

MYOI

Positionierung



WARUM IST DIESES THEMA SO WICHTIG?

Stell dir vor, du stehst in einem Supermarkt mit hunderten von Produkten. Was bringt dich dazu, genau eine bestimmte Marke zu wählen? Oft ist es nicht nur die Qualität, sondern die Botschaft, das Gefühl und die Identität der Marke, die dich anzieht. Genau das ist Positionierung: Sie schafft Klarheit und Differenzierung.

Vorteile einer klaren Positionierung:

- Abgrenzung vom Wettbewerb: Du wirst nicht mit anderen austauschbar sein.
- Klarheit für deine Zielgruppe: Menschen wissen sofort, wofür du stehst.
- Vertrauensaufbau: Ein klar definiertes Markenbild erhöht die Glaubwürdigkeit.
- Gezielte Kundenansprache: Deine Kommunikation richtet sich exakt an die Menschen, die von deinem Angebot profitieren.

WARUM IST DIESES THEMA SO WICHTIG?

Der Weg zur Positionierung

- Kenne deine Zielgruppe: Wer sind deine idealen Kund:innen? Welche Probleme haben sie?
- Definiere dein Alleinstellungsmerkmal: Was macht dich einzigartig? Was unterscheidet dich von anderen?
- Formuliere dein Markenversprechen: Was kannst du deiner Zielgruppe garantieren?
- Bleibe konsistent: Deine Positionierung sollte sich in deinem gesamten Branding widerspiegeln.

Ziel der Positionierung

- Deine Zielgruppe soll auf einen Blick erkennen:
- „Das ist für mich.“
- Du willst nicht allen gefallen – sondern genau den Richtigen auffallen.
- Deine Positionierung zeigt, was dich unterscheidet – aber auch: welches Problem du löst.

ÜBUNG

1. Schreibe drei Dinge auf, die dein Business einzigartig machen.
2. Überlege, welche Hauptprobleme du für deine Kund:innen löst.

DEIN USP & DEIN MARKENVERSPRECHEN

Ein USP (Unique Selling Proposition) beschreibt das Besondere an deinem Angebot. Warum sollte jemand bei dir kaufen oder dir folgen?

USP-Formel: „Ich helfe [Zielgruppe] dabei, [Problem] zu lösen, indem ich [Lösung] biete.“

Beispiele:

- „Ich helfe Selbstständigen, ihre digitale Sichtbarkeit zu erhöhen, indem ich ihnen maßgeschneiderte Social-Media-Strategien biete.“
- „Ich unterstütze Coaches dabei, ein skalierbares Online-Business aufzubauen, ohne sich zu überarbeiten.“

Nischen Check: Wie du die richtige Zielgruppe findest

- Wer sind deine idealen Kund:innen?
- Welche Bedürfnisse und Herausforderungen haben sie?
- Wo halten sie sich online auf?

ÜBUNG

Ich helfe [Zielgruppe], [Wunschziel] zu erreichen, indem ich [Lösung] biete – ohne [Schmerz].

ÜBUNG

1. Formuliere dein Markenversprechen.
2. Definiere deinen USP in einem Satz.

DEINE MARKENBOTSCHAFT & STORYTELLING

Storytelling Techniken für deine Marke

Die Held:innenreise (Hero's Journey):

- Ausgangspunkt: Wo hast du angefangen?
- Herausforderung: Welche Probleme hast du erlebt?
- Transformation: Wie hast du sie gelöst?
- Ergebnis: Wo stehst du heute?

Die WHY-Methode:

- Warum hast du dein Business gestartet?
- Was treibt dich an?
- Warum sollten andere sich mit deiner Mission identifizieren?

Emotionale Verbindung aufbauen:

- Nutze Metaphern und Bilder.
- Erzähle nicht nur Fakten, sondern auch persönliche Anekdoten.
- Sei transparent über Herausforderungen und Erfolge.

ÜBUNG

1. Schreibe eine kurze Markenstory in 3 Sätzen.
2. Überlege, wie du deine Geschichte auf Social Media erzählen kannst.

[illegible]

[illegible]

**be seen
be heard
be memorable**

LET'S SHINE!

SANDRINE BAUMGARTNER, MSC

Digital Brand & Marketing Expert

Email info@smedia-management.com

Phone [+43 670 505 60 39](tel:+436705056039)

Instagram [@smediamngt](https://www.instagram.com/smediamngt)



*sm*edi**amngt**

BE SEEN, BE HEARD, BE MEMORABLE.