

Ricarda Kiel & Maren Martschenko

DEIN MAGNET PRODUKT

mit dem Das-will-ich-haben-Effekt

DIE SCHRITT-
FÜR-SCHRITT-
ANLEITUNG

Eine Zusammenarbeit von



MARTSCHENKO MARKENBERATUNG und

DIE GUTE WEBSITE

SCHNELLE NUTZUNGSHINWEISE

Dieses Büchlein ist die **Schritt-für-Schritt-Anleitung** zu deinem Magnetprodukt. Hier findest du ausführliche Erklärungen und Übungen zu jedem einzelnen Schritt. (Wenn du es ausdrucken möchtest, machen vier Seiten auf einem Blatt neben- und untereinander Sinn. Diese Einstellung kannst du im Druckdialog oder im **Acrobat Reader** vornehmen.)

Ergänzt wird die Anleitung durch kleine Geschichten aus Maren's Magnetprodukt-Praxis, die dir einen lebendigen Eindruck davon verschaffen, wie andere Einzelunternehmer ihre Magnetprodukte entwickeln und auf welche Schwierigkeiten sie dabei stoßen.

Bei einigen Übungen gibt es viel zum Aufschreiben. Dafür ist das **Arbeitsbuch** gedacht, das findest du als ausfüllbare Word-Datei in deinem Magnetprodukt-Kit.

Außerdem findest du in deinem Kit noch das **Beispiels-Buch** – darin haben Maren und ich dokumentiert, wie wir den Magnetprodukt-Prozess für uns genutzt haben und was wir dabei gelernt haben.

Ganz wichtig? Freude haben. An dieser Anleitung, an deinen Fähigkeiten, an deinen Kunden.

Falls du Fragen hast: melde dich bei uns – wir freuen uns darauf, von dir zu hören!

Herzlich,



WORUM ES HIER GEHT.

Ein Magnetprodukt ist ein besonderes Produkt. Es enthält alles, was du gerne machst – alles, was von Herzen kommt. Es ist ein Herzstück eines kleinen Unternehmens, denn dadrin pocht alles, was das Unternehmen (und vor allem die Person dahinter) ausmacht.

Dein Magnetprodukt kommt nicht nur von deinem Herz, es trifft auch direkt in's Herz deines Wunschkunden. Und zwar so, dass dein Wunschkunde spürt, wie er mit **allen Sorgen und Zweifeln von dir verstanden wird**, und dass deine Lösung wie persönlich für ihn gemacht ist. Und das? Ist der *Das-will-ich-haben-Effekt*.

Wenn du über das Magnetprodukt sprichst, sprichst du automatisch über alle Aspekte, die dir an deiner Arbeit wichtig sind, und über alle Kernprobleme, die deine Wunschkunden haben. Und so zieht dieses Herzstück deine Wunschkunden wie ein dicker fetter Magnet an.

„*Ich kann doch so viel, wie soll ich mich da auf eins beschränken!*“ sagst du? Du kannst mit Magnetprodukt genauso viel. Nur finden dich mit einem Magnetprodukt mehr Menschen, die zu dir passen – und die dich dann fragen, was du noch alles kannst.

Und: Du kannst natürlich mehrere Magnetprodukte entwickeln, zum Beispiel eins für jede Phase, in der deine potentiellen Kunden sich befinden.

Ein Magnetprodukt mit Modulen und klaren Vorgehensweisen bietet immer Platz für die Individualität deiner Wunschkunden. Die können sich einbringen, und du kannst in großer Ruhe auf sie eingehen: denn du weißt jederzeit ganz genau, was der nächste Schritt ist.

WEITERE VORTEILE

Ein solches Magnetprodukt zu haben, gibt dir unmittelbar mehr **Klarheit** und **Sicherheit** und deinen Kunden ein starkes Gefühl von **Vertrauen**. Denn jemand, der ein so ausgefeiltes und ihn so fest anziehendes Produkt hat, der versteht ihn offensichtlich.

