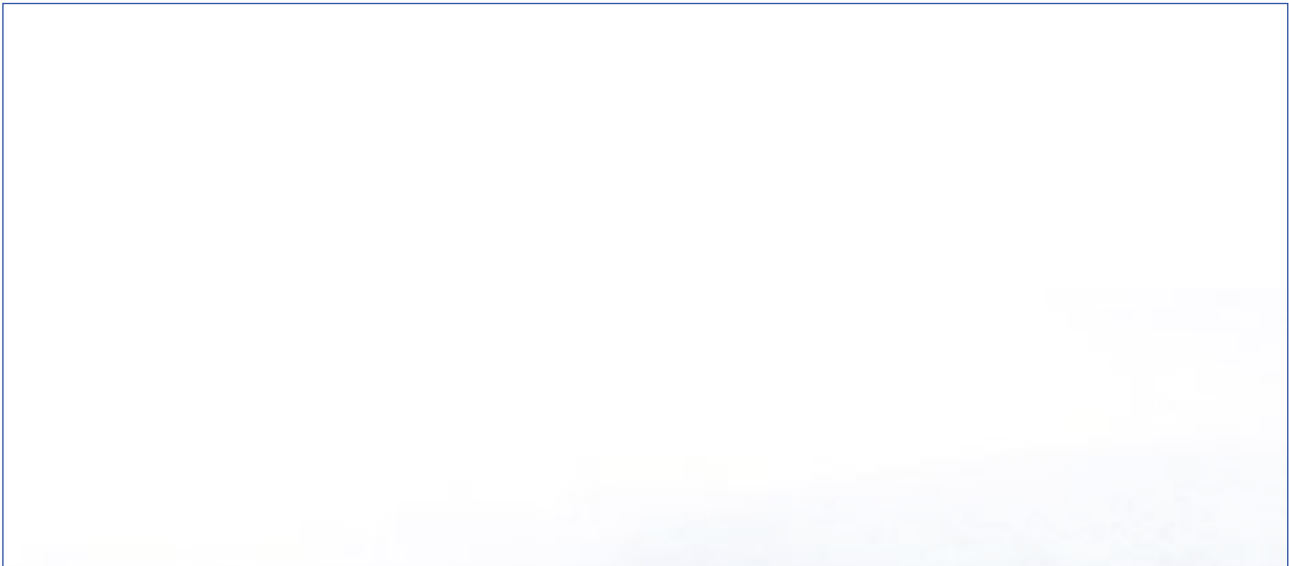
In welchem Preissegment, würdest Du sagen, befindest Du Dich bisher auf dem Markt mit Deinem Angebot und Deiner Marke? (Einsteiger/Günstig/ Mittleres Segment / Hochpreisig/ Exklusiv)

Wie würdest Du Dich am liebsten auf dem Markt positionieren? (Denke an Zara, Primark vs. Esprit oder Benetton vs. JOOP oder Gucci) Was bekommen Deine Kunden, was ähnliche Anbieter nicht anbieten?



Preisgestaltungsfaktoren

Wie selbstsicher und mutig fühlst du dich, wenn es um die Preisgestaltung geht? Würdest Du Deine Preise im Herzen gerne erhöhen wollen? Wenn ja – entscheide Dich für ein Datum und erstelle einen Plan dafür (ja wirklich, schreibe es auf!).



Du möchtest also Deine Preise erhöhen. Du hast allerdings nicht das Gefühl, dass Deine aktuelle Leistung bzw. Dein aktuelles Angebot diesem Preis entspricht. Was müsstest Du tun oder zusätzlich anbieten, um mit voller Integrität einen höheren Preis anbieten zu können? Was müsstest du anpassen? Denk daran, dass Du deinen Kunden eine WOW-Leistung anbieten willst!





Glaubwürdigkeit und „sozialer Beweis“

Hast Du veröffentliche Testimonials und Bewertungen von Kunden? Medien- oder Presseberichte? Welche drei spezifischen Schritte müsstest du machen, um Deine Glaubwürdigkeit und Deinen „sozialen Beweis“ von anderen Menschen zu erhalten. Denk daran, wir fangen alle mal bei null an.

Autorität und Expertenstatus

Wie würdest Du Dich verhalten, wenn Du die weltbeste Expertin in Deinem Bereich wärst? Wie würdest Du Dich verhalten? Wann würdest Du aufstehen und ins Bett gehen? Wie würdest Du Dich jeden Tag ernähren? Wie und mit wem würdest Du Deine Zeit verbringen? Wie würdest Du Dich Deinen Kunden gegenüber verhalten? Schreibe alles auf, was Dir hierzu einfällt:



Mit welchem Verhalten oder welchen Gewohnheiten müsstest Du AUFHÖREN, um die Beste der Welt zu werden? Warum halten Dich diese Gewohnheiten oder dieses Verhalten zurück und wer bist Du ihretwegen nicht?

