

# UNLOCK YOUR POWER:

Dein Sprung vom Top-Thema  
zur Top-Personenmarke!



Deine Reise in die Welt des Trainings gleicht einer Entdeckungsreise, bei der Du zunächst das weite, verlockende Meer der Möglichkeiten zu erkunden beginnst. Es ist eine Versuchung, der viele erliegen: das Bestreben, „alles für jeden“ zu sein. Diese Falle hat auch mich, wie so viele andere, gefangen genommen. Meine Begeisterung für eine Vielzahl von Trainingsthemen ließ mich breit, aber nicht tief graben. Meine Webseite wurde zum Kaleidoskop an Ausbildungen, Tools und Methoden – ein schillerndes Zeugnis meiner Fähigkeiten, gedacht als Beweis meiner Qualifikation und Vielseitigkeit.

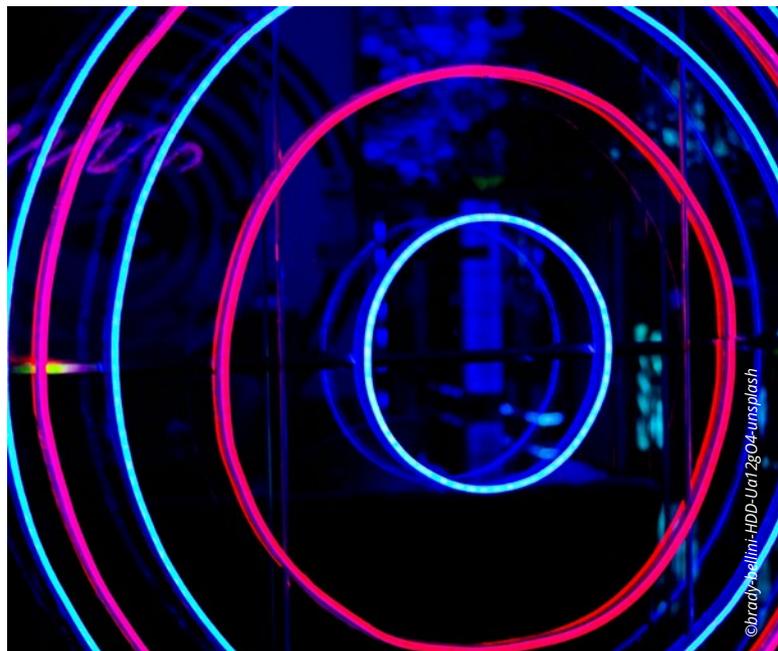
Doch die Wahrheit, die ich schmerzhaft erkannte, ist, dass dies nur für einen kleinen Kreis von Klient:innen von Bedeutung ist. Für die Mehrheit zählt am Ende des Tages nur eines: Was hat sich durch das Training verbessert? Wie steht es um das „Danach“?

Genau wie eine Allgemeinmedizinerin, die zwar ein breites Wissen besitzt, aber nicht die erste Ansprechpartnerin bei spezifischen Herzproblemen ist, verliert eine Trainerin, die sich als Generalistin präsentiert, die Möglichkeit, als unverzichtbare Spezialistin in ihrem Bereich wahrgenommen zu werden.

Die Entscheidung, sich von einem Generalisten zu einem Spezialisten zu wandeln, ist dabei keineswegs ein Akt der Beschränkung, sondern vielmehr einer der Befreiung. In diesem entscheidenden Moment wählst Du, nicht nur eine Trainerin zu sein, sondern die „Kardiologin“ Deines Fachgebiets. Dieser Schritt bedeutet, in die Tiefe eines spezialisierten Bereichs einzutauchen. Doch genau hier liegt Deine Chance, eine unvergleichliche Expertise zu entwickeln, die Dich nicht nur unersetzlich macht, sondern auch Deinen Wert für Deine Klient:innen exponentiell steigert.

Indem Du Dich auf eine Nische konzentrierst, ermöglichst Du es Dir, tiefgreifende Lösungen für spezifische Probleme anzubieten – Lösungen, die weit über das hinausgehen, was ein Generalist leisten könnte. Du wirst zur gefragten Expertin, deren Name synonym mit erstklassigen Ergebnissen in einem spezifischen Bereich steht. So wie der renommierte Kardiologe, zu dem man geht, wenn das Herz in besten Händen sein soll, so wirst auch Du zur ersten Wahl, wenn es um Deine Expertise geht.

Die Transformation zum Spezialisten oder zur Spezialistin öffnet nicht nur die Türen zu einer tieferen Verbindung mit Deinen Klient:innen, sondern schafft auch eine solide Grundlage für Dein Wachstum und Deinen Erfolg in der dynamischen Welt des Trainings. Es ist ein Schritt hin zu wahrer Meisterschaft in Deinem Feld – ein Zeichen dafür, dass Du bereit bist, Deine einzigartige Spur in den Herzen und Köpfen Deiner Klient:innen zu hinterlassen.