Ein Magnetprodukt erleichtert das **Weiterempfehlen** deines Angebots. *„Ich habe das Paket X gemacht und es hat mir folgende Ergebnisse gebracht.“* ist eine andere und verlockendere Aussage als *„Ich kenn da jemand, die macht echt tolle Sachen, also ich hatte zwei Stunden, aber die macht bestimmt auch Workshops ...“*

Ein Magnetprodukt erleichtert dir die **Akquise** – denn du kannst ganz sachlich und ruhig über dein sorgfältig zusammengestelltes Bündel sprechen und dein Gegenüber erfährt trotzdem ganz genau, worum es dir sonst geht. Ohne dass du ein einziges Mal die müden Begriffe „unsere Philosophie“ oder „meine Mission“ in den Mund nehmen musst, und ohne dass du das Gefühl hast, jemanden überzeugen zu müssen.

WAS EIN MAGNETPRODUKT SEIN KANN

Ein Magnetprodukt kann so groß oder klein sein, wie du es brauchst. Es erfüllt die Aufgabe, die im Moment in deinem Unternehmen am dringendsten ist.

- Wenn du deine Kundenbasis erweitern möchtest, kann es ein günstiges **Einstiegsprodukt** sein.
- Wenn du dein Kerngeschäft ausbauen oder deinen Bauchladen aufräumen möchtest, kann es ein **Hauptprodukt** sein, das bis zu 80% deines Umsatzes einbringt.
- Wenn du mehr Leute auf deiner Newsletter-Liste haben möchtest, kann es ein kostenloses Geschenk sein, das per Mail zugeschickt wird: sozusagen eine **Arbeitsprobe**.

Du kannst diesen Prozess zur Entwicklung eines Magnetprodukts so oft durchgehen, wie du willst – jedes Mal, wenn eine neue Aufgabe ansteht und du ein neues Angebot entwickeln möchtest.

AUS DER PRAXIS | MAREN

„Ich habe mit meinen Kunden in Einzelberatungen und in meinen Espressinaren schon viele Magnetprodukte entwickelt. Zu Beginn blicke ich dabei meist in neugierige Gesichter. Ein bisschen Skepsis mischt sich allerdings auch hinein: *Wie soll das möglich sein ... ein einziges Produkt, das alles erklärt, was ich tue?!*

Die Produkte und Angebote, die wir mit der hier beschriebenen Systematik entwickeln, sind so verschieden wie ihre Anbieter.

Nehmen wir Birgit. Sie ist Coach und möchte sich als Speakerin mit einer knackigen Keynote positionieren. Richard ist ebenfalls Coach und möchte sich mit einem klar strukturierten Leistungspaket eine Schneise ins Dickicht des Coachingmarktes schlagen. Das Architekturbüro „Hausplanung Obermaier“ definiert mit der Magnetprodukt-Systematik die Leistungsstufen der Branche für die Kunden neu.

Manchmal werden im Zuges dieses Prozesses ganz neue Produktideen entwickelt, manchmal schon vergessene Ideen aus Schubladen revitalisiert. Allen ist gemeinsam, dass durch die Fokussierung auf das, was ihnen und ihren Wunschkunden wirklich wichtig ist, **enorme Energien freigesetzt werden**. Die Liebe zum Job wird unmittelbar greifbar! Da kommt richtig Freude auf.“

[Wir haben alle Namen in unseren Beispielen geändert.]

TEIL 1:

DEN RAUM ABSTECKEN

DEN RAUM ABSTECKEN

Ein Produkt kann alles mögliche sein – wir wollen dir hier aber ein *maßgeschneidertes* Produkt bauen, ein geschreinertes Einzelstück, Workshop, Vortrag, Online-Produkt: ein Produkt, das dir komplett entspricht und ohne zusätzliche Anstrengung dich näher an deine Ziele bewegt. Eines, das magnetisch deine Wunschkunden anzieht. Das genau richtige Produkt für dich.

Dafür stecken wir einen Raum ab, der so gebaut ist, dass alles was darin passiert und da hineinpasst, automatisch für dich und deine Wunschkunden Sinn macht.

Ein Magnetprodukt ist immer ein Einzelstück – die exakt gleiche Vorgehensweise führt dabei immer zu komplett individuellen Unikatsprodukten.