Mit welchem Verhalten oder welchen Gewohnheiten müsstest Du ANFANGEN, um die Beste der Welt zu werden? Welche Wirkung werden diese Gewohnheiten oder dieses Verhalten auf Dein Leben haben?



Leidenschaft und Freude

Bringst du bewusst Leidenschaft und Enthusiasmus in Dein Business, in Deine Leistungen und in alles, was Du kreierst? Wenn nicht, was könntest Du tun, um auf eine authentische Art Deinen Enthusiasmus noch stärker und kontinuierlich auszudrücken?

Positionierung

Sei ehrlich zu Dir selbst und Deiner jetzigen Positionierung. Stehst Du, Dein Business und Dein Angebot / Deine Produkte für etwas Größeres? Ist das, was Du anbietest spezifisch oder versuchst Du für alle Kunden „Mädchen für alles“ zu sein? (und bist letztendlich niemand für niemanden). Sind Deine zeitbegrenzten Angebote auch wirklich begrenzt? Ist das, was Du anbietest eine Lösung für ein spezifisches Problem oder einfachheitshalber sehr allgemein gehalten?



Werde ernst mit Deinen Zahlen

Bevor Du diesen Abschnitt überspringst, denk daran, dass wir alle irgendwo mit Einschätzungen angefangen haben. Recherchiere, frage anderen Leute und versuche dann, Deine Kosten einzuschätzen. Du schaffst das!

Es wird Zeit, dass Du Dir Gedanken über die Preisgestaltung von Deinem Angebot machst. Was ist Dein Ziel, wenn es um Umsatz / Gewinn geht? Wie viele Einheiten schätzt Du, wirst du in einem bestimmten Zeitrahmen (pro Woche / Monat / Jahr) verkaufen?

Produkte /Dienstleistungseinheiten, die ich verkaufen kann:

Produkt/Dienstleistung 1:

Produkt/Dienstleistung 2:

Produkt/Dienstleistung 3:

Produkt/Dienstleistung 4:

Produkt/Dienstleistung 5:

In diesem spezifischen Zeitrahmen:

Das bringt mir idealerweise (bleib realistisch aber auch nicht zu bescheiden) diesen Umsatz:



Wie hoch sind die Kosten, um diese Einheiten planen, kreieren/herstellen und liefern zu können? Fülle die Felder aus, die für Dich sinnvoll sind und ergänze mit eigenen Angaben:

Einkauf Material	EUR
Administrative Kosten (wie Steuerberatung, externe Beratung)	EUR
Herstellungskosten	EUR
Software Lizenzen	EUR
Technische Unterstützung	EUR
Design	EUR
Druck	EUR
Webhosting	EUR
Marketing 1:	EUR
Marketing 2:	EUR
Marketing 3:	EUR
Sonstige Kosten:	EUR
Sonstige Kosten:	EUR
Sonstige Kosten:	EUR
Sonstige Kosten:	EUR
Sonstige Kosten:	EUR

Ergibt einen Bruttogewinn von (Umsatz abzüglich Kosten): _____ **EUR**



Überprüfe als nächstes welche Wirkung und welchen „Wert“ Deine Produkte oder Dienstleistungen für Deine Kunden haben. Es geht hier um den Wert und den Nutzen für Deine Kunden in den verschiedenen Lebensbereichen, die durch Deine Produkte/Dienstleistungen positiv beeinflusst werden. Wie würdest Du diesen Wert beschreiben?

Geld / Finanzen:

Zeit:

Liebe/Beziehungen:

Gesundheit:

Anderer Bereich (für Dich zutreffend):



Reflektiere nun deine oben gemachten Angaben und überlege welcher Preis sich gut für Dich anfühlt und finanziell einen Sinn macht? Schreibe diesen Preis jetzt auf (ja jetzt!). Dein Preis ist natürlich nicht in Stein gemeißelt, aber es ist sehr kraftvoll, diesen Preis niederzuschreiben.

Sehe Dir den Preis an. Wie fühlst Du Dich dabei? Freust Du Dich? Bist du aufgeregt? Dies ist eine kraftvolle Übung, bei der Dein Körper, Dein Herz und Deine „Seele“ lernen, gut mit Deiner Preisposition zu leben.



„Genieße“ Deinen Preis und die positiven Konsequenzen Deiner Umsätze auf Dein Leben und das Leben Deiner Familie, denn Deine Kunden werden einen großen Nutzen und Mehrwert in ihrem Leben durch Dich bekommen.

Gut gemacht!