

Dr. Renée Moore

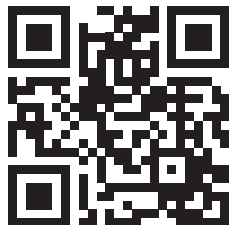
Be Unstoppable!



Business geht heute anders.

5 *Geheimnisse meines Multi
Millionen Euro Erfolgs*

**Wie sie sich richtig positionieren und
mit System mehr Umsatz generieren.**



1. Auflage - 01/2017
5 Geheimnisse meines Multi Millionen Euro Erfolgs
Dr. Renée Moore, Deidesheim

Copyright:
© 2017 Dr. Renée Moore, Deidesheim
Alle Rechte vorbehalten
Layout, Design, Umschlag: www.susannebuettner.de



Wer Dr. Renée Moore erlebt, spürt es sofort.

Hier treffen Power, Seele und kluges Handeln aufeinander. Im Alter von vier Jahren schloss sie ihren ersten Deal mit ihrem Großvater. Bis zu ihrem 40. Lebensjahr hat sie ihre eigenen millionenschweren Unternehmen in Europa, Asien und Lateinamerika aufgebaut – und das von Deidesheim, Deutschland, aus.

Dr. Renée Moore ist Unternehmerin mit Leib und Seele. Die gebürtige Texanerin und diplomierte Neurowissenschaftlerin hat bis heute mit Hunderten Executive-Teams internationalen Unternehmen gearbeitet. Für die Huffington Post ist sie der „The New Global Leader“.

Renée Moore kennt die Business-Welt mit all ihren Facetten. Seit über 15 Jahren inspiriert sie mit ihren Keynotes weltweit – von Australien über Taiwan, Japan, China, Indien bis quer durch viele Länder Europas, den USA und Lateinamerika. Sie steht mit Legenden wie Brian Tracy, Les Brown, Nick Vujicic und Lothar Seiwert gemeinsam auf der Bühne. Als Business Mentor und Rednerin begeistert Renée mit ihrer mitreißenden Energie, einem alles durchdringenden Unternehmmergeist und ihrem ungeheuren Erfahrungsschatz.

Sie liefert topaktuelle Business- und Innovationsstrategien - gepaart mit den neuesten neurowissenschaftlichen Erkenntnissen - und zeigt

wie erfolgreiches Unternehmertum und Leadership heute funktioniert. Renées Trainingsakademien werden in Deutschland, in der Nähe von Heidelberg, gehalten. Zu den Teilnehmern gehören Unternehmerinnen und Unternehmer, die aus ganz Europa angereist kommen, um mehr über ihre Strategien für eine erfolgreiche Unternehmensführung zu lernen. In ihrer Trainingsakademie bietet sie Folgendes an:

„One-Day-Business-Success-Workshop“

Endlich die eigenen Grenzen überwinden und den für sich richtigen Weg für mehr unternehmerischen Erfolg einschlagen. Positionierung, Produkte, Packages, Preisgestaltung, Umsatz – das alles wird Ihnen nach diesem Workshop gelingen. Holen Sie sich hier alles Wichtige für mehr Erfolg im Business. Mehr Infos unter www.reneemoore.com/tages-workshop

6 Monatsprogramm „Quick Start to Profit“

Das einzigartige Sechs-Monats-Programm, das für den richtigen Start sorgt und Ihr Business wachsen lässt. Sechs Power-Termine zu den Themen erfolgreich positionieren, Produkte gestalten, Packages verkaufen, Preise definieren und Umsatzsteigerung sorgen dafür, dass Sie in eine erfolgreiche Zukunft investieren. Mehr Infos unter www.reneemoore.com/quickstart-to-profit-programm/

Workshop - „Erfolgreich Reden. Speak to sell. More.“

In meinem 2-Tages-Workshop „Erfolgreich Reden“ verrate ich Ihnen mein komplettes Erfolgssystem. Wir arbeiten gemeinsam an Ihrer Positionierung, an Ihrem authentischen Vortrag, an Ihrem „unwiderstehlichen“ Angeboten und an Ihrem After-Sales-Prozess, der Ihnen Folgeaufträge sichert. Sie lernen auf der Bühne zu verkaufen und mehr aus Ihren Präsentationen herauszuholen. Fakt ist: Die ganze Welt ist eine Bühne. Ein Kundengespräch ist eine Bühne. Ein Webinar ist eine Bühne. Ein Workshop ist eine Bühne. Eine Präsentation ist eine Bühne. Jedes Mal haben Sie die Chance Kunden zu gewinnen und Umsatz zu generieren, wenn Sie sich kompetent, authentisch und mit System verkaufen. Termine und Inhalte finden Sie unter www.reneemoore.com/speak-to-sell-more/

One to One Mentoring: „Zone of Genius Programm“

Sie wollen mit Dr. Renée Moore sehr individuell an Ihren Themen arbeiten? Sehr gerne. In exklusiven Einzelberatungen in Deidesheim bietet sie für Unternehmer, Coaches und Redner intensive und exklusive Powertage an. Alle Infos zum One to One Mentoring finden Sie unter www.reneemoore.com/zone-of-genius-11-mentoring/

Innovation im Business

So einfach kann es sein



Als ich 2005 mein erstes Unternehmen gründete, – und das als in Deutschland lebende Amerikanerin - hatte ich keine Ahnung, was ich eigentlich tat. Ich dachte, ich wüsste es. Doch in Wirklichkeit tat ich es nicht.

Ich wusste, was ein Businessplan ist, was es bedeutete, einen Kundenstamm aufzubauen und ein gutes Produkt oder eine gute Dienstleistung anzubieten. Ich wusste auch, dass die Positionierung und das Marketing des Unternehmens wichtige Erfolgskomponenten sind. Doch niemand hatte mir je von der schieren Angst erzählt, die man bekommt, wenn man seine gesamte Existenz riskiert: die finanzielle Situation, den guten Ruf, die persönlichen Beziehungen UND die Gesundheit.

Am Anfang schlief ich nur sehr wenig, da mich eine Kombination aus Versagensangst und Endorphinausschuss wachhielt, die sich vor lauter Aufregung wegen meiner eigenen Unternehmensgründung breit machte. Ich dachte immer daran, was wohl als nächstes passieren würde. Was wäre, wenn ich es nicht schaffen würde?

Es nicht zu schaffen, hätte bedeutet, dass ich nicht mehr länger in dem Land, das ich so liebgewonnen hatte, hätte bleiben können (da ich Amerikanerin bin); es sei denn, ich heiratete einen deutschen Staatsangehörigen oder bekäme einen anderen Job bei einem anderen Unternehmen. Beide Optionen kamen für mich nicht in Frage. Was wäre, wenn jemand dahinterkäme, dass ich nur vorgab, ein Unternehmen zu führen? Ich bin ausgebildete Wissenschaftlerin. Ich

habe einen PhD, keinen MBA. Aber wofür stehen schon Buchstaben, wenn es darum geht, seine letzten Rücklagen zu investieren, um die Vorstellung vom eigenen Unternehmen zu verwirklichen?

Was wäre aber, wenn ich es tatsächlich schaffen würde? Würde mein Erfolg anhalten? Würde ich es vielleicht immer wieder aufs Neue schaffen?

Als ich 2005 mein erstes Unternehmen gründete, wusste ich nicht viel darüber, wie man in Deutschland ein Unternehmen führt. Ich wusste nur, dass ich eine gute Geschäftsidee hatte... und wie sich herausstellte, hatte die Welt genau auf diese Idee gewartet.

Am Anfang gab es viele Dinge, von denen ich nichts wusste. Die ersten Jahre konnte ich nur bewältigen, weil ich mich daran gewöhnte, dass Angst dazugehörte. Die Angst trieb mich regelrecht an und brachte mich immer einen weiteren Schritt nach vorn. Und dann ging ich einfach noch einen Schritt und noch einen und noch einen.

Auch wenn ich nicht wusste, ob es das Richtige war, was ich tat. Ich machte es trotzdem. Und wenn sich herausstellte, dass einer dieser Schritte falsch war, korrigierte ich ihn und ging einen neuen Schritt. Erkennen Sie ein Muster?

Ein Jahr später gewann ich ein großes Projekt, das mich dazu brachte, ein zweites Büro in Indien einzurichten. Zum damaligen Zeitpunkt kannte ich mich in der indischen Geschäftswelt nicht aus. Aber ich WUSSTE, dass meine idealen Kunden dort Geschäfte abschließen

mussten und mir dieses wichtige Projekt anvertrauten, also eröffnete ich ein Büro in Ahmedabad.