Dein Magnetprodukt kann gar keinem anderen ähnlich sein, dafür sorgt bereits die Systematik, die wir hier anwenden. Es muss für *dich* Sinn machen und *deinen* Wunschkunden nutzen. Um genau diese Schnittmenge geht es.

Das ist eine logische, klar strukturierte Herangehensweise. Und kein hoffnungsvoller Versuch, dass dieses neue Produkt doch vielleicht ein paar Kunden mehr anlockt.

Du brauchst: Ruhe, mehrere Stunden Zeit und ein Blatt Papier. Oder einen Rechner.

ERFAHRUNGEN | BETTINA

„Die angedachte Zeit für die Entwicklung des Magnetprodukts hat gut gepasst – wobei es mir so Spaß gemacht hat, dass ich gerne länger dafür Zeit verwendet habe.

Ich hatte zudem einen festen Termin mit Ricarda, der mich dazu gezwungen hat, das [Arbeitsbuch] gleich zu bearbeiten. Das würde ich allen so empfehlen – **gleich mit seinem Partner einen festen Termin für die Arena zu vereinbaren.**

Ich habe außerdem viele „Funken“ bekommen, als ich gar nicht mehr vor dem PDF saß, sondern im Auto oder auf Spaziergängen mit freiem Kopf noch mal darüber siniert hatte.“

ERFAHRUNGEN | MARTINA

„Ich habe mir so viel Zeit gelassen wie nötig. Pausen, um das Erarbeitete setzen zu lassen, waren bei mir sehr wichtig.“

DAS WAR DER EINSTIEG.

Als Inhalts-Kostprobe haben wir für dich den zweiten von sechs sogenannten „Fäden“ ausgewählt, mit denen man seine Magnetprodukt-Arena absteckt.

Hier geht es darum, **was dir in deiner Arbeit besonders wichtig ist** und was für einen Arbeitsalltag du dir schaffen willst – eines unserer Lieblingsthemen.

DER
ZWEITE
FADEN

WAS DIR WIRKLICH WICHTIG IST



DER ZWEITE FADEN: Was dir wirklich wichtig ist

Wir bleiben erstmal noch bei dir und deinen Wünschen und fragen jetzt: **Was ist dir wirklich in deiner Arbeit wichtig?**

Klar ist natürlich, dass du bei dieser Überlegung (genauso wie eben bei den Wunschkunden) nicht nur Arbeitselemente einbeziehen wirst. Denn unsere Welt ist zum Glück inzwischen so gestrickt, dass es überlappende Bereiche gibt – und du als dein eigener Chef oder deine eigene Chefin kannst dir ja aussuchen, in was für eine Richtung sich deine Unternehmung entwickelt, wem sie dienen und was sie möglich machen soll.

Je ehrlicher du bist und je genauer du an dieser Stelle in dich hineinhorchst, umso mehr Chancen hat das Produkt später, dich wirklich glücklich zu machen: weil du das, was du wirklich willst, gleich mit reingebacken hast. Dir muss nicht bei allem schon kristallklar sein, *wie* das gehen wird. Aber du solltest dir ziemlich sicher sein, *dass* du das so willst.

Lass erstmal alles fließen, was dir einfällt, und **zensiere dich nicht selbst**. Zum Aussortieren und Wegschnibbeln ist später noch viel Zeit, im Moment geht es darum, viel Material zu sammeln und möglichst tief zu graben.

ARBEITSBLATT: WAS DIR WICHTIG IST | 1

Schreibe hier alles auf, was dir für deine Arbeit wirklich wichtig ist. Anregende **Fragen**, um deinen Wünschen näher zu kommen:

Was ist dein Herzensthema?

Was machst du am liebsten? Warum?

Wann bist du stolz auf deine Kunden?

Wie willst du arbeiten? (Inhaltlich, zeitlich, örtlich ...)

Was willst du mit deiner Arbeit erreichen? Was treibt dich an, was motiviert dich?
Warum gibt es dein Angebot?

Wo willst du hin?

Wie willst du gesehen werden? Als was willst du gelten?

Was für einen Umsatz willst du jährlich machen? (in konkreten Zahlen)

Was willst du nicht mehr machen? Welche Tätigkeiten würdest du am liebsten jemand anderem abgeben?