## Das Herzstück deines Erfolgs

Die Identifizierung Deiner Zielgruppe ist ein entscheidender Schritt auf dem Weg zum Erfolg. Es geht darum, eine Gruppe von Menschen oder Unternehmen zu finden, mit denen Du nicht nur arbeiten möchtest, sondern die auch den größten Nutzen aus Deinem Angebot ziehen können. Frage Dich, welche Probleme Du am besten lösen kannst und welche Art von Menschen am meisten von Deiner Expertise profitieren.

Ein häufiger Fehler bei der Zielgruppenfindung ist der Versuch, es allen recht zu machen. Die Wahrheit ist jedoch, dass eine klar definierte Zielgruppe nicht nur effektiver, sondern auch erfüllender ist. Dies fördert nicht nur Deine Glaubwürdigkeit und Autorität in diesem Bereich, sondern erleichtert auch die Kommunikation und das Marketing, da Du genau weißt, wer Deine Botschaften empfangen soll. Denke daran, dass die Wahl Deiner Zielgruppe auch Deine Marketingstrategie und Deine Kommunikationskanäle beeinflusst. Du musst wissen, wo Deine Zielgruppe Zeit verbringt, welche Sprache sie spricht und wie Du sie am besten erreichen kannst. Eine klare Vorstellung von Deiner Zielgruppe ermöglicht es Dir, Inhalte zu erstellen, die resonieren und echten Wert bieten. Dies fördert nicht nur die Kundenbindung, sondern auch die Mundpropaganda, da zufriedene Kund:innen Deine Dienste weiterempfehlen werden.

Die Identifizierung und Ansprache Deiner idealen Zielgruppe ist kein einmaliger Prozess. Es ist eine fortlaufende Aufgabe, die Reflexion, Anpassung und manchmal auch Neuausrichtung erfordert. Indem Du jedoch von Anfang an eine klare Vorstellung davon hast, mit wem Du arbeiten möchtest, legst Du den Grundstein für eine erfüllende und erfolgreiche Tätigkeit.

## Warum Klient:innen sich für Dich entscheiden

In einem Markt, der von Konkurrenz und Lärm überflutet wird, ist der Preis niemals der wahre Differenzierer – es ist der einzigartige Wert, den Du bietest. Was macht Dein Angebot unwiderstehlich? Es ist die spezifische Nutzenstiftung, die tiefe Fachkompetenz gepaart mit maßgeschneiderten Lösungen und einer echten, emotionalen Verbindung. Dein Angebot muss so klar und überzeugend kommuniziert werden, dass potenzielle Klient:innen fühlen, dass es keine Alternative zu Dir gibt.

Eine solche Verbindung zu etablieren, erfordert jedoch mehr als nur Fachwissen. Es geht darum, eine echte Beziehung zu Deinen Klient:innen zu pflegen, eine, die auf Vertrauen, Verständnis und gegenseitigem Respekt basiert. Deine Klient:innen müssen spüren, dass Du nicht nur ein Experte oder eine Expertin in Deinem Feld bist, sondern auch jemand, der sich wirklich um ihre individuellen Bedürfnisse und Ziele kümmert. Dies schaffst Du durch eine Kombination aus empathischem Zuhören, kundenzentrierten Lösungen und einem Engagement, das weit über das übliche Maß hinausgeht.

Du wirst in der Lage sein, Strategien zu entwickeln, die genau auf die Bedürfnisse Deiner Klient:innen zugeschnitten sind, anstatt breitgefächerte „One-size-fits-all“-Lösungen anzubieten. Dies zeigt Deinen Klient:innen, dass Du ihre Situation wirklich verstehst und bereit bist, die Extra-Meile zu gehen, um ihnen zu helfen, ihre Ziele zu erreichen.

Eine solche Spezialisierung ermöglicht es Dir auch, eine starke, erkennbare Marke um Deine Expertise herum aufzubauen. Dein Name wird synonym mit Qualität, Zuverlässigkeit und herausragenden Ergebnissen in Deinem Fachgebiet. Deine Klient:innen werden wissen, dass, wenn sie das Beste wollen, es nur einen Experten bzw. nur eine Expertin gibt, an den oder die sie sich wenden müssen – an Dich.

In der pulsierenden Welt des Coachings und Trainings ist es leicht, sich von der schillernden Aura der Selbstverwirklichung blenden zu lassen. Doch halt! Bevor wir uns in den Wirbelsturm der Selbstpromotion stürzen, gibt es ein unverrückbares Fundament, das niemals aus den Augen verloren werden darf: den Kundennutzen. Dieser Kernaspekt ist nicht nur wichtig, er ist absolut zentral für alle, die nicht nur existieren, sondern exzellieren möchten in dieser Branche.