2007 erhielt ich dann ein großes Lob von meinen Kunden für meine Arbeit in Indien, und sie belohnten mich mit einem Projekt in Höhe von acht Millionen Euro in Argentinien. Also ging ich nach Argentinien. Die nächsten Büros eröffnete ich in Chile, Panama, in der Schweiz, Mexiko, Hong Kong und schließlich auch in den USA.

Innerhalb von vier Jahren gründete ich zehn Unternehmen in neun verschiedenen Ländern mit insgesamt 52 zufriedenen Mitarbeitern.

Die Angst wurde auf meinem Weg zum ständigen Begleiter. Ich wurde immer besser und besser, auch wenn ich Angst vor dem Risiko und der möglichen Niederlage hatte. Doch ich versagte nicht. Im Gegenteil, es gelang mir, ein international erfolgreiches Pharmazie-Entwicklungsunternehmen aufzubauen. Und auf meinem Weg zum Erfolg entwickelte ich ein adaptierbares System für wachsende, erfolgreiche Unternehmen.

Ich war nicht mehr ÄNGSTLICH, sondern UNGLAUBLICH ERFOLGREICH. Die Entwicklung zu einer waghalsigen Unternehmerin verhalf mir auch zu einer neuen, größeren Version meiner Selbst. Mit meinem elften internationalen Unternehmen, Business Beyond Borders, teile ich meine Erfolgsstrategien mit Unternehmerinnen und Unternehmern aus der ganzen Welt, damit sie ihren eigenen Unternehmen und sich selbst zum Erfolg verhelfen können.



Ich liebe meine tägliche Arbeit, bei der ich deutsche Unternehmer und internationale Geschäftsinhaber dabei unterstütze, in der Geschäftswelt Fuß zu fassen und unglaublich erfolgreiche Unternehmen aufzubauen.

Der interessanteste Teil besteht für mich darin, Ihnen dabei zu helfen, ihren Lebenstraum zu verwirklichen - ein erfolgreicher Geschäftsinhaber zu sein, der mit seinen idealen Kunden zusammenarbeitet und dabei viel Geld verdient.

Begleiten Sie mich auf meiner Reise auf den nächsten Seiten und lernen Sie, wie Sie die Strategien in Ihrem Unternehmen und Ihrem Leben umsetzen, um erfolgreicher Unternehmenslenker zu werden.

Die meisten Inhaber eines Start-up-Unternehmens sind genau wie ich damals. Viele von uns wagen den großen Schritt zum Unternehmensgründer ohne genau zu wissen, was wir tun müssen oder an wen wir uns wenden können, wenn wir Hilfe benötigen. Und die Angst vor dem Risiko, das Sie als Geschäftsinhaber auf sich nehmen, ist ein gemeinsamer Nenner fast aller neuen Geschäftsinhaber.

Wenn wir uns der größten Aufgabe in unserem Leben stellen, meistern nur diejenigen diese Aufgabe, die nie, aber auch wirklich niemals aufgeben.

Geschäftsinhaber, die mit ihren Unternehmen Erfolge verzeichnen, sind jene, die in sich selbst, ihre Stärke und ihre Entwicklung inves-

tieren. Sie wissen, was sie noch nicht wissen, und schließen diese Lücken.



**Selbst als erfolgreiche Geschäftsinhaberin
bemühe ich mich jeden Tag, eine größere,
bessere Version meiner Selbst zu sein. Ich
will erfolgreich durchs Leben gehen und ich
weiß, dass ich aktiv werden muss, um das
zu bekommen, was ich will.**

Innovation ist der Schlüssel zum Geschäftserfolg.

Ihre Fehler und Fehlentscheidungen sind ein größter Innovationstreiber in Ihrem Business. Ich mache ständig Fehler. Immer und immer wieder. Doch letzten Endes bringen sie mich zum Ziel. Denn ich werde durch Fehler stärker. Wenn Ihre Lebenseinstellung keine Ausreden duldet, müssen Sie sich jeden Tag aufs Neue beweisen. Sie versuchen jeden Tag erneut, Ihre Ziele zu erreichen, zu wachsen und zu einer größeren, besseren, kühneren Version Ihrer Selbst zu werden. Und bald lernen Sie, wie Sie ständig erfolgreicher und selbstbewusster werden.

Also, gehen wir es an.

Die Welt wartet darauf, dass Sie Ihr Unternehmen durch Innovation zum Erfolg führen. Gehen Sie diesen großen Schritt, auch wenn Sie vielleicht Fehler dabei machen werden. Ich zeige Ihnen, wie Sie mit Ihrem Unternehmen in Deutschland die höchste Erfolgsstufe erreichen. Hier folgen fünf innovative Strategien, die Geschäftsinhaber heutzutage kennen müssen.

Erfolgsstrategie Nr. 1

um Ihr Unternehmen ganz nach oben zu bringen. Die wichtigste Strategie, die alles verändern wird, setzt bei Ihrer Denkweise an. Damit meine ich: Erlauben Sie sich selbst, nicht mehr länger nur kleinen Brötchen zu backen.

Eine Denkweise, die konsequent auf Erfolg und Wohlstand ausgerichtet ist, führt unweigerlich zum Gelingen Ihres gesamten Unternehmens. Egal, wie talentiert Sie sind oder wie unglaublich gut Ihre Produkte und Dienstleistungen sind – wenn Ihre Denkweise nicht auf gleichem Kurs mit Ihren Absichten ist, werden Sie Ihre höchste Erfolgsstufe NIE erreichen.

In der Geschäftswelt und in jedem Bereich Ihres Lebens bestimmt die Art, wie Sie über sich und Ihr Leben denken, darüber, welche Rolle Erfolg, Geld und sogar Liebe in Ihrem Leben spielen.


Ihr „Mindset“ bestimmt alles.

Es ist das Einzige und das Wichtigste, das Sie kontrollieren und verändern können, wenn Sie schnelle Ergebnisse in Ihrem Leben verzeichnen wollen.

Was ist ein „Mindset“? Bei einem Mindset handelt es sich um eine Zusammenstellung von Anschauungen zu der Welt, in der Sie leben. Sie festigen sich in Ihrem Unterbewusstsein während Ihrer frühen Kindheit. Diese Anschauungen sind ein fester Bestandteil Ihrer Denkweise, sodass Sie Ihr Verhalten und Ihre Entscheidungen stets daran ausrichten, obwohl Sie sie als Erwachsener in Ihrem heutigen Leben



eigentlich nicht mehr brauchen. Sie bestimmen jedoch immer noch die Art und Weise, wie Sie heute Entscheidungen treffen, auch wenn sie Ihnen nicht mehr länger nutzen.



Mindsets entstehen in der Zeit Ihres Lebens, in der Sie sehr leicht zu beeindruckt sind, zwischen dem 4. und 7. Lebensjahr. Während dieser Zeit sind wir sehr stark. Wir haben keine Angst und große Träume. Wir kennen unsere Lebensaufgabe.

Wir gehen da raus und sagen „Ich will Arzt oder Anwalt werden“, oder „Ich will dieses und jenes in meinem Leben machen“, und jemand sagt uns, dass das nicht geht und verletzt uns damit. Nach dem Motto: Das kannst du nicht machen, weil du eine Frau bist oder weil du arm bist oder weil du deutsch bist.“

Und genau dann fangen wir an, kleine Brötchen zu backen. Wir nehmen Abstand von dem, was wir eigentlich in unserem Leben machen wollen und halten uns klein. Ein Teil unseres Traums und ein Teil unserer Leidenschaft wird dabei zerstört und wir beginnen, uns selbst zu schützen, indem wir Mindsets aufbauen, die uns einschränken.

Wir entscheiden uns dazu, uns selbst keine Beachtung zu schenken und nicht bei den Großen mitzumischen. Von jetzt an denken wir in kleinen und sicheren Maßstäben, um uns zu schützen und um nicht mehr verletzt zu werden. Einschränkende Mindsets festigen sich also in unseren jungen Jahren und beherrschen auch im späteren Leben noch unser Verhalten. Diese einschränkenden Denkweisen können durch soziale Verhältnisse, Kulturen, finanzielle Gegebenheiten und unser Umfeld entstehen.

Ich sehe das immer wieder, wenn ich mit Unternehmern und Geschäftsinhabern arbeite, die sagen: „Ich möchte mir selbst nicht zu viel Aufmerksamkeit schenken, indem ich die Ziele für mein Unternehmen zu schnell zu hoch ansetze. Die Leute werden dann schlecht über mich urteilen.“

Ich möchte, dass Sie über Ihre eigenen Mindsets nachdenken und darüber, wie diese Sie davon abhalten könnten, all das, was Sie wirklich wollen, zu erreichen. Ich gebe Ihnen ein Beispiel für mein größtes mich einschränkendes Mindset und sage Ihnen, wie ich es überwunden habe.

Ich wuchs in einer armen Familie auf und wir hatten nicht genug zu Essen. Ich hatte eine bestimmte Denkweise zum Thema Geld. Wir hatten im Gegensatz zu unseren Nachbarn nicht genug Geld. Und die Erwachsenen in meiner Familie redeten immerzu von den reichen Nachbarn und wie gierig, eingebildet und arrogant sie waren. Ich lernte auch, dass Geld die Wurzel allen Übels ist.



Viele von uns, die mit nur wenig Geld aufgewachsen sind, haben sicherlich ähnliche Dinge gehört. Ich wuchs also in dem Glauben auf, dass Menschen, die Geld besaßen, in gewisser Weise schlechte Menschen waren. Als Erwachsener hatte ich dann eine erfolgreiche Karriere und einen Job mit einem sechsstelligen Einkommen. Doch ich hatte nie wirklich viel Geld. Ich hatte ein angenehmes Leben in der Mittelschicht. Und ich wusste nicht, dass ich ein Problem bezüglich meines Mindsets zum Thema Geld hatte, bis ich mein eigenes Unternehmen gründete.

Die ersten Unternehmen, die ich gründete, waren im Bereich der pharmazeutischen Entwicklung angesiedelt. Und durch mein Mindset zum Thema Geld gab es von Anfang an Probleme. Der durchschnittliche Auftragswert in meinem Geschäftsfeld lag zwischen 300.000 und einer Million Euro. Das ist der Preis, den man zahlen muss, um eine klinische Studie in Indien durchzuführen, wo eines meiner Unternehmen angesiedelt war.

Mein Mindset machte sich hier besonders bemerkbar, da ich mich bei so hohen Beträgen unwohl fühlte, auch wenn es dabei ums Geschäft ging und diese Summen unabdingbar waren. Ich verschickte sehr viele Angebote und gewann lediglich sehr kleine Projekte in Höhe von 20.000 Euro.

In diesem Moment wurde mir klar, dass ich ein Problem mit meiner Denkweise über Geld hatte. Ich hatte Angst davor, einen Vertrag in Höhe von einer Million Euro zu unterschreiben, da ich befürchtete,

dass mich dies in irgendeiner Weise zu einem schlechten Menschen machte. Geld ist schließlich die Wurzel allen Übels, oder nicht? Ich dachte in diesem Moment nicht daran, dass der Sinn meines Unternehmens darin liegt, Geld zu verdienen und dass diese Geldsumme benötigt wurde, um in Indien einen neuen Impfstoff zu entwickeln. Das Geld war nicht für mich, sondern für das Projekt.

Mir wurde also klar, dass ich mich daran gewöhnen musste, bei meinen Geschäften mit einer Million Euro umgehen zu können. Ich kam gerade aus Indien zurück und hatte einen indischen 100-Rupien-Geldschein in meiner Tasche. Ich nahm ihn heraus, hängte so viele Nullen an die 100 bis es 1.000.000 waren und schrieb überall eine Million Euro darauf. Mir selbst sagte ich dann, dass dieser Geldschein für ein größeres Projekt stand und dafür, dass ich mich an diese hohen Summen und die großen Projekte gewöhnen würde.

Ich steckte den Geldschein in meine Tasche und gewöhnte mich jeden Tag mehr daran, Geschäfte in Höhe von einer Million Euro abzuschließen. Es verging kein Tag, an dem ich den Geldschein nicht berührte, streichelte und dabei merkte, wie es sich anfühlte, einen Eine-Million-Euro-Vertrag zu haben.

Mein Selbstbewusstsein wuchs dadurch. Ich war kein schlechter Mensch, weil ich die großen Projekte gewann; ich war eine selbstbewusstere und erfolgreichere Geschäftsfrau geworden. Und wissen Sie was?

Innerhalb von 30 Tagen, nachdem ich aus dem indischen Geldschein meine eine Million Euro gebastelt hatte, unterschrieb ich meinen ersten knapp Eine-Million-Euro-Vertrag mit einem Pharmaunternehmen, das zu den fünf größten Unternehmen der Branche gehört.



Ich änderte meine Denkweise und mein Unterbewusstsein. Ich fand heraus, was mich davon abhielt, bei den Großen mitzumischen und überwand es.

Zwischen 2006 und 2007 entwickelte sich mein Unternehmen prächtig. Ich gewann immer größere Projekte. Doch im Jahr 2007 bot sich mir die Gelegenheit, mich für ein fast Zehn-Millionen-Euro-Projekt zu bewerben. Und drei Mal dürfen Sie raten. Ich fiel zurück in die alte Denkweise. Ich hatte Angst. Ich hatte mich gerade an die Eine-Million-Euro-Projekte gewöhnt und ein Zehn-Millionen-Euro-Projekt war die nächste große Herausforderung für mich.

MEINE ERSTEN ZEHN MILLIONEN

Ich machte mir selbst Mut und sagte mir: „Okay, letztes Mal hat es funktioniert, mal sehen, ob ich es schaffen werde, die nächste Stufe meines Mindsets zu überwinden.“ Ich bastelte einen Zehn-Millionen-Euro-Geldschein. Ich legte ihn in meine Tasche, flog nach Argentinien, setzte mich gegen 15 Unternehmen durch, die mindestens 5.000 Mitarbeiter beschäftigten, und gewann das Projekt. Ich musste die nächste Stufe meines Mindsets überwinden.

Wenn ich es schaffe, dann schaffen Sie es auch. Sie müssen nur herausfinden, welche Einstellungen Sie davon abhalten, aus Ihrem Standby-Modus zu erwachen. Bei mir war es die Denkweise über Geld, die mich nicht aus meinem Standby-Modus erwachen ließ, so dass ich

vorerst nur kleine Brötchen backen konnte. Sie können die höchste Erfolgsstufe mit Ihrem Unternehmen erreichen, wenn Sie herausfinden, welche Mindsets Sie von Ihrem Erfolg abhalten.

POWER ÜBUNG:

Was ist es, das Sie davon abhält, in Ihrem Leben das zu tun, was Sie wollen? Was ist es, das Sie auf Nummer sicher gehen und klein denken lässt - in Ihrem Leben und Ihrem Unternehmen? Ist es etwas, das Sie kulturell bedingt gelernt haben? Ist es etwas, das Ihr Umfeld Ihnen beigebracht hat, als Sie aufgewachsen sind? Was hält Sie davon ab, sich besser um sich selbst zu kümmern? Oder glauben Sie, dass großer Erfolg Ihnen Neid einbringt?

Denken Sie einen Augenblick darüber nach. Nehmen Sie sich Zeit und gehen Sie tief in Ihr Unterbewusstsein, um herauszufinden, welche Denkweisen Sie zurückhalten. Wenn Sie soweit sind, schreiben Sie sie auf ein Blatt Papier.

Mit diesem ersten Schritt bringen Sie Ihre Denkweisen aus der mentalen Welt Ihres Unterbewusstseins in die reale Welt. Nachdem Sie sie aufgeschrieben haben, müssen Sie sie in der realen Welt auslöschen, indem Sie das Blatt Papier zerreißen oder verbrennen.

Erfolgsstrategie Nr. 2

um Ihr Unternehmen ganz nach oben zu bringen: Verschaffen Sie sich Klarheit darüber, was Sie einzigartig macht und welche Kunden für Sie ideal sind.

Die Basis für die perfekte Positionierung Ihres Unternehmens ist, sich absolute Klarheit darüber zu verschaffen, was Sie einzigartig macht und was Ihre idealen Kunden wollen, um zufrieden zu sein.

Kunden-Klarheit bedeutet, Ihren idealen Kunden genau zu identifizieren. Ihre Kunden sind der Grund für die Existenz Ihres Unternehmens. Sie müssen deren Wünsche, Bedürfnisse, Herausforderungen, Zögern, Einwände und Zweifel noch besser kennen, als sie selbst es tun.

Sie müssen wissen, wie ein Tag im Leben Ihrer Kunden aussieht:

- Wie stellen sich Ihre Kunden einen perfekten Tag in ihrem Leben vor?
- Was hält sie nachts wach?
- Was sind ihre größten Sorgen?

Sie müssen in die Unterhaltung einsteigen, die im Kopf Ihres Kunden bereits zugange ist und Ihr Sprachrohr ist dabei Ihr Marketing. Vorausgesetzt, Sie haben kein großes, unbegrenztes Marketing-Budget und kein riesiges Sales-Team, müssen Sie Ihr Marketing darauf foccusieren, mit Ihrem idealen Kunden zu sprechen.

Dies ist wesentlich effektiver, als sich bei ALLEN zu vermarkten. Wenn Sie versuchen, sich bei allen zu vermarkten, haben Sie eine allgemeine Message. Wenn Sie sich hingegen nur bei Ihrem idealen Kunden vermarkten, haben Sie eine wesentlich effektivere und aussagekräftige Message.

