



Transkript zum Video

Kennst Du den wirklichen Nutzen Deiner Dienstleistung?

Heléne Rhodin-Shillingford (5:54 Minuten)

Hallo zusammen, hey allihopa. Vor vielen Jahren bin ich in ein Elektro-Geschäft reingegangen und wollte einen Staubsauger kaufen und der junge Verkäufer, der hat mir da einen Staubsauger verkauft und erzählte mir dann mit voller Begeisterung, dass dieser Staubsauger ein Kabel hat, das 13 Meter lang ist - 13 Meter und ich hab mich gefragt: "13 Meter - so what?" Und dann sagte er: "13 Meter ist viel länger als übliche Kabel sind und dann können Sie einfach eine größere Fläche saugen, ohne dass Sie das Kabel umstöpseln müssen."

Aha, ich verstehe - die 13 Meter, die sind ja mir als Nutzer eigentlich egal, aber das nicht Umstöpseln müssen, das hört sich gut an und diese Geschichte ist genau ein Beispiel, warum es wichtig ist, den Nutzen unserer Dienstleistungen oder unserer Produkte klar auszudrücken und nicht nur die Eigenschaft oder die Fähigkeit. Wenn du Coach oder Beraterin bist und du eine Website oder Flyer oder Werbebanner hast, wo groß drauf stehst, dass du Workshops oder 1-zu-1 Coaching machst oder dass du deinen Weg gefunden hast und dass du Menschen helfen willst, dann frage ich mich und deine potentiellen Kunden bestimmt auch "so what?". Dieses Video ist für dich!

Mein Name ist Heléne Rhodin-Shillingford. Ich bin Business Coach und Online Marketing Strategist und ich helfe selbstständigen Frauen, den Nutzen ihrer Dienstleistung stärker zu kommunizieren, damit sie sich positionieren können, mehr Sichtbarkeit gewinnen und auch die richtigen Kunden erreichen, nämlich die Kunden, die ihre Dienstleistungen brauchen und dafür auch bezahlen können. Ich glaube, ich liebe dieses Thema Nutzen-Erklärung über alles, weil es einfach so super wichtig ist und etwas, was wir jeden Tag implementieren können und auch sollen.

Warum denn? Weil jeden Tag begegnen uns Situationen als Dienstleister, in denen wir irgendjemanden überzeugen müssen von etwas, das kann eine E Mail sein, wo wir ein Angebot an einen potentiellen Kunden unterbreiten oder eine Einladung, um Leute zu einer Veranstaltung einzuladen oder eine Landing Page für ein Webinar zum Beispiel. Und das aller-wichtigste, wenn ich jemanden ohne Zwang - davon gehen wir natürlich aus - von etwas überzeugen möchte, wie gut das ist. Das ist eine bestimmte Sache: nämlich sich in die Situation und den Kopf des Empfängers reinzusetzen und sich die Frage stellen: "so what - warum soll ich mich dafür interessieren?" Und deshalb ist das so schade, wenn Leute Platz auf ihren Websites oder auf Flyern und Bannern zu verschwenden mit den Eigenschaften und Fähigkeiten ihres Angebot und nicht mit dem Nutzen des Kundens.

Der Nutzen ist nämlich auch der Grund, warum Leute bereit sind für etwas zu bezahlen, deshalb ist das natürlich gut, wenn man weiß, was der Nutzen der eigenen Beratung oder Dienstleistung ist und um dir oder um euch damit zu helfen, gibt es zu diesem Video ein



Worksheet mit Fragen, damit du für dich klar feststellen kannst und Klarheit bekommst, welchen Nutzen deine Kunden von deinem Coaching oder von deiner Beratung haben. Was ist das, was für sie wichtig ist? Was sie erreichen wollen? Und die Frage: "so what?" beantwortet.

Unser ganzes Leben besteht aus Emotionen, die von Hormonen gesteuert sind und durch diese Hormone steuern wir fast alle Entscheidungen in unserem Leben. Ob es um Partnersuche oder Staubsaugerkauf geht, beim Sport oder Essen, es geht um die Gefühle, die wir dabei oder danach empfinden, das ist das Ziel dieses Gefühls und der Grund, warum wir Dinge tun oder haben, wollen oder erreichen wollen und die Dinge, die uns dazu bringen, sind eigentlich nur Zweck zum Ziel. Egal ob es ein mega cooles Auto ist oder eine Handtasche, ein strategischer Plan oder eine schöne Frisur oder Figur ist. Es geht darum, wie wir uns damit fühlen. Und dieses Gefühl kann beispielsweise sein, selbstbewusst, erleichtert, stolz oder dass man sich sexy fühlt.

Die Leute, die in unser Coaching oder in unsere Beratung investieren, sie tun es auch mit einer Emotion und mit der Hoffnung, dass sie sich danach besser fühlen und dieses Gefühl, das sie erreichen müssen, das ist genau das, was sie haben wollen und wofür sie letztendlich bezahlen.

Was hat das jetzt mit dem Nutzen deines Coachings oder deiner Beratung zu tun - fragst du dich. Genau wie das Auto oder die Handtasche oder das Coaching oder die Beratung: das Mittel, um sich letztendlich besser zu fühlen und wann unsere Kunden sich besser fühlen oder was sie dazu bringt, sich besser zu fühlen, das müssen wir zu 100 verstehen, wenn wir uns vermarkten. Wir müssen verstehen, wo unsere Kunden momentan stehen. Sie wollen von ihrer jetzigen Situation oder ihrem Schmerz oder von dem Problem wegkommen. Und wir müssen klar und deutlich kommunizieren, wo sie nach unserem Coaching oder nach der Beratung stehen werden. Der Nutzen und das Gefühl, was sie dadurch erreichen werden.

Um dies für dich und deine Kunden zu klären, lade das Worksheet zu diesem Video herunter und fange an, deine Kunden in ihrem Herzen anzusprechen, um die Gefühle zu wecken, die letztendlich dazu führen, dass sie dich beauftragen und zu deinem zahlenden Kunden werden. So kannst du nämlich mehr Umsatz machen, du bist entspannter und du hast mehr Zeit für andere Dinge im Leben als nur arbeiten. Wenn dir das Video gefallen hat, gib mir gerne ein Like und teile es gerne auch mit anderen Leuten. Komm auch gerne in die Facebook Gruppe Business Excellence Community. Ich freue mich auf dich, bis bald. Tschüss.