## Warum der Kundennutzen nicht nur wichtig, sondern alles ist

Stell Dir vor, Du bist nicht einfach nur eine Trainerin oder Coach. Nein, Du bist ein Problemlöser, eine Wegweiserin in der Wildnis der Herausforderungen Deiner Klient:innen. Der wahre Wert Deiner Arbeit misst sich nicht an den Stunden, die Du investierst, sondern an den Lösungen, die Du bietest. Der Kundennutzen steht über allem, weil er der wahre Gradmesser Deines Erfolgs ist. Es geht nicht darum, was wir lehren, sondern darum, wie das Gelernte das Leben unserer Klient:innen zum Besseren wendet.

Der Kundennutzen ist kein Zufallsprodukt, sondern das Ergebnis eines tiefen Verständnisses der individuellen Bedürfnisse, Schmerzpunkte und Träume unserer Klient:innen. Dieses tiefe Eintauchen in die Welt unserer Klient:innen ermöglicht es uns, maßgeschneiderte Lösungen anzubieten, die nicht nur Probleme lösen, sondern echte Transformationen bewirken. Die Arbeit am Kundennutzen ist eine Reise ohne Endstation. Es reicht nicht aus, sich einmal Gedanken darüber zu machen; es ist ein fortwährender Prozess des Zuhörens, Lernens und Anpassens. Die Landschaft ändert sich ständig, und was gestern funktionierte, ist heute vielleicht schon überholt. Die einzige Konstante in diesem Prozess bist Du und Dein unerschütterlicher Fokus auf den Nutzen für Deine Klient:innen.

Wenn wir über Kundennutzen sprechen, reden wir über ein Versprechen. Ein Versprechen, das in jeder Deiner Handlungen, jeder Deiner Botschaften und in jedem Moment Deiner Arbeit spürbar ist. Es geht nicht nur darum, Deinen Klient:innen zu sagen, dass Du ihnen helfen wirst; es geht darum, ihnen zu zeigen, wie Du ihr Leben veränderst.

In der endlosen See der Möglichkeiten ist der Kundennutzen Dein Leuchtturm, der Dir den Weg weist. Es geht nicht nur darum, ein Geschäft aufzubauen oder Dir einen Namen zu machen. Es geht darum, einen echten, messbaren und nachhaltigen Unterschied im Leben Deiner Klient:innen zu machen. Und wenn Du das schaffst, dann hast Du nicht nur Erfolg; Du hast eine Bewegung ins Leben gerufen, die auf dem unerschütterlichen Fundament des Kundennutzens aufbaut. Denn am Ende des Tages ist es das, woran wir gemessen werden – nicht an der Anzahl der Verkäufe oder Follower, sondern an der Tiefe des Einflusses, den wir auf das Leben anderer haben.

## Der Switch vom Experten/von der Expertin zur Personenmarke

Die Suche nach der perfekten Positionierung im Markt kann oft zu einer Jagd nach eingängigen Schlagworten und trendigen Begrifflichkeiten verkommen, einem Streben nach etwas, das oberflächlich „cool“ wirkt. Doch diese Herangehensweise verkennt die Essenz dessen, was wahre Positionierung bedeutet. Die Wahrheit ist: Deine authentische Positionierung existiert bereits – sie ist tief in Deinen Leidenschaften verwurzelt.

Um den Sprung zur Personenmarke erfolgreich zu gestalten, ist ein entscheidender Schritt auf diesem Weg die Entwicklung einer klaren und konsistenten Markenbotschaft, die Deine Zielgruppe anspricht. Deine Botschaft sollte Deine persönlichen Werte und Überzeugungen widerspiegeln. In einer Welt voller Lärm und Ablenkung ist Authentizität der Schlüssel, um eine echte Verbindung mit Deinem Publikum aufzubauen und Vertrauen zu schaffen.

Darüber hinaus ist es wichtig, Deine Präsenz sowohl online als auch offline strategisch aufzubauen. Nutze soziale Medien, um Deine Geschichten zu erzählen, Deine Expertise zu teilen und mit Deiner Zielgruppe in einen Dialog zu treten. Gleichzeitig solltest Du Netzwerkmöglichkeiten offline nicht unterschätzen, da persönliche Begegnungen und der Aufbau von Beziehungen nach wie vor eine starke Wirkung haben. Investiere Zeit und Ressourcen in die Weiterentwicklung Deiner Fähigkeiten und bleibe immer auf dem Laufenden über Trends in Deinem Bereich. Kontinuierliches Lernen und Anpassung sind unerlässlich, um relevant zu bleiben und Deine Position als Personenmarke zu festigen.

Der Sprung zur Personenmarke ist ein Prozess, der Geduld, Beständigkeit und Engagement erfordert. Es geht nicht nur darum, wer Du bist und was Du tust, sondern auch darum, wie Du Deine Botschaft vermittelst und mit Deiner Zielgruppe interagierst.

Ich wünsche Dir von Herzen ganz viel Erfolg! 🍀

**Marion Masholder**

[www.marion-masholder.de](http://www.marion-masholder.de)

Diamond Circle Academy