Denken Sie daran: Ihr Ziel liegt nicht darin, mit allen Geschäfte zu machen, sondern mit denjenigen, die an dasselbe glauben wie Sie.

Wenn Ihr Marketing die Bedürfnisse, Wünsche und Herausforderungen Ihrer Kunden direkt anspricht, werden Ihre idealen Kunden wissen, dass Sie sie verstehen und dass Sie ihnen die Lösung liefern können, nach der sie gesucht haben. Das gestaltet den Verkaufsprozess für Sie wesentlich einfacher.

Wir sprechen hier deswegen auch von „PULL-Marketing“. Sie werden Ihre idealen Kunden sozusagen zu sich ziehen, weil sie sich mit IHNEN und Ihrem Unternehmen identifizieren und mit Ihnen arbeiten werden wollen.

Keine aufdringlichen Verkäufe mehr. Pull-Marketing ist genau das Gegenteil: Ihr Kunde trifft die Entscheidung und entscheidet sich für Sie. Viele von uns vermarkten sich jedoch genau nach dem gegenteiligen Prinzip: Wir erstellen Broschüren über uns und unsere tollen Dienstleistungen und erwarten, dass jemand etwas kaufen wird, doch dabei geht es immer nur um uns! Beim Verkauf werden wir dann aufdringlich, um die Menschen dazu zu bringen, unsere Produkte oder Dienstleistungen zu kaufen und mit uns zu arbeiten.

Doch bei Ihrem Unternehmen geht es einzig und allein um Ihren Kunden. Es geht darum, was Sie für Ihren Kunden tun können und zu welchen Ergebnissen Sie Ihrem Kunden verhelfen.



Sobald Sie sich Klarheit über Ihren idealen Kunden verschafft haben, können Sie eine Webseite erstellen und Broschüren, Visitenkarten und weitere Marketingmaterialien anfertigen lassen, die Ihnen helfen, KUNDEN zu AKQUIRIEREN.

Einige von Ihnen werden jetzt sagen: Wenn ich mich auf einen Kunden oder einen speziellen Kundentyp konzentriere, werde ich andere Kunden vernachlässigen, die ich ebenfalls für mich gewinnen könnte. Ich erkläre Ihnen jetzt, warum diese Aussage falsch ist.

1. Kunden sind heutzutage wesentlich anspruchsvoller und arbeiten mit Menschen, die an dasselbe glauben wie sie und genau die Lösung bieten, die sie brauchen. Ein Generalist kann diesen Service nicht anbieten.

2. Sie sind nicht die Antwort auf die Bedürfnisse aller, also hören Sie auf damit, es sein zu wollen. Seien Sie authentisch, tun Sie das, was Sie am besten können, und tun Sie es für den richtigen Kunden. Halbe Sachen sind ein Risiko, denn dabei tun Sie nicht das, was Sie am besten können und vielleicht tun Sie es auch nicht für den richtigen Kunden.

3. Ihr Marketing muss fokussiert sein und nicht allgemein. Mit allgemeinem Marketing erzielen Sie allgemeine Ergebnisse. Sie müssen sich darauf konzentrieren, worin Sie am besten sind und sich in diesem Bereich als Experte positionieren.

Wenn wir das tun, können wir unsere Sprache klar auslegen, die richtigen Kunden erreichen und unser Marketing speziell auf unser Angebot ausrichten.

Ihre Kunden-Klarheit und der Grund, warum man sich für Sie entscheiden sollte, sind also die Basis der perfekten Positionierung für Ihr Unternehmen, Sie selbst und alle zukünftigen Marketingstrategien. Ihre Kunden sind der Grund für die Existenz Ihres Unternehmens. Um eine unwiderstehliche Marke zu erschaffen, müssen Sie Ihre Kunden bis ins Detail kennen.



POWER ÜBUNG

Im Folgenden finden Sie einige Schritte, die Sie JETZT unternehmen können, um die Basis für die Positionierung Ihres Unternehmens zu schaffen, die auf Ihren idealen Kunden ausgerichtet ist. Erstellen Sie ein umfassendes Profil Ihres idealen Kunden. Denken Sie dabei an den Kunden, mit dem Sie arbeiten möchten, der das perfekte Pendant zu Ihrem Service ist.

Fassen Sie die folgenden Informationen über Ihren idealen Kunden zusammen:

- Wie alt ist er?
- Ist er verheiratet oder alleinstehend?
- Hat er Kinder?
- Wie hoch ist sein Einkommen?
- Was will und braucht er am meisten?
- Wovor hat er am meisten Angst?
- Wie sieht ein Tag in seinem Leben aus?
- Und wie wünscht er sich das sein Alltag in Zukunft aussieht?
- Was hält ihn nachts wach?
- Wie können Sie dazu beitragen, dass Ihre Kunden besser schlafen?
- Was hält Ihre Kunden davon ab, mit Ihnen zusammenzuarbeiten?
- Welche Lösungen können Sie für die Probleme Ihrer Traumkunden liefern?

Sobald Sie die Antworten auf diese Fragen kennen, können Sie Ihr Unternehmen und Ihr Marketing so positionieren, dass es Ihre idealen Kunden erreicht. Beginnen Sie damit, eine Marketing-Broschüre, eine Webseite und Präsentationen zu erstellen. Sprechen Sie die Bedürfnisse Ihrer idealen Kunden direkt an.

Sprechen sie nicht davon, was Sie tun und wie Sie es tun. Sprechen Sie über die Tatsache, dass Ihr Unternehmen dazu da ist, die konkreten Bedürfnisse dieser Kunden zu erfüllen. Denken Sie daran, das Geld gelangt ÜBER Menschen in Ihr Unternehmen, deswegen müssen Sie Ihr Angebot auf diejenigen Menschen ausrichten, FÜR die Sie arbeiten möchten.

Erfolgsstrategie Nr. 3

um Ihr Unternehmen ganz nach oben zu bringen: Positionieren Sie sich als Experte

Nachdem Sie sich absolute Klarheit über Ihren idealen Kunden verschafft haben, folgt der nächste Schritt, um mit Ihrem Unternehmen voll durchzustarten: die perfekte Positionierung Ihrer Produkte und Dienstleistungen.

Ihre Positionierung ist ausschlaggebend dafür, wie die Welt Sie und Ihr Unternehmen wahrnimmt. Und sie sollte Ihre Kunden dazu ermutigen, sich selbstständig für die Zusammenarbeit mit Ihnen zu entscheiden. Ihre Positionierung ist ausschlaggebend für Ihre Glaubwürdigkeit, Ihre Professionalität, die Beziehung zu Ihren Kunden, Ihren Status und nicht zuletzt die Preisgestaltung Ihrer Leistungen.

Die fünf wichtigsten Voraussetzungen für die perfekte Positionierung Ihres Unternehmens sind:

1. Ihr Warum und Ihre Zone of Genius
2. Ihre Glaubwürdigkeit
3. Ihre Ergebnisse
4. Ihre Exklusivität
5. Ihre Business Systeme

In meinen Business-Trainingsakademien verbringen wir zwei Monate damit, Sie perfekt zu positionieren, was sich in einem ERHEBLICHEN Anstieg Ihrer Geschäfte widerspiegeln wird. In diesem Kapitel werden

wir einige Positionierungsstrategien durchgehen. Ihre Glaubwürdigkeit wird Ihren Kunden die Sicherheit verleihen, wenn es darum geht, in Ihr Produkt oder Ihren Service zu investieren. Bei diesem Schritt Ihrer Positionierung geht es darum, der Welt mitzuteilen, dass Sie ein Genie sind. Sie müssen sich als Experte verkaufen.

Sie sind Experte für ETWAS. Aus diesem Grund haben Sie Ihr Unternehmen gegründet. Jetzt müssen Sie sich mit Ihrem Expertenwissen in der Welt positionieren, damit Ihre Kunden wissen, wofür Sie Experte sind.

Sich selbst als Experte zu erkennen und zu vermarkten ist beim Aufbau Ihrer Glaubwürdigkeit entscheidend. Aus irgendeinem Grund tun sich in Europa viele Menschen schwer damit. In Deutschland spricht man deswegen auch von „Selbstvermarktung“ oder „EGO Marketing“. Diese Bezeichnungen haben für mich einen negativen Beigeschmack.

Um Ihre Glaubwürdigkeit zu steigern, sollten Sie den Menschen von den tollen Dingen erzählen, die Sie in Ihrem Unternehmen tun. Das bedeutet, dass Sie alle Mindsets, die Ihnen sagen, dass Sie sich selbst nicht zu viel Aufmerksamkeit schenken oder weiterhin kleine Brötchen backen sollten, überwinden.