Wie wäre das, wenn du jemanden hättest, der das alles für dich macht?

AUS DER PRAXIS | MAREN

„Mein Leitspruch lautet: Träume groß und überlasse das Kleinreden anderen. Wenn es um unsere Werte, Arbeitsgrundsätze und Ziele geht, sollten wir kompromisslos groß denken. Wenn wir in unserem eigenen Denken schon kleinkariert sind, werden wir keine Quantensprünge im Business machen. Bestenfalls einen kleinen Hopser.

Das gilt für unsere finanziellen Zielgrößen besonders. Wenn das Magnetprodukt das Herzstück unseres Umsatzes sein soll, braucht es ein Preisschild.

Unternehmensberaterin Katja kicherte ungläubig bei der geplanten Umsatzzahl, die sie sich notierte. Und genau so soll es sein! Keine vier Wochen nach der Beratung zum Magnetprodukt rief sie freudig lachend an und erzählte, sie habe ihr Magnetprodukt erfolgreich an den Mann gebracht. Damit hatte sich die Investition bereits amortisiert.“

Bei welcher Umsatzgröße schmunzelst Du ungläubig? Schreib' genau diese Zahl auf!

Weitere Dinge, die andere als wirklich wichtig notiert haben:

- Kunden, die mir vertrauen und wirklich gut mitwirken
- Spielerische, leichte Abläufe
- Genug Zeit für meine Freunde und Familie
- Fachliche, persönliche, inhaltliche Weiterentwicklung
- Vernetzung mit Kollegen
- Mir ist wichtig, dass es anderen besser geht

ARBEITSBLATT: WAS DIR WICHTIG IST | 2

Die Not-to-do-Liste

Schreibe hier alles auf, was du in Zukunft nicht mehr tun, leisten oder zustimmen möchtest.

AUS DER PRAXIS | MAREN

„Alles, was auf unserer Not-to-Liste steht, sind die Energiefresser, die uns letztlich davon abhalten, unseren Job zu lieben.“

Weg damit!

Es versammeln sich bei meinen Kunden viele Dinge, die Bauch- oder Kopfschmerzen bereiten.

Eine Kommunikationsberaterin verabschiedete sich hier beispielsweise von ungeliebten Kleinaufträgen, die sie nicht wirklich fachlich und persönlich forderten, sondern „nur“ Geld in die Kasse kleckern ließen.

Sie berichtete bald, wie befreiend es gewesen sei, den nächsten Auftrag dieser Art abzulehnen und sich auf das zu konzentrieren, was ihr wirklich Freude bereitete.“

ÜBERBLICK

| | |
|-------|---|
| S. 3 | Einführung |
| S. 7 | TEIL 1: Den Raum abstecken |
| S. 10 | 1. Faden Dein Wunschkunde |
| S. 16 | 2. Faden Was dir wichtig ist |
| S. 22 | 3. Faden Was deinen Wunschkunden bedrückt |
| S. 26 | 4. Faden Was dein Wunschkunde will |
| S. 29 | 5. Faden Was du gut kannst + gerne machst |
| S. 32 | 6. Faden Wie du deinem Wunschkunden nützt |
| S. 37 | Zwischenübung: Produkte begrüßen |
| S. 42 | TEIL 2: Die Arena aufbauen |
| S. 49 | Die drei Kernprobleme |
| S. 53 | Die drei Kernbedürfnisse |
| S. 56 | Die drei Kernkompetenzen |
| S. 60 | Die drei Kernnutzen |
| S. 65 | Logik-Kontrolle |
| S. 67 | TEIL 3: Das Produktspiel |
| S. 78 | Wie geht's weiter? |

LUST AUF EIN EIGENES MAGNETPRODUKT?

Wenn du das Gefühl hast, dass ein Magnetprodukt deiner Arbeit und deinem Verkaufsprozess gut tun würde, dann:

**KLICKE HIER, UM DEIN EIGENES
MAGNETPRODUKT-KIT ZU KAUFEN**



ODER HAST DU NOCH FRAGEN?

Hier findest du **häufig gestellte Fragen + Antworten**. Falls du dort deine Frage nicht beantwortet findest, schreib mir einfach eine Mail unter mm@zehnbar.de