



STRATEGIE-SEMINAR

VOM JETZT ZUM TRAUM-BUSINESS:
Mit Strategie und Klarheit schneller vorankommen



**Wie geht es Dir
heute Morgen?**



2 Wochen für Dein gezieltes Vorankommen

STRATEGIE & UMSETZUNGSPLAN



STRUKTUR & ORGANISATION IM ALLTAG UND BÜRO



2



DAS LEUCHTFEUER

Was Dein Unternehmen
wertvoll und
besonders macht

Unternehmensstrategien

Welche Strategien gibt es?

Kostenführerschaft

=> Angebote zu einem günstigeren Preis anbieten als die Konkurrenz

- ✓ geringe Kosten durch hohe Produktionsmengen
- ✓ strikte Kostenkontrolle
- ✓ Hohe Effizienz, ständige Optimierung
- ✓ Gewinnmarge niedriger als bei anderen Strategien, höhere Umsätze durch hohe Absatzmenge
- ✓ 100% konkurrenzorientiert

Differenzierung

=> durch ein einzigartiges Angebot abheben „anders oder besser als die anderen“

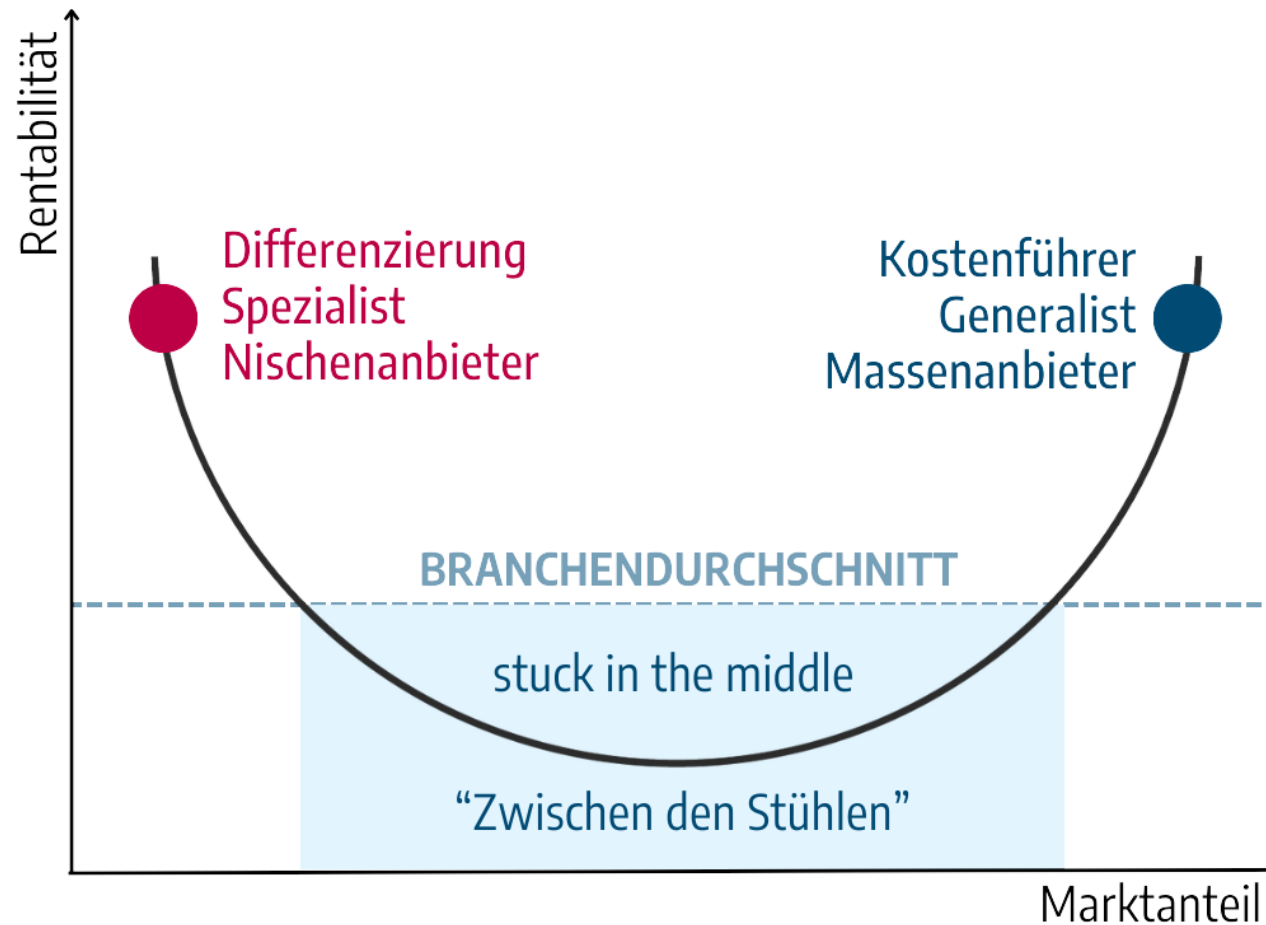
- ✓ hohe Qualität
- ✓ starke Markenidentität oder Alleinstellungsmerkmal
- ✓ Aufbau einer starken emotionalen Bindung zum Kunden
- ✓ kundenorientiert