Ein zentrales Element beim Erschaffen Ihrer Glaubwürdigkeit ist, über die Ergebnisse zu berichten, die Kunden durch die Zusammenarbeit mit Ihnen erzielen. Deshalb sind Kundenstimmen und Erfolgsgeschichten wichtig.



**Menschen kaufen ERGEBNISSE
und Ihre Kunden erzielen aus-
gezeichnete Ergebnisse, wenn
sie mit Ihnen zusammenarbei-
ten und genau das müssen Sie
vermarkten.**

Lassen Sie mich die Bezeichnung „Kunde“ in diesem Kontext genauer definieren. Ein Kunde kann ein zahlender oder nicht-zahlender Kunde sein. Er kann ein Freund, ein Kollege, Ihre Schwester usw. sein, für die Sie gearbeitet haben, bevor Sie Ihr Unternehmen gründeten. Ein Kunde ist jeder, dem Sie dabei geholfen haben, durch die Nutzung ähnlicher Produkte oder Services, die Sie in Ihrem aktuellen Unternehmen anbieten, ein Ergebnis zu erzielen.

Die beste Art und Weise, Ihre Glaubhaftigkeit durch die bisherigen Ergebnisse Ihrer Kunden aufzubauen, ist, Referenzen oder „Erfolgsstories“ von Ihren zufriedenen Kunden zu erhalten, um diese überall zu verwenden: auf Ihrer Webseite, in Ihren Broschüren und in all Ihren Marketingmaterialien.

POWER ÜBUNG

Im Folgenden finden Sie einige Schritte, die Sie JETZT unternehmen können, um Ihre Glaubhaftigkeit als Experte in Ihrem Geschäftsbereich aufzubauen.

1. Finden Sie eine Gelegenheit, um über Ihr Expertenwissen zu sprechen oder zu schreiben.

Einer der schnellsten Wege, um Glaubwürdigkeit zu erzielen, ist, sich Ihren potentiellen Kunden über ein Webinar, einen Vortrag, einen Blog, ein E-Zine (elektronisches Magazin / Zeitschrift oder ein News-

letter, mit dessen wertvollem Inhalt das Problem eines Kunden gelöst werden kann, um diesen anschließend auf Ihre Kundenliste zu setzen) oder eine andere Methode sich als Experte zu präsentieren. Wählen Sie dafür ein Thema aus, das in Ihrer Branche als Informationslücke gilt, und demonstrieren Sie Ihre Kompetenz. Es ist wichtig, dass Sie diesen Service umsonst zur Verfügung stellen.

2. Holen Sie sich Erfolgsstories von Ihren zufriedenen Kunden. Versuchen Sie, zehn Erfolgsstories zu erhalten. Die effektivsten Erfolgsstories beinhalten die folgenden Informationen:

- Warum haben sich ihre Kunden entschlossen, mit Ihnen zusammenzuarbeiten?
- Welche Ergebnisse konnten sie durch die Zusammenarbeit mit Ihnen erzielen?
- Wo befinden sich Ihre Kunden jetzt in ihrem Privatleben und ihrem Unternehmen und welche Ziele haben sie mittlerweile?
- Warum würden sie Sie weiterempfehlen?

Fragen Sie um Erlaubnis, die Erfolgsstory zusammen mit dem Namen, dem Ort und einem Foto Ihres zufriedenen Kunden auf Ihrer Webseite und in allen Marketingmaterialien zu verwenden.

Wenn Sie in einer Branche tätig sind, in der Ihre Kunden eher zögern, Ihnen diese Erlaubnis zu erteilen, da Ihre Zusammenarbeit vertraulich ist, können Sie trotzdem tolle Erfolgsstories erhalten. Dazu dür-

fen Sie jedoch den Namen der Kunden nicht veröffentlichen. An der Stelle des Namens setzen Sie einfach die Initialen und den Namen der Stadt, aus der der Kunde kommt. Natürlich ist es besser, wenn Sie auch den vollen Namen und ein Foto des Kunden benutzen können.

Sie sind der Experte und Ihr Unternehmen liefert die Ergebnisse. Sobald Ihr idealer Kunde sich dessen bewusst ist, kann er sich aus freien Stücken dazu entscheiden, mit Ihnen zu arbeiten. Wenn Sie im Anschluss daran die jetzt in Ihr Unternehmen fließenden Geldsummen weiter erhöhen wollen, positionieren Sie sich anhand Ihrer Marketing-Materialien als idealer Partner für Ihre Kunden.

Die wichtigsten Marketingmaterialien, mit denen Sie Ihr Unternehmen perfekt positionieren, sind:

- Ihre Visitenkarte
- Ihre Webseite
- Ihre Unternehmensbroschüren
- Ihr Blog und / oder E-Zine
- Ihre Facebookseite

Konzentrieren wir uns auf etwas, das Ihnen in nur 15 Minuten helfen wird, mehr Kunden zu akquirieren: Überarbeiten Sie Ihre Visitenkarte. Sie können eine Visitenkarte haben, auf der Ihr Name, der Name Ihres Unternehmens und Ihre Kontaktinformationen stehen. Oder Sie haben eine Visitenkarte, die Ihnen Kunden verschafft. Es ist Ihre Entscheidung. Ihre Visitenkarte ist ein Verkaufsmittel, das Ihren Kunden nicht nur sagt, was Sie tun, sondern auch, welche ERGEBNISSE sie von

Ihnen erwarten können, wenn sie mit Ihnen zusammenarbeiten. Dies ist Ihre große Chance, mit einem kleinen Stück Papier einen bleibenden Eindruck bei Ihren Kunden zu hinterlassen, also nutzen Sie sie. Geben Sie Ihren Kunden einen triftigen Grund, sich bei Ihnen zu melden und mit Ihnen über eine mögliche Zusammenarbeit zu sprechen, oder Ihr E-Zine zu abonnieren. Sie können Ihre Kunden nur mit Ihrer Karte dazu bringen, aktiv zu werden. Gestalten Sie Ihre Visitenkarte daher einprägsam und ergebnisorientiert.

Im Folgenden erfahren Sie, wie Sie Ihre Visitenkarte in nur 15 Minuten so überarbeiten, um SOFORT mehr Kunden zu erreichen.

Auf der Vorderseite Ihrer Karte sollten die üblichen Informationen, wie Telefonnummer(n), alle weiteren Kontaktinformationen und ein einprägsamer Slogan stehen, der den Menschen in einem Satz oder ein paar Wörtern sagt, was Sie tun und welche Ergebnisse Sie für Ihre Kunden erzielen. Mein Slogan lautet: „More Business. More Freedom. Now.“

Nutzen Sie auch die Rückseite Ihrer Visitenkarte, um Kunden anzulocken. Auf der Rückseite sollten eine Reihe von PULL-Marketing-Fragen stehen, die den Leser dazu bringen sollen, mit Ihnen zusammenzuarbeiten.

Mein Text, den Sie als Vorlage für Ihre neue Karte nehmen können, lautet:

Vorderseite:

(Slogan) More Business. More Freedom. Now. Name, Titel, Kontaktinformationen, Webseite.

Rückseite:

(Pull-Marketing-Fragen und eine Handlungsaufforderung)

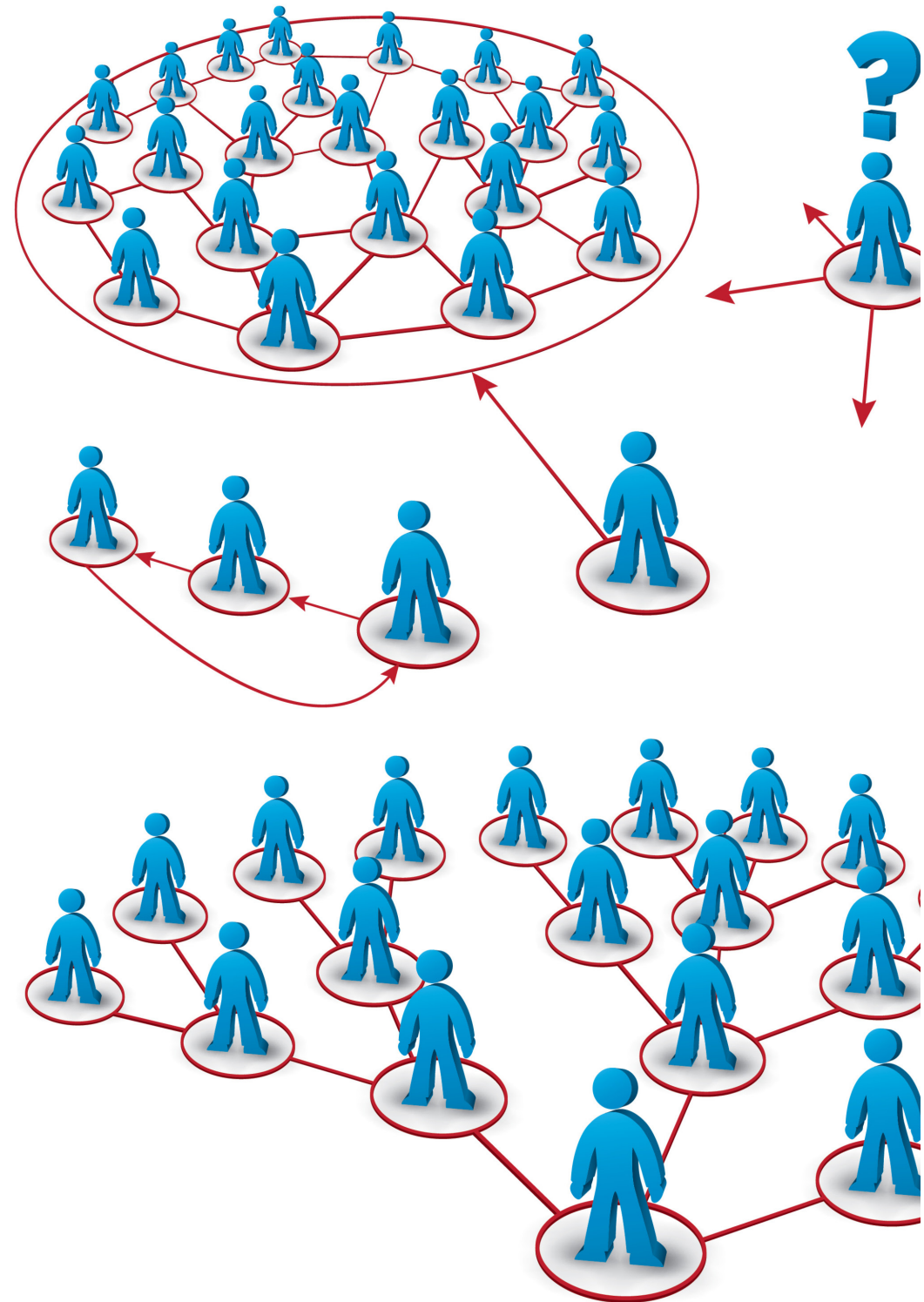
Nicht genug zahlende Kunden für Ihr Unternehmen?

Sie lieben das, was Sie tun, haben aber bis jetzt noch kein erfolgreiches Unternehmen?

Benötigen Sie Strategien, um Ihr Unternehmen JETZT aufzubauen?

Sie KÖNNEN Ihren Kundenstamm verdoppeln, ohne ein Vermögen dafür zu investieren. Kontaktieren Sie mich, um kostenlos über mögliche Lösungen zu sprechen.

Die Informationen auf der Rückseite erlauben es der Person, die die Karte liest, selbst zu entscheiden, ob sie der richtige Kunde für Sie ist, oder nicht. Die Karte fungiert außerdem als kleine Broschüre, die weitergegeben werden kann.



Erfolgsstrategie Nr. 4

um Ihr Unternehmen ganz nach oben zu bringen: Ihre Businesssysteme

Die Businesssysteme und Gewohnheiten in Ihrem Unternehmen sind Dinge, die Sie täglich tun und die mehr Geld, mehr Kunden und mehr freie Zeit für sich und Ihr Unternehmen einbringen.

Es gibt viele Gewohnheiten und Businesssysteme, die der Schlüssel zu einem erfolgreichen Unternehmen sind. Wir werden uns hier auf eine der wichtigsten konzentrieren, um Ihr Unternehmen so schnell wie möglich aufzubauen.

Die Marketing-Methode

Viele würden sich jetzt wahrscheinlich gerne unter dem Tisch verstecken oder IRGENDWAS anderes tun, als Ihr Unternehmen zu vermarkten. Doch Marketing ist so entscheidend für Ihren Erfolg, dass Sie es kontinuierlich betreiben müssen. Es ist gar nicht so schwer und Sie können es auch, sobald Sie wissen, wie man es auf eine authentische Art und Weise tut, die Ihnen nicht aufdringlich erscheint. Die einfachste Art, eine Vorstellung von Marketing zu erhalten ist, dass Sie mit Marketing Energie für Ihre Kunden und den Markt erzeugen. Marketing umfasst alles, was Sie tun, um letzten Endes etwas zu verkaufen, aber es ist nicht der Verkauf an sich. Es geht dabei vielmehr darum, einen Mehrwert zu schaffen und Ihren idealen Kunden zu erklären, was sie brauchen, um dieses Bedürfnis dann in Einklang mit Ihrem Angebot zu bringen.

Schlüsselemente des Marketing heute

- Werden Sie sichtbar für Ihre Kunden (Live-Auftritte, Präsentationen, Videos, YouTube, Social Media)
- Verschaffen Sie sich Gehör (Webcast, Podcast, Radio-Interviews)
- Treten Sie in Printmedien in Erscheinung (Blog, E-Zine, Zeitungsinterview)
- Präsentieren Sie sich persönlich (Live-Seminare, Networking)

Diese Schlüsselemente lassen sich auf verschiedene Art und Weise nutzen, doch für dieses kurze Kapitel werde ich mich auf eine effektive Art und Weise konzentrieren, mit der Sie Energie durch Keep-in-Touch-Marketing erzeugen können: Erstellen Sie ein E-Zine (Newsletter), einen Blog oder Videobotschaften.

Menschen tätigen Geschäfte immer mit Menschen, die sie kennen, mögen und denen sie vertrauen. Und ein E-Zine, das Ihren Kunden einen Mehrwert verschafft, beschleunigt den „Kennen-Mögen-Vertrauen“-Prozess, da Sie es Ihren Kunden kontinuierlich zur Verfügung stellen und es wertvollen Inhalt enthält, den diese sofort nutzen können. Im Grunde genommen ist es sehr einfach, Ihr eigenes E-Zine zu veröffentlichen.



POWER ÜBUNG

Im Folgenden finden Sie einige Schritte, die Sie JETZT unternehmen können, um Ihr E-Zine zu erstellen:

- Betrachten Sie Ihren Verteiler und gehen Sie davon aus, dass er mit einem guten E-Zine schnell größer werden wird.
- Entscheiden Sie, wie oft Sie das E-Zine versenden möchten. Ich empfehle Ihnen mindestens zwei Mal im Monat. Wenn Sie es seltener verschicken, kann man nicht wirklich von Keep-in-Touch-Marketing sprechen.
- Wählen Sie ein professionelles und interessantes Layout für das

E-Zine. Eine professionelle Vorlage beinhaltet Ihr Foto und interessante Abschnitte, in denen Sie Ihren Sonderbeitrag, Erfolgsgeschichten, Ihre Empfehlungen und bevorstehende Events, Verkäufe, Produkte oder Seminare platzieren können.

- Wählen Sie ein System, mit dem Sie das E-Zine versenden möchten, zum Beispiel MailChimp, ConstantContact, 1Shopping Cart usw. (Erwägen Sie auch die Möglichkeit, einen virtuellen Assistenten zu beschäftigen, der sich um die Versendung kümmert, was sehr kostengünstig ist.)
- Verfassen Sie einen Artikel oder ein Video, das für Ihren Kunden gemacht wird. Es sollte dabei um ein Problem gehen, mit dem der Kunde konfrontiert ist und dessen Lösung durch Ihr Produkt oder Ihren Service erfolgt. Ich bekomme die Ideen für mein E-Zine von meinen Kunden. Dann schreibe einen Artikel oder drehe ein Video genau für diese Probleme und biete eine Lösung.
- Wählen Sie einen Titel, der die Leser neugierig machen soll. Es ist bewiesen, dass der Titel ausschlaggebend für die Leserschaft ist. Wenn Sie einen langweiligen Titel wählen, gehen die Leser davon aus, dass der Rest des Artikels ebenfalls langweilig ist. Niemand wird Ihr E-Zine mit einem langweiligen Titel öffnen.
- Arbeiten Sie Fotos und Erfolgsgeschichten von Ihren zufriedenen Kunden ein. Dies ist entscheidend, wenn Sie mit einem neuen Unternehmen Ihre Glaubwürdigkeit unter Beweis stellen wollen. Die Leser möchten wissen, welche Ergebnisse Menschen erzielen, die mit Ihnen zusammenarbeiten; und ein Foto eines zufriedenen Kunden mit dessen Erfolgsgeschichte ist die perfekte Ergänzung für Ihr E-Zine.

Bauen Sie auch immer eine Handlungsaufforderung in Ihr E-Zine ein. Diese kann so simpel sein, wie zum Beispiel eine Einladung zum Besuch und zum Abonnieren Ihrer Facebookseite. Sie kann jedoch auch sehr direkt sein, wie zum Beispiel in Form einer Aufforderung zum Kauf Ihres nächsten Seminars, Workshops oder Buchs.

Dabei sollten Sie jedoch nicht die ganze Zeit versuchen, Ihren Lesern etwas zu verkaufen. Der Großteil des Inhalts Ihres E-Zine sollte den Kunden einen Mehrwert verschaffen.



Wenn Sie mein E-Zine („Be Unstoppable“) in Aktion erleben möchten, registrieren Sie sich noch heute unter folgendem Link für Ihr Exemplar:

www.reneemoore.com/ezine



Erfolgsstrategie Nr. 5

**um Ihr Unternehmen ganz nach oben zu
bringen:**

**Arbeiten Sie nicht mehr länger auf
Stundenbasis. Lernen Sie Wert gegen Geld
zu tauschen.**

„Ich habe eine TOLLE Geschäftsidee, aber ich setze sie nicht um, weil ich nicht weiß, wie ich sie gewinnbringend vermarkten kann.“

„Ich würde liebend gerne mein eigenes Unternehmen gründen, aber ich habe ein gutes Gehalt und befürchte, dass ich mit meinem Unternehmen weniger Geld verdienen würde.“

„Ich bin es leid mit zu vielen (nicht idealen) Kunden zu arbeiten und ständig meinen nächsten Zeitblock verkaufen zu müssen, um weiterhin Geld zu verdienen.“

Kommt Ihnen das bekannt vor?

Ich höre das andauern: Entschuldigungen, die Menschen davon abhalten, GUTES Geld zu verdienen, indem sie das tun, was sie lieben.

Die Wahrheit ist, es gibt VIELE gute Unternehmer, die immer noch in ihrem HAUPTBERUF arbeiten, weil sie nicht erkennen, wie sie mit ihrem Traum ihren Lebensunterhalt bestreiten könnten. Natürlich ist es ein hartes Stück Arbeit, wenn Sie Ihr Startup-Unternehmen gründen, oder dabei sind, Ihr Unternehmen aufzubauen.

Wenn Sie UNAUFHALTBAR sein wollen, müssen Sie einen Etappenplan für kontinuierliche Einnahmen entwickeln, der auf der unwiderstehlichen Positionierung Ihres Unternehmens, kundengewinnenden Marketingstrategien und kundenspezifischen Paketen basiert.

Das Spannende daran ist, dass Sie diesen Plan so gestalten können,

dass Sie innerhalb der ersten zwölf Monate Ergebnisse sehen können, wenn Sie die richtigen Schritte unternehmen.

In diesem Abschnitt werde ich Ihnen zeigen, wie es geht und dass es ABSOLUT MACHBAR ist.

Zunächst einmal müssen Sie sich absolut klar über sich und Ihre idealen Kunden werden, wie bereits in den oberen Abschnitten erwähnt. Sie müssen ein Nischenanbieter sein und dürfen NICHT versuchen, alle Kunden zu bedienen. Wenn Sie, wie die meisten, ein Startup-Unternehmer sind, wird Ihr Marketingbudget wahrscheinlich begrenzt sein, weswegen Sie Ihren idealen Kunden identifizieren und Ihr Marketing nur auf IHN ausrichten müssen.

Danach müssen Sie unwiderstehliche Pakete zusammenstellen, die genau den Bedürfnissen und Vorstellungen Ihrer Kunden entsprechen. Es ist unglaublich einfach und es macht viel Spaß, das zu tun und Sie werden sich fragen, warum Sie nicht schon früher darauf gekommen sind.

Menschen kaufen Ergebnisse. Sie kaufen, um dünner, hübscher und erfolgreicher zu werden. Sie kaufen, um glücklicher zu werden. Wenn Sie Pakete erstellen, die auf die Ergebnisse der Kunden abzielen, können Sie aufhören auf Stundenbasis zu arbeiten und so viel Zeit für Ihre Kunden einplanen, die nötig ist, um aussagekräftige Ergebnisse zu erhalten. Das bedeutet, dass Sie länger mit Ihren Kunden zusammenarbeiten. Es bedeutet, dass Sie sich darauf konzentrieren, Ihre

Kunden in einem wesentlich größeren Umfang zu bedienen. Und es bedeutet, dass Sie weniger Zeit für den Verkauf aufbringen müssen, da Sie ein Exklusiv-Paket verkaufen, in dem Sie Ihren Service für einen längeren Zeitraum anbieten. Hier ein Beispiel, wie Sie 100.000 Euro oder mehr in nur einem Jahr verdienen können, indem Sie Ihren Kunden Pakete anbieten:

Wie man in einem Jahr 100.000 Euro als Business Coach, Personal Coach, Inhouse Vertragsexperte oder mit anderen Beratungstätigkeiten verdienen kann, bei denen Sie einen SERVICE und kein Produkt anbieten.

Merken Sie sich: Sie arbeiten nicht auf Stundenbasis, da Sie NUR mit Kunden arbeiten, die Wert darauf legen, ERGEBNISSE zu erzielen, und Sie wissen, dass es mindestens drei Monate dauern wird, bis Sie aussagekräftige Ergebnisse erreichen und sechs Monate, um transformierende Ergebnisse zu erhalten.

Ihre Pakete könnten folgendermaßen aussehen:

- Erstellen Sie ein 2-3-Monats-Paket (JETZT Gewinne erwirtschaften, Der schnelle Start in ein neues Leben usw.) und verkaufen Sie es für 2.750 Euro. Verkaufen Sie davon sechs Pakete pro Quartal (66.000 Euro)
- Erstellen Sie ein Sechs-Monats-Paket (Nachhaltiger Gewinn, Verwandeln Sie Ihr neues Leben usw.) und verkaufen Sie es für 4.750 Euro. Verkaufen Sie davon sieben Pakete pro Jahr (33.250 Euro).
- Erstellen Sie einen Drei-Wochen-Online-Kurs (aufgeteilt in drei Sitzungen) und lüften Sie Ihr großes Erfolgsgeheimnis,

oder unterrichten Sie das, worin Sie AM BESTEN sind. Geben Sie dieses Training einmal pro Quartal mit jeweils acht Teilnehmern, die je 297 Euro dafür zahlen (9.504 Euro).

**Das macht insgesamt 108.754 Euro und ist
ABSOLUT MACHBAR, oder?**

Sie können auch Pakete für Ihre Kunden erstellen, wenn Sie anstelle eines Service ein Produkt verkaufen. Der Trick dabei ist, Ihre Produkte gebündelt anzubieten, einen Service mit einem besonderen Mehrwert hinzuzufügen und Ihren Kunden eine gewisse Exklusivität zu vermitteln.

POWER ÜBUNG

Wie viel Geld würden Sie gerne pro Jahr mit Ihrem Unternehmen verdienen? 100.000 Euro? 250.000 Euro? oder mehr? Geben Sie jedem Paket einen ansprechenden Namen und versichern Sie sich, dass Sie die Ergebnisse, die jedes Paket verspricht, besser vermarkten als die Merkmale und Vorteile desselben.

Der Verkauf von Paketen ist der schnellste Weg, um nicht mehr länger auf Stundenbasis zu arbeiten und in Ihrem Leben mehr SPAß zu haben.

Erstellen Sie ein strategisches Preismodell mit Paketen für 1:1 Kunden. Hier einige Schritte, die Sie JETZT unternehmen können, um Pakete für Ihre Kunden zu erstellen, die ihnen Ergebnisse versprechen und Ihrem Unternehmen viele zufriedene Kunden verschaffen.

Entwickeln Sie ein Programm, das innerhalb eines bestimmten Zeitraums ERGEBNISSE liefert - zum Beispiel: „Fünf Wege zu einem sorgenfreien Leben“ oder „Drei-Monats-Abnehmprogramm“ oder meins, das „Six-Months-Quickstart-to-Profit-Programm“.

Beantworten Sie dazu die folgenden Fragen:

- Welche von Ihren aktuellen Tätigkeiten könnten Sie in ein Paket bündeln, um bessere Ergebnisse mit 1:1 Kunden zu erzielen? » Welchen Zeitraum soll das Paket abdecken (Wochen, Monate usw.)?
- Welche Merkmale und Vorteile hat das Paket (wie viele persönliche Meetings, wie viele Telefongespräche usw.)?
- Welche Art von Zugang hat der Kunde zu Ihnen (unbegrenzter E-Mail-Verkehr, Telefongespräche oder strukturierter Zugang)?
- Welche Top-Drei-Ergebnisse wird der Kunde durch das Paket erzielen?
- Wie werden Sie das Paket nennen? Wie viel wird es kosten? Keine Panik, Sie müssen das nicht alles bis ins kleinste Detail vor dem Starttermin aufschreiben.