Nische

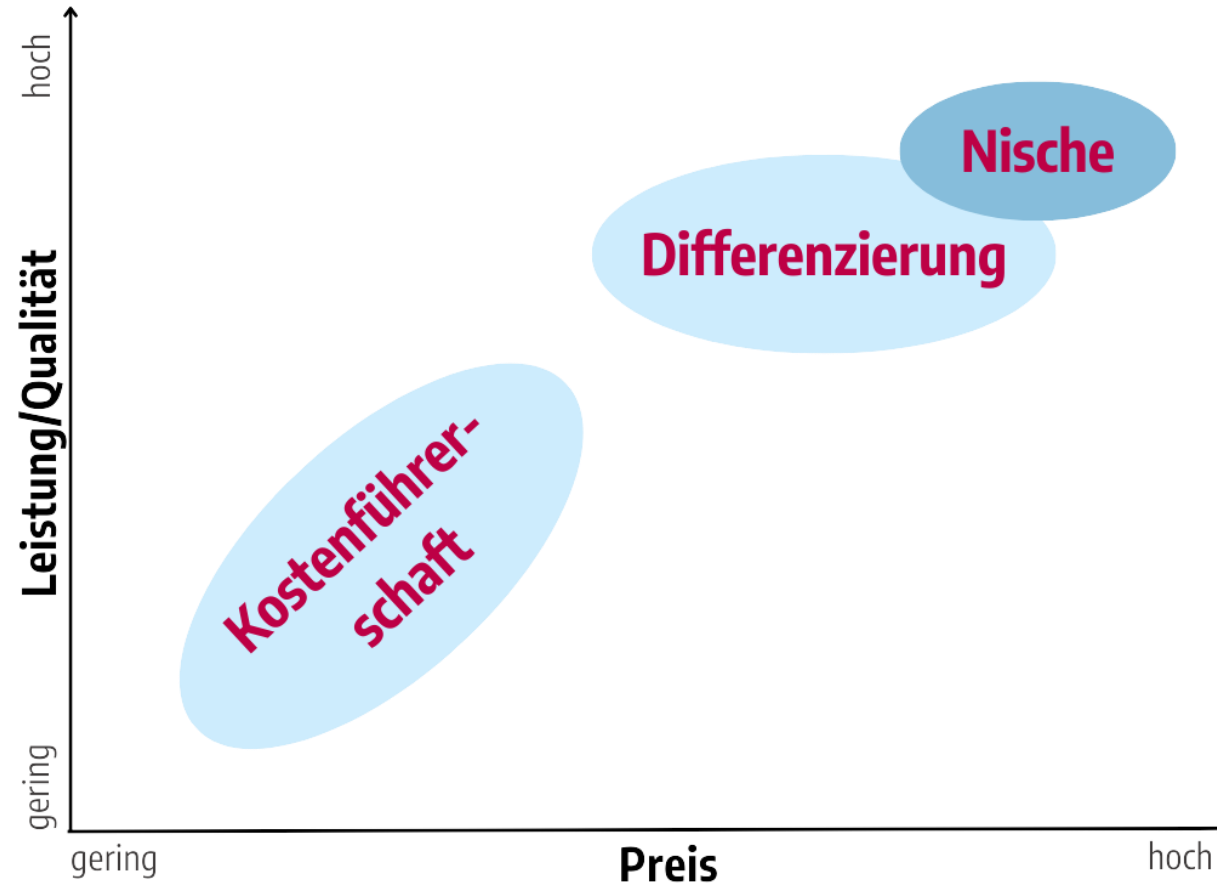
=> Fokussierung, Ausrichtung auf spezielle Zielgruppen

- ✓ hohes Verständnis der Zielgruppe
- ✓ maßgeschneiderte Dienstleistung
- ✓ Expertise im Nischenmarkt
- ✓ Enge, emotional starke Kundenbindung
- ✓ kundenorientiert

Was davon passt zur Hundebranche?



Was davon passt zur Hundebranche?



Deine Konkurrenzanalyse

...was ziehst Du daraus?



Was davon passt zu Dir?

Empfehlung für die Hundebbranche generell: Differenzierung

- Herausstellen, wie Du arbeitest und wie Du Dich von anderen abhebst
- Markenidentität aufbauen, ggf. Alleinstellungsmerkmal herausarbeiten, bewusst vermarkten und im Angebot umsetzen
- Marketing: Starke Kommunikationsstrategie, fokussiert auf Differenzierungsmerkmale

Mit sehr guter Planung und Strategie: Nische

Zusätzlich zu den Punkten oben:

- Ein besonderes Thema: Jagen, Angst, Tierschutz, Aggression, Senior etc. oder Zielgruppe: Rentner, junge Menschen, physisch Eingeschränkte, Männer/Frauen, Mütter/Väter/Eltern, Kinder...
- Überregionale Präsenz und Angebote nötig, wenn wirklich rentabel
- Marketing: Positionierung als Experte durch Bücher, Artikel in Fachzeitschriften, TV

Was Du brauchst: Der Startpunkt

Ein Bewusstsein darüber, was Dich ausmacht und was Dich einzigartig macht.
Ein Bewusstsein darüber, was Deine Kunden wollen und wie sie ticken.





DEIN LEUCHTFEUER

Was Dich und
Deine Welt ausmacht

Schreib mal auf

Was tust Du?

Was „macht“ Dein Unternehmen,
was tust Du (oder was tun Du und Deine Mitarbeiter) jeden Tag?

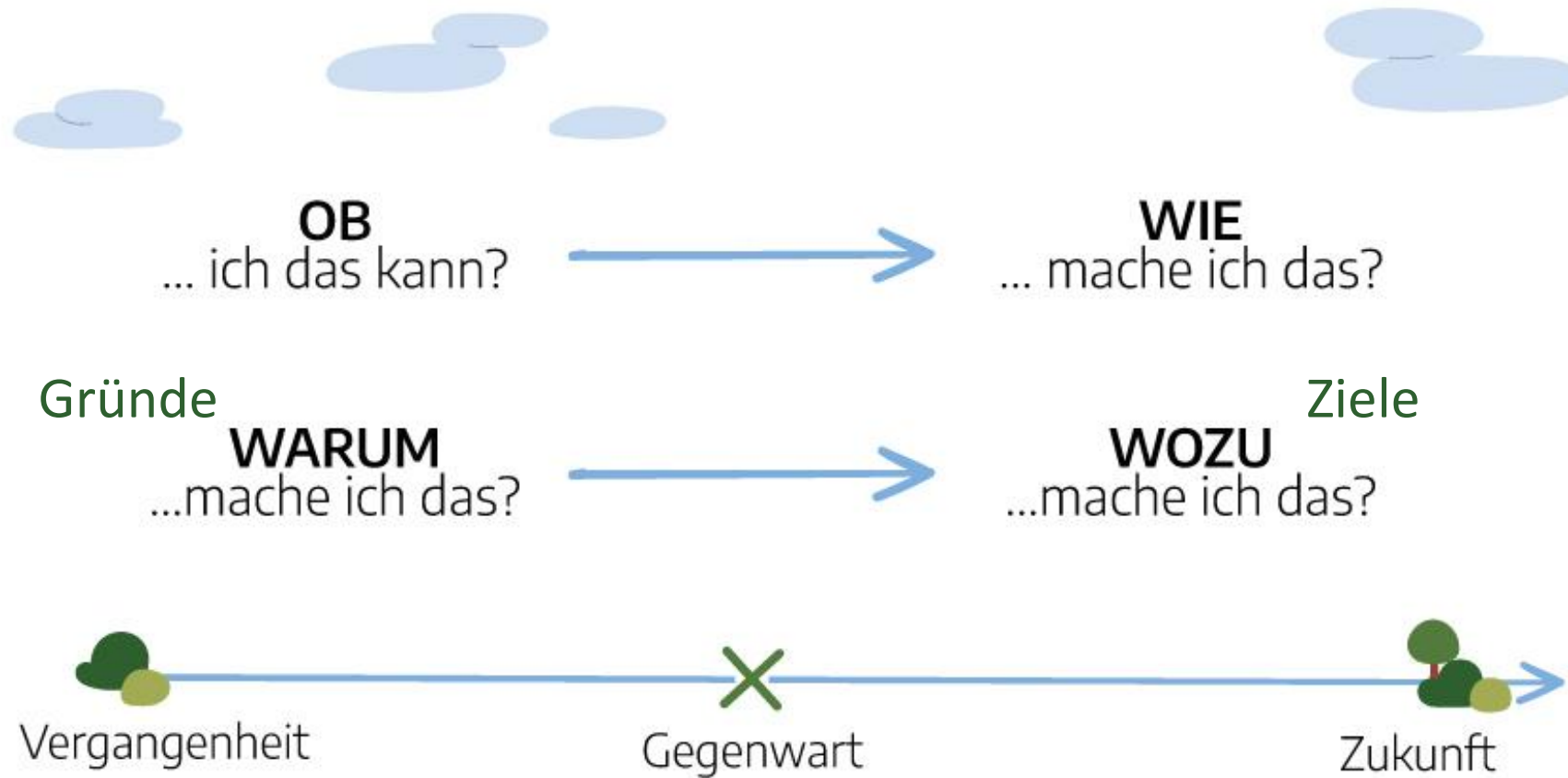
Wie tust Du das?

Wie setzt Du das, was Du tust, um? Was ist Dein Rezept, Dein Vorgehen?

Wozu machst Du das?

Was möchtest Du (für andere) damit erreichen?

„Kenne Dein Warum“: Wozu machst Du all das?



Schreib mal auf

Was tust Du?

Was „macht“ Dein Unternehmen,
was tust Du oder was tun Du und Deine Mitarbeiter jeden Tag?

Wie tust Du das?

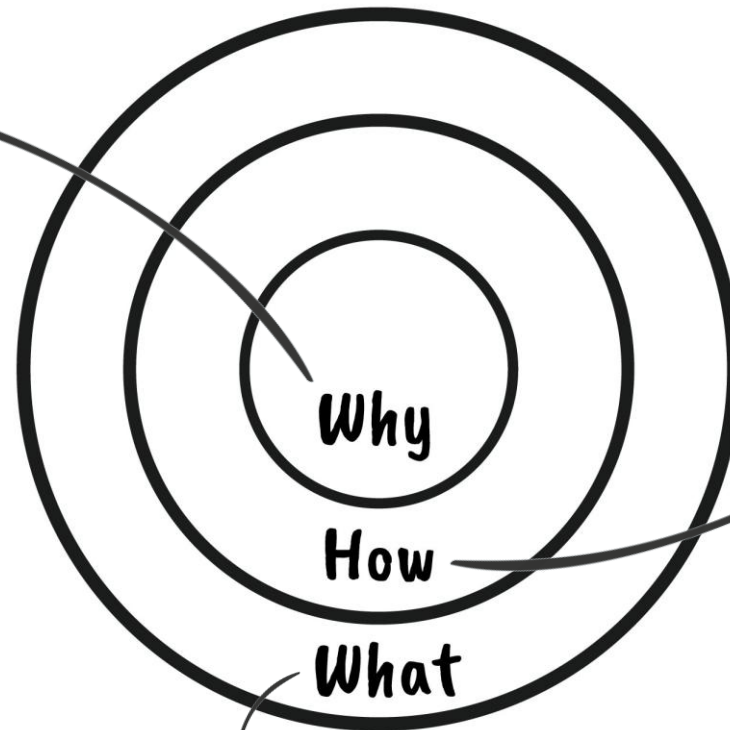
Wie setzt Du das, was Du tust, um? Was ist Dein Rezept, Dein Vorgehen?

Wozu machst Du das?

Was möchtest Du (für andere) damit erreichen?

Wozu Du es tust:
Die zugrundeliegende
Motivation, der Zweck,
das Ziel (Überzeugung,
Glauben, Wert(e))

Purpose:
Übergeordneter Zweck,
Kern-Absicht,
„Bestimmung“



Wie Du es tust:
Das, was Dich von
anderen unterscheidet
(Methode,
Vorgehensweise)

Was Du tust: **Mission**
Die Dienstleistung oder das
Produkt, was Du anbietest
(Angebot, Aktivität)

The golden circle
Simon Sinek

Warum

[Im Wörterbuch anzeigen](#)

🔊

Weitere Übersetzungen

warum	Adverb	why	wherefore
weshalb	Adverb	why	for which reason
wieso	Adverb	why	
wozu	Adverb	why	to what
weswegen	Adverb	why	wherefore
wofür	Adverb	for what	why

warum

Adverb why wherefore [Im Wörterbuch anzeigen](#)

🔊

Weitere Übersetzungen

Alle maximieren

weswegen	Adverb	why	wherefore
der Grund	Substan...	reason	ground
die Ursache	Substan...	cause	reason

wohin

Konjunktion where wherever whereto [Im Wörterbuch anzeigen](#)

🔊

Weitere Übersetzungen

Alle maximieren

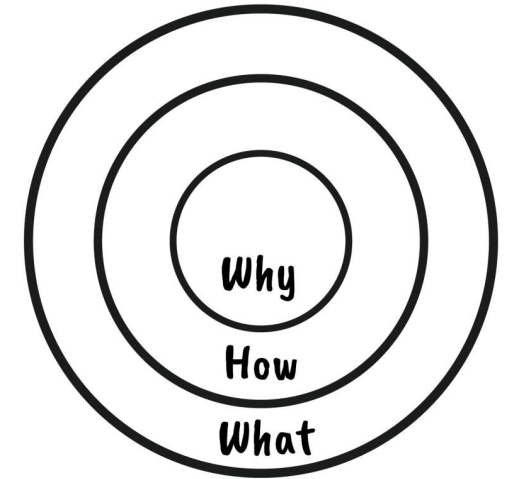
wohin	Adverb	where	whither
wozu	Adverb	why	to what
woran	Adverb	at what	whereto

Google Übersetzer

Schreib mal auf

Was tust Du?

Was „macht“ Dein Unternehmen,
was tust Du oder was tun Du und Deine Mitarbeiter jeden Tag?



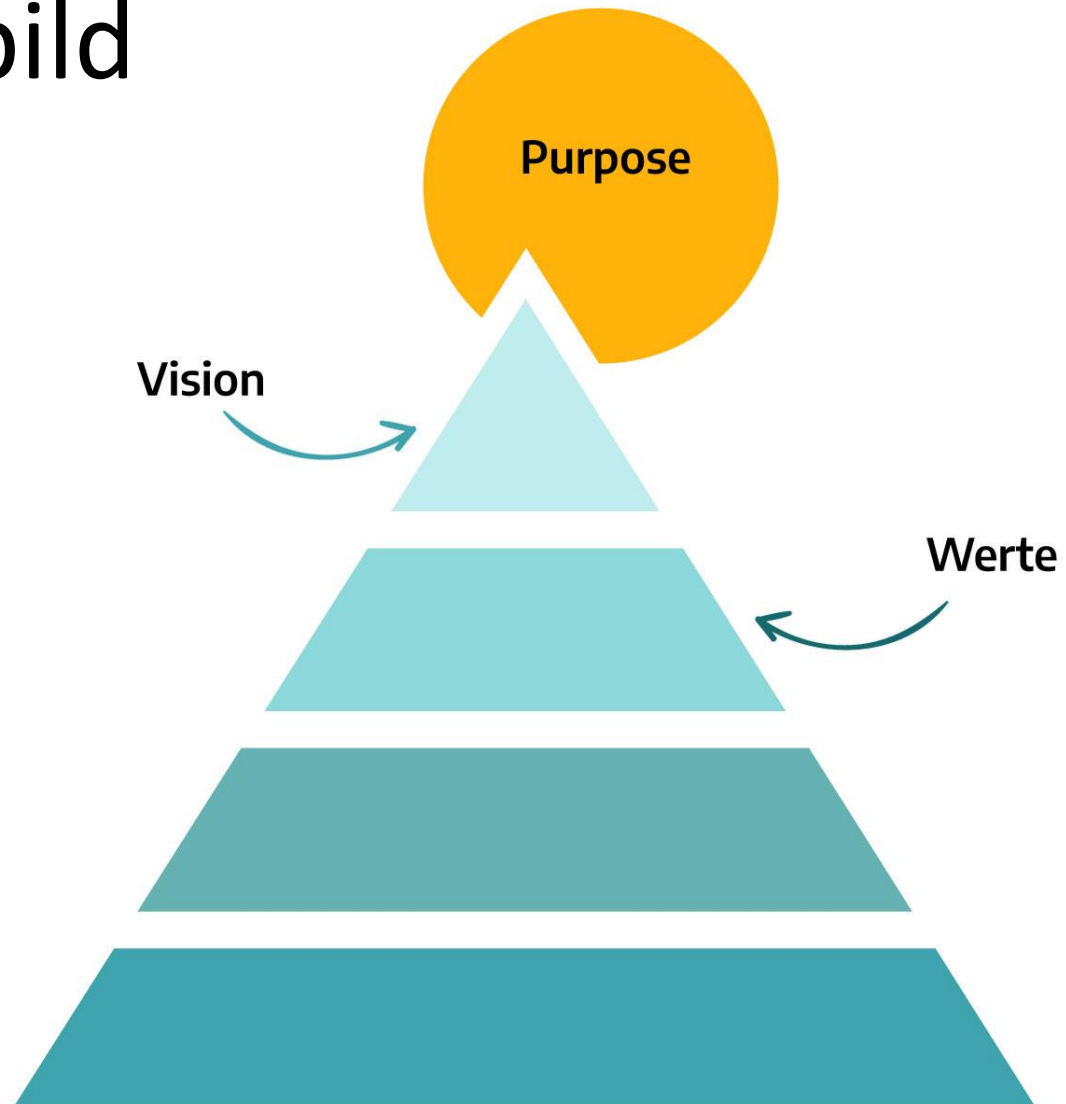
Wie tust Du das?

Wie setzt Du das, was Du tust, um? Was ist Dein Rezept, Dein Vorgehen?

Wozu machst Du das?

Was möchtest Du (für andere) damit erreichen?

Dein Leitbild



Deine Werte

Die Leitplanken in Deinem Leben.

Dein ethischer Rahmen, in dem wir Situationen u.ä. bewerten.

Das, was Dich leitet. Dein (moralischer) Kompass.

Das, was Dir wichtig ist.

Das, wonach Du Entscheidungen triffst.

Das, warum und wozu Du etwas tust oder nicht tust. (Motive)

Das, wofür wir uns einsetzen, um es zu bewahren.

Das, was uns Richtung und Motivation gibt.

Das, was uns ausmacht (Identität).

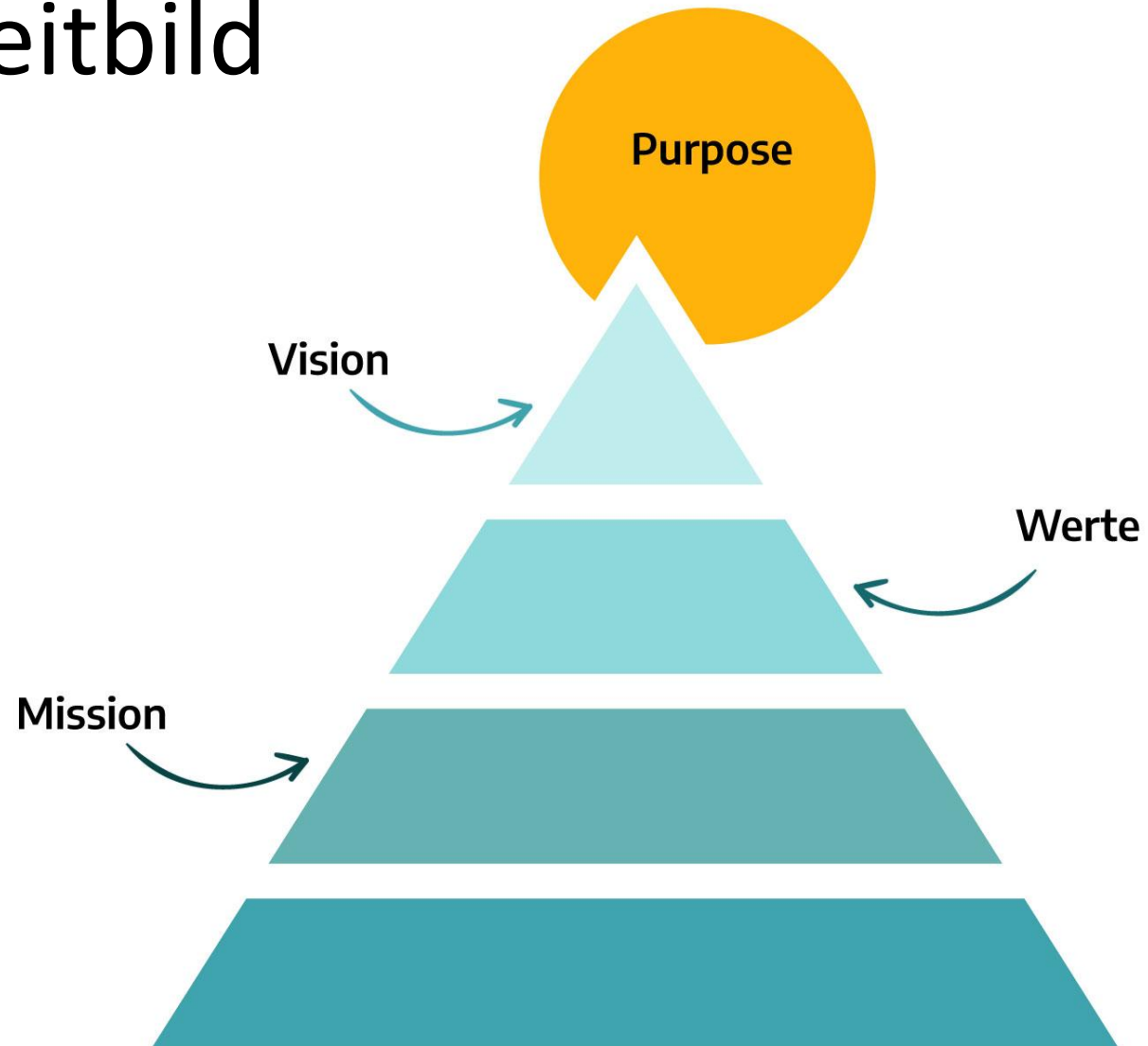
Das, womit wir Sinn (Lebenssinn) ausdrücken.

Werte sind (meist) stabil.

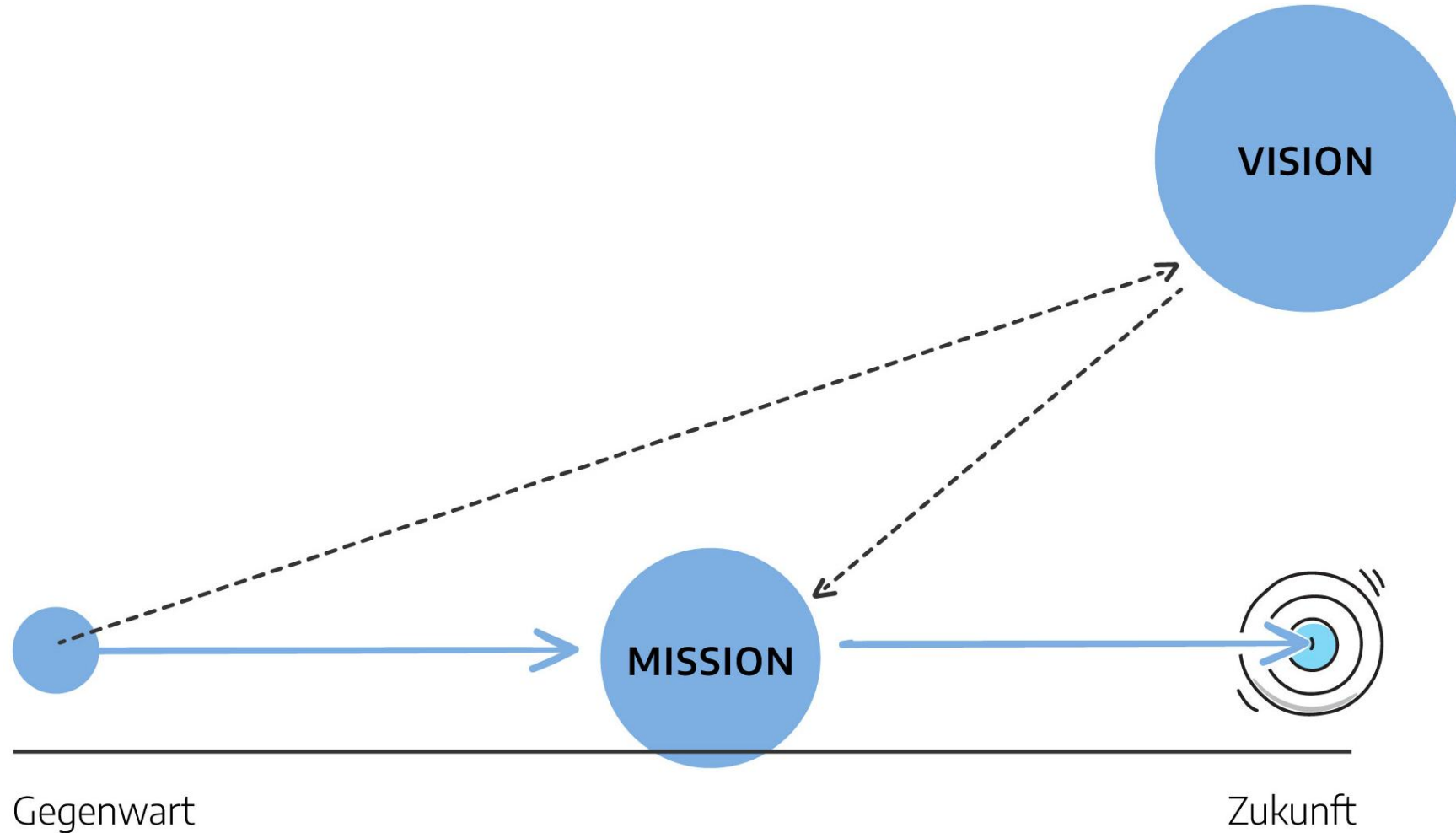
Sie entwickeln sich mit Dir.

Manchmal ändern sie
sich über Nacht.

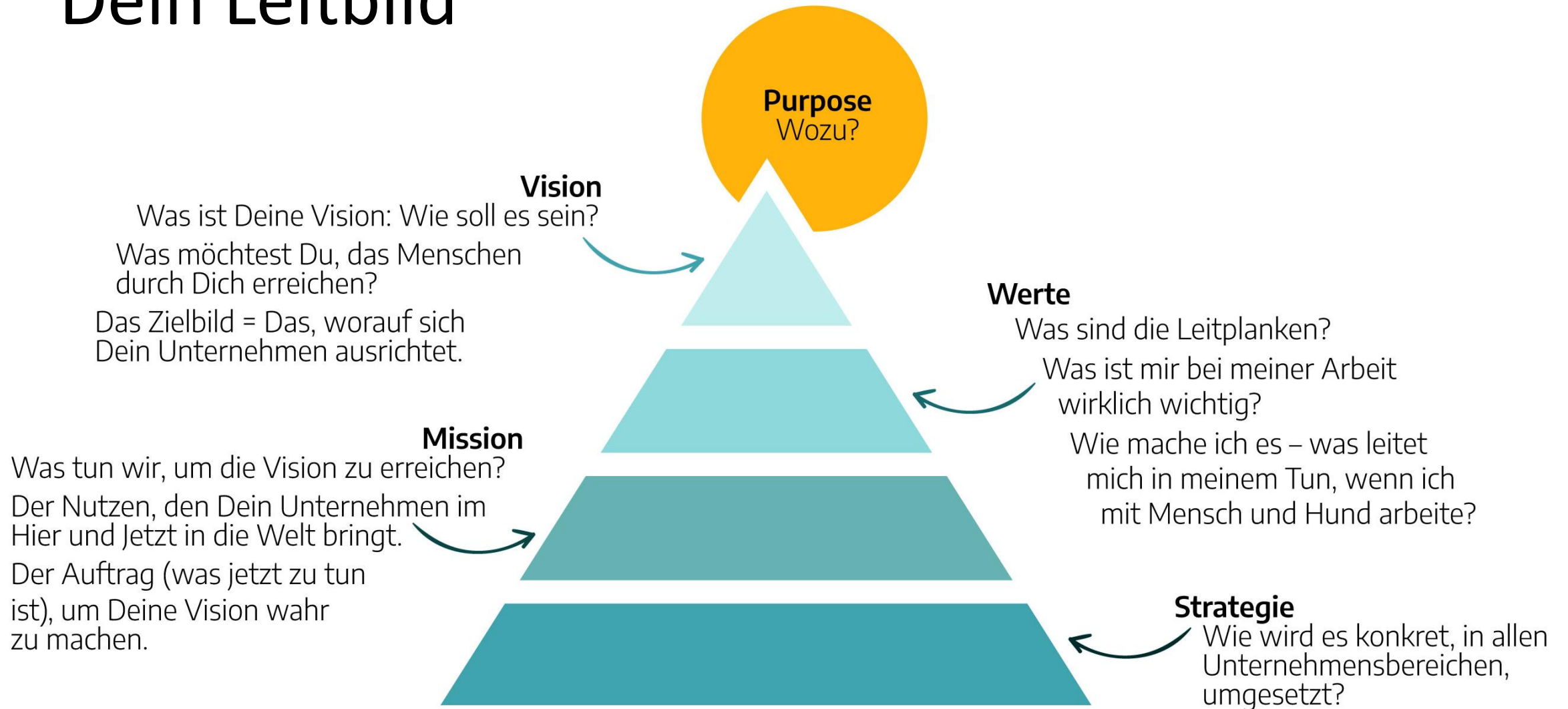
Dein Leitbild



Vision und Mission



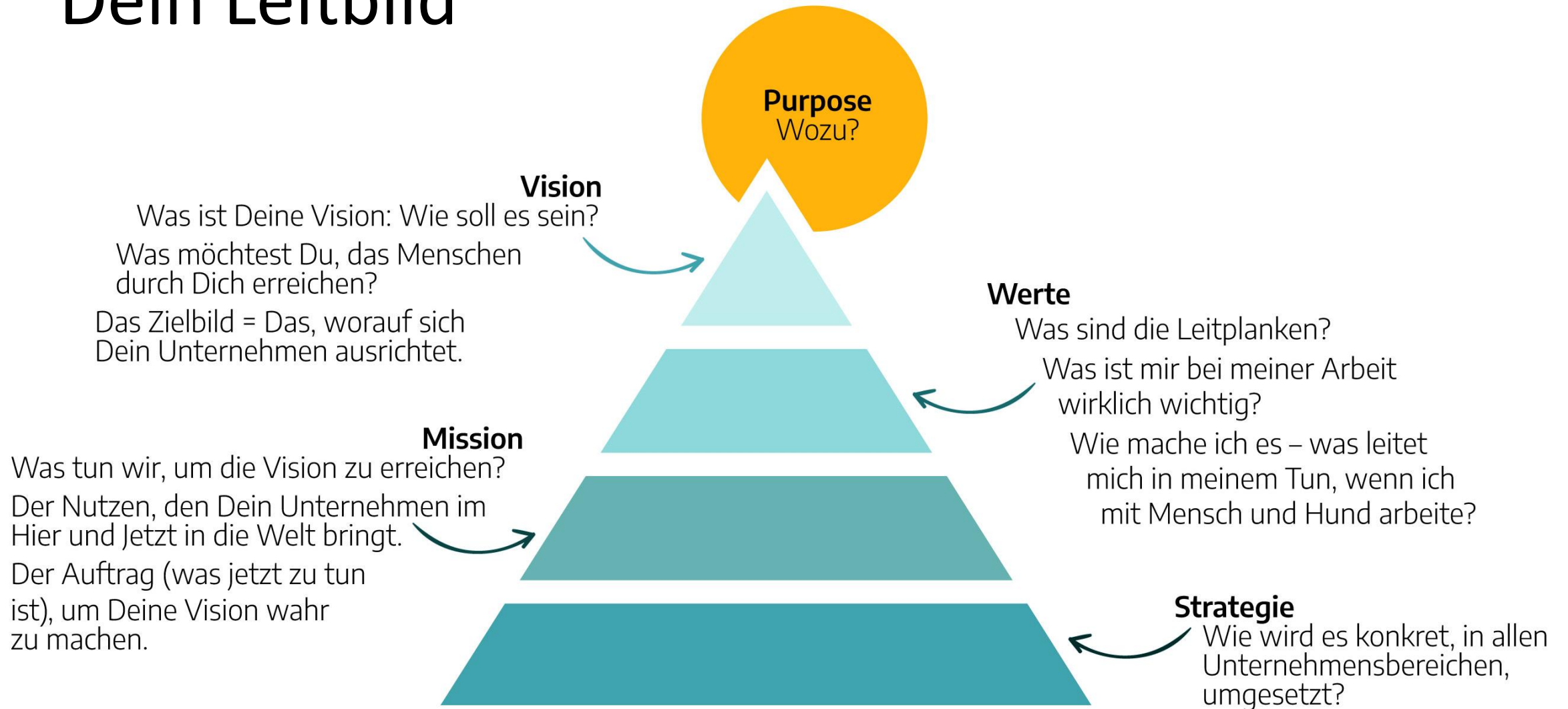
Dein Leitbild



Was ist das Wichtigste,
was Du bisher mitnimmst?



Dein Leitbild



Die Werte Deiner Arbeit

Was ist mir wirklich wichtig bei meiner Arbeit?

Worauf achte ich, wenn ich mit Mensch & Hund arbeite?

Was treibt mich an?

Die drei Fragen sind nur unterschiedliche Formulierungen.
Suche Dir die aus, die Dir am besten gefällt.

3 Werte „anfassbar“ machen

Zu jedem der drei Werte (einzeln):

Wie zeigt sich dieser Wert in meiner Arbeit, in meinem Verhalten?

Wie arbeite ich aufgrund dieses Werts, was tue ich aufgrund des Werts?

Wie erleben meine Kunden mich, weil mir dieser Wert so wichtig ist?

Wie verhältst Du Dich, dass Kunden nach Hause gehen und sagen „Wow, also xy [=der gewählte Wert] ist ihr aber echt wichtig – das ist ja beeindruckend!“

...pro Wert 5 bis 10 Minuten.

Die Fragen sind unterschiedliche Formulierungen.

Suche Dir die aus, die Dir am besten gefallen.

Werte im Alltag und in der Arbeit sehen und einsetzen

Wie arbeitest Du? Vorbereitungsaufgabe

Unsere Unternehmensstrategie speist sich aus verschiedenen Quellen – und die wichtigste Quelle bist natürlich Du. ❤️ Deshalb hilft es Dir bei der Entwicklung Deiner Strategie ungemein, wenn Du möglichst viel Selbst-Bewusstsein hast, also ein Bewusstsein über Dein Selbst =

- über Dich,
- was Dich bewegt und
- was Dir wichtig ist.

Was Dir wichtig ist, zeigst Du jeden einzelnen Tag im Umgang mit Deinen Kunden. Und das geschieht oft ganz intuitiv und automatisch. Das ist zwar ökonomisch (kostet Dich also nicht viel Energie), bringt Dir aber nichts, wenn wir uns unternehmerisch und persönlich entwickeln wollen.

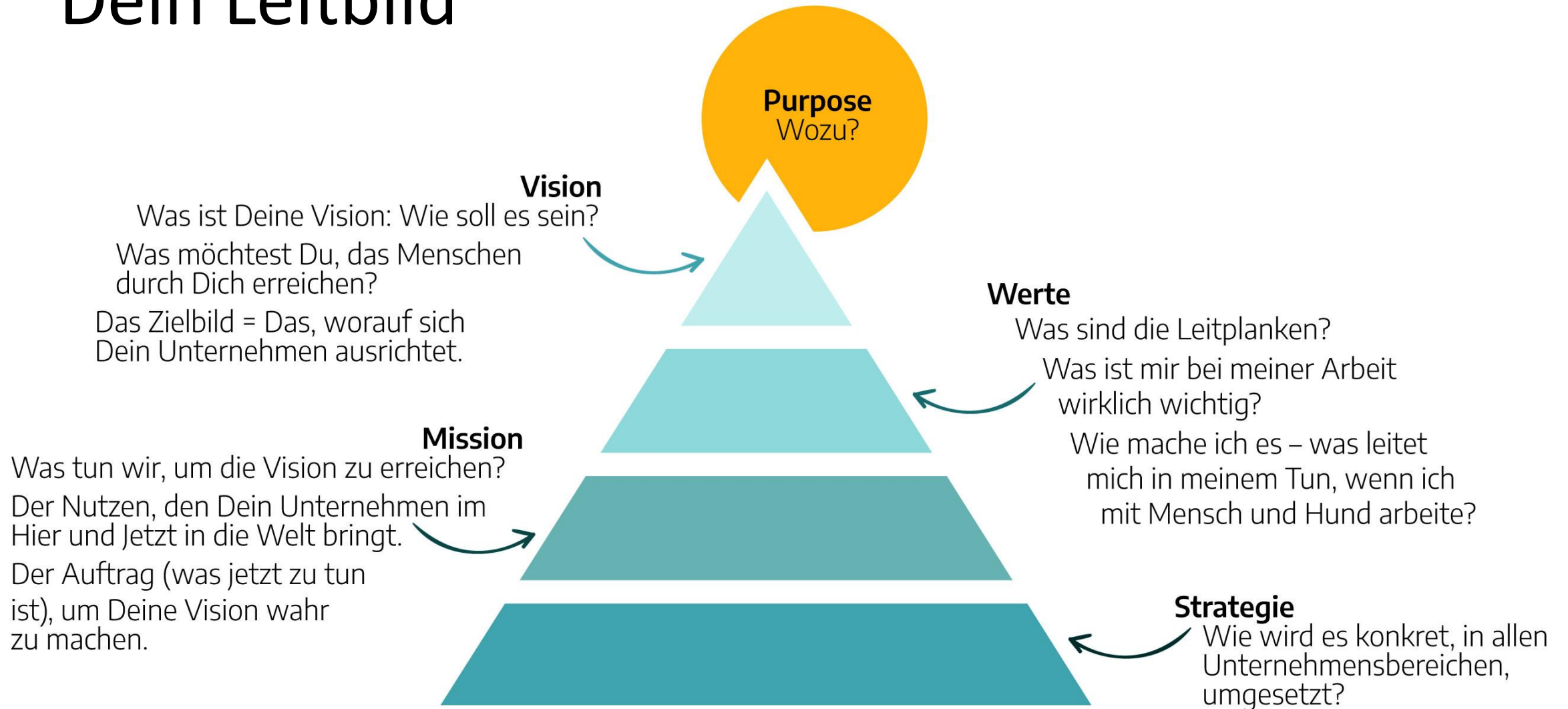
Zeit also, die Schätze, die Du jeden Tag in die Welt gibst, einmal gut sichtbar aufs Tablett zu legen.

Deine erste Aufgabe ist deshalb eine „**Monitoring**“-Aufgabe, also eine Beobachtungsaufgabe.

Deine Aufgabe („wenn Du bereit bist, sie anzunehmen“ 😎) lautet:

**Dokumentiere in dieser Woche,
wie Du mit Kunden arbeitest und
welche Botschaften und Gedanken Du ihnen mitgibst.**

Dein Leitbild



Dein Arbeitsstil

Ziel der Übung:

Andere Worte / Bilder dafür finden, wie Du arbeitest.

Vorgehen:

„Stell Dir vor, Deine Art zu arbeiten wäre ein...“

Ich nenne Euch eine Kategorie, z.B. Baum.

1. Notiere alles, was Dir zu Deinem Baum (Eiche, Birke) einfällt.
Beschreibe diesen Baum.
2. Schreibe auf, warum Deine Art zu arbeiten
wie dieser Baum ist.

Dein Arbeitsstil

„Stell Dir vor, Deine Art zu arbeiten wäre ein...“
....Tier.

Welches Tier wäre es?

Beschreibe das Tier.

Warum/Inwiefern ist Deine Art zu arbeiten wie dieses Tier?/
Was hat Deine Art zu arbeiten mit diesem Tier gemeinsam?

Dein Arbeitsstil

„Stell Dir vor, Deine Art zu arbeiten wäre ein...“

....Lebensmittel.

Welches Lebensmittel wäre es?

Beschreibe das Lebensmittel.

Warum/Inwiefern ist Deine Art zu arbeiten wie dieses Lebensmittel?/ Was hat Deine Art zu arbeiten mit diesem Lebensmittel gemeinsam?

Dein Arbeitsstil

„Stell Dir vor, Deine Art zu arbeiten wäre ein...“
....Auto.

Welches Auto wäre es?

Beschreibe das Auto.

Warum/Inwiefern ist Deine Art zu arbeiten wie dieses Auto?/
Was hat Deine Art zu arbeiten mit diesem Auto gemeinsam?

Dein Arbeitsstil

„Stell Dir vor, Deine Art zu arbeiten wäre ein...“

....Bild.

Welches/Was für ein Bild wäre es?

Beschreibe das Bild.

Warum/Inwiefern ist Deine Art zu arbeiten wie dieses Bild?/

Was hat Deine Art zu arbeiten mit diesem Bild gemeinsam?

Dein Arbeitsstil

„Stell Dir vor, Deine Art zu arbeiten wäre ein...“

....Geschenk (mit Verpackung).

Welches Geschenk (in welcher Verpackung) wäre es?

Beschreibe das Geschenk (und Verpackung).

Warum/Inwiefern ist Deine Art zu arbeiten wie dieses Geschenk (und Verpackung)?/ Was hat Deine Art zu arbeiten mit diesem Geschenk (und Verpackung) gemeinsam?

AB AUF DIE WARTELISTE

MARKETING-SEMINAR im Juli

Ein Marketing-Konzept haben, das sich leicht und stimmig anfühlt und Dir endlich dauerhaft Kunden bringt – der Traum eines jeden Selbständigen.

Weißt Du was? Das machen wir.

Nimm Dir zwei Wochen Zeit und schaff Dir endlich die Lösung für dauerhafte Neukunden. Und zwar so, dass Du Dich authentisch, natürlich und wohl damit fühlst.

Trage Dich hier in die Warteliste ein.