Werden Sie aktiv, auch wenn Sie dabei Fehler machen, und richten Sie die nächsten Sitzungen auf die genauen Bedürfnisse der Gruppe aus, mit der Sie arbeiten. Der Schlüssel zum Erfolg sind Taten. Erstellen Sie Pakete und Preise, bei denen Ihr Aufwand zum Vorteil wird, die Ihrem Unternehmen mehr Geld und Ihren Kunden bessere Ergebnisse einbringen.

Sie wollen mehr Erfolg mit Ihrem Unternehmen haben?

Kontaktieren Sie mich noch heute, um mehr über meine Business-Trainingsakademien zu erfahren.

Wenn Sie wie viele Unternehmer heutzutage sind, haben Sie ein gutes Produkt oder einen guten Service und glauben daran, dass es Ihre Lebensaufgabe ist, Ihr Talent an so viele Menschen wie möglich zu vermitteln, um viel Geld zu verdienen und Ihr Leben genießen zu können.

Sie wachen jeden Morgen auf und sind dazu bereit, Ihr Leben, Ihr Unternehmen und das Leben Ihrer Kunden zu verändern. Doch wenn es darum geht, mit Ihrem Unternehmen Gewinne zu erzielen, müssen Sie feststellen, dass Wohlstand und Erfolg nicht die Folge all Ihrer Bemühungen sind. Vertrauen Sie mir, ich war genau in der gleichen Situation. Doch dann entschloss ich mich, die Spielregeln zu ändern. Anders als ein Business Coach, der keinerlei Erfahrungen mit der Gründung eines erfolgreichen Unternehmens hat, bin ich ein Business Mentor.

Ich habe den Pfad bestritten und meine eigenen Multi-Millionen-Euro-Unternehmen in Europa, Indien und Lateinamerika gegründet und verkauft. Ich verstehe GENAU was Sie gerade durchlaufen und habe



Business-Transformation-Programme erstellt, die die Art und Weise, wie Sie Ihr Unternehmen und Ihr Leben sehen, für immer verändern werden.

Die Trainingsakademie „Quick Start to Profit“ zielt darauf ab, Startup-Unternehmer, Menschen, die ihre Unternehmensgründung erfolgreich planen möchten, oder Unternehmer, die mit ihrer Firma bis jetzt noch nicht den gewünschten Erfolg verzeichnen konnten, zu unterstützen. Mit diesem Programm erlernen Sie die Strategien, mit denen Sie Ihr Unternehmen perfekt positionieren, Pakete und Preise erstellen, die Ihnen Gewinne einbringen, Ihr Unternehmen mit den neusten On-und Offline-Marketingstrategien vermarkten, die richtigen Kunden erreichen und schnelle Einnahmen erzielen.

Der perfekte Kandidat für das Programm „Quick Start to Profit“

Sie sind brillant und bringen genau die Leidenschaft mit, die man braucht, um ein Unternehmen nach Ihren Vorstellungen zu gründen. Die Möglichkeit auf Erfolg in Ihrem Unternehmen spornt Sie an. Sie sind es jedoch leid, so viel Zeit zu investieren, ohne die gewünschten ERGEBNISSE zu erzielen. Sie fühlen sich überfordert, wenn Sie daran denken, die nötigen Schritte zu unternehmen, die Sie dazu bringen, das Leben zu leben, das Sie sich vorstellen, weil Sie zu beschäftigt damit sind, Ihr Unternehmen zu leiten. Die tägliche Arbeit frisst Sie auf. Sie haben am Ende des Tages absolut keine Energie übrig, um Zeit für Ihren großen Traum zu investieren.

Sie verbringen nur sehr wenig Zeit damit, Ihr Unternehmen zu

vermarkten, weil es sich „zu aufdringlich“ und nicht authentisch für Sie anfühlt. Und wenn Sie ehrlich sind, sind Sie auch nicht sicher, wie Sie Ihr Unternehmen richtig positionieren sollen, damit



die idealen Kunden SIE finden. In dieser Phase müssen Sie vor allem Einnahmen erzielen. Mehr Infos unter www.reneemoore.com/quickstart-to-profit-programm/

1:1 Mentoring - Zone of Genius Programm

Dieses Programm ist perfekt für Sie, wenn Sie nach einem intensiven privaten 1:1 Training suchen, bei dem es einzig und allein um Ihr spezielles sich ständig änderndes Geschäftsumfeld und die entsprechenden Herausforderungen geht. In dieser Phase sind Sie bereits ein sehr erfolgreicher Unternehmer mit einem sechsstelligen Einkommen und jetzt dazu bereit, Ihr Leben und Ihr Unternehmen GANZ NACH OBEN zu bringen. Unter dem folgenden Link finden Sie mehr Infos zum Genius Programm www.reneemoore.com/zone-of-genius-11-mentoring/

Ihr Unternehmen ist erfolgreich, doch Sie stehen immer noch Herausforderungen gegenüber, die Sie davon abhalten, die nächste Stufe zu erreichen.

Erfolgreich Reden. Speak to Sell. More.

akt ist: Die ganze Welt ist eine Bühne. Ein Kundengespräch ist eine Bühne. Ein Webinar ist eine Bühne. Ein Workshop ist eine Bühne. Eine Präsentation ist eine Bühne. Jedes Mal haben Sie die Chance Kunden zu gewinnen und Umsatz zu generieren, wenn Sie sich

kompetent, authentisch und mit System verkaufen. Wenn Sie ein Redner oder Unternehmer sind, müssen Sie wissen, wie Sie von der Bühne verkaufen und die Bühne als Zugang zu Ihrem Verkaufstrichter für Ihre Seminare, Workshops, Pakete und andere Angebote nutzen. Sie müssen Ihre Position, Ihre Produkte, Pakete und Preise perfektionieren, um Ihr Unternehmen auf die nächst höhere Erfolgsstufe zu befördern. Und Sie benötigen neue Methoden, um Ihre Produkte und Services wirksam einzusetzen und passive Einkommensquellen zu finden. Was macht eine erfolgreiche Rede aus? Wie können auch Sie bessere Präsentationen halten? All das verrate ich in meinem Workshop. Klicken Sie doch mal rein.



Hier gibt es mehr Infos: www.reneemoore.com/speak-to-sell-more/

Das Buch zum Thema:

Be Unstoppable in Your Business!
99 Business Strategies to Grow a
Business You Love
136 Seiten, broschiert
ISBN 978-3-9817208-3-9
€ 14,90



Holen Sie sich das das Buch bei [Amazon](https://www.amazon.de)

In Be Unstoppable in Your Business enthüllt die internationale Top Speakerin Dr. Renée Moore ihre Top Strategien für: die Positionierung Ihres Business, so dass Sie Wettbewerb vergessen können; profitable Preisgestaltung; Verkaufserfolg für unerfahrene Verkäufer; das Verkaufen von der Vortragsbühne; Social Media Strategien sowie Inspiration, um mit genügend Power all das erreichen zu können. Sie haben die Kraft, all das für Ihr Business und Ihr Leben zu schaffen. Und genau an dieser Stelle starten Sie, groß zu denken – und implementieren ab sofort die richtigen Strategien, die Sie auf die Erfolgsspur bringen.

Geschenke von Dr. Renée Moore

Auf meiner Webseite findet du unter reneemoore.com/gratis weitere wertvolle Tipps, Checklisten, Videos, Erfolgsplaner und vieles mehr. Klicke einfach rein und hole dir regelmäßig kostenlose Impulse für dein Business.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg und Freude beim Aufbau Ihres Unternehmens.

Big Hug,
Dr. Renée Moore



Dr. Renée Moore

Geboren in Texas und promoviert in Neurowissenschaften hat es Dr. Renée Moore im Alter von 40 Jahren geschafft, ihre eigenen Millionen schweren Unternehmen in Europa, Asien und Latein Amerika aufgebaut – und das von Deidesheim, Deutschland aus. Mittlerweile hat sie mit Executive-Teams aus mehreren Hundert internationalen Unternehmen gearbeitet und wurde von der Huffington Post als „New Global Leader“ bezeichnet. Sie kennt die Business-Welt – mit all ihren Facetten.

Sie steht mit Legenden wie Brian Tracy, Les Brown, Nick Vujicic und Lothar Seiwert gemeinsam auf der Bühne. Als Business Mentor und Rednerin begeistert Renée mit ihrer mitreißenden Energie, ihrem einem alles durchdringenden Unternehmergeist und ihrem ungeheuren Erfahrungsschatz. Ihrem Publikum liefert sie topaktuelle Business- und Life-Building Strategien, authentische und effektive Verkaufstechniken sowie erfolgreiches Employer Branding.

Weitere Informationen: www.reneemoore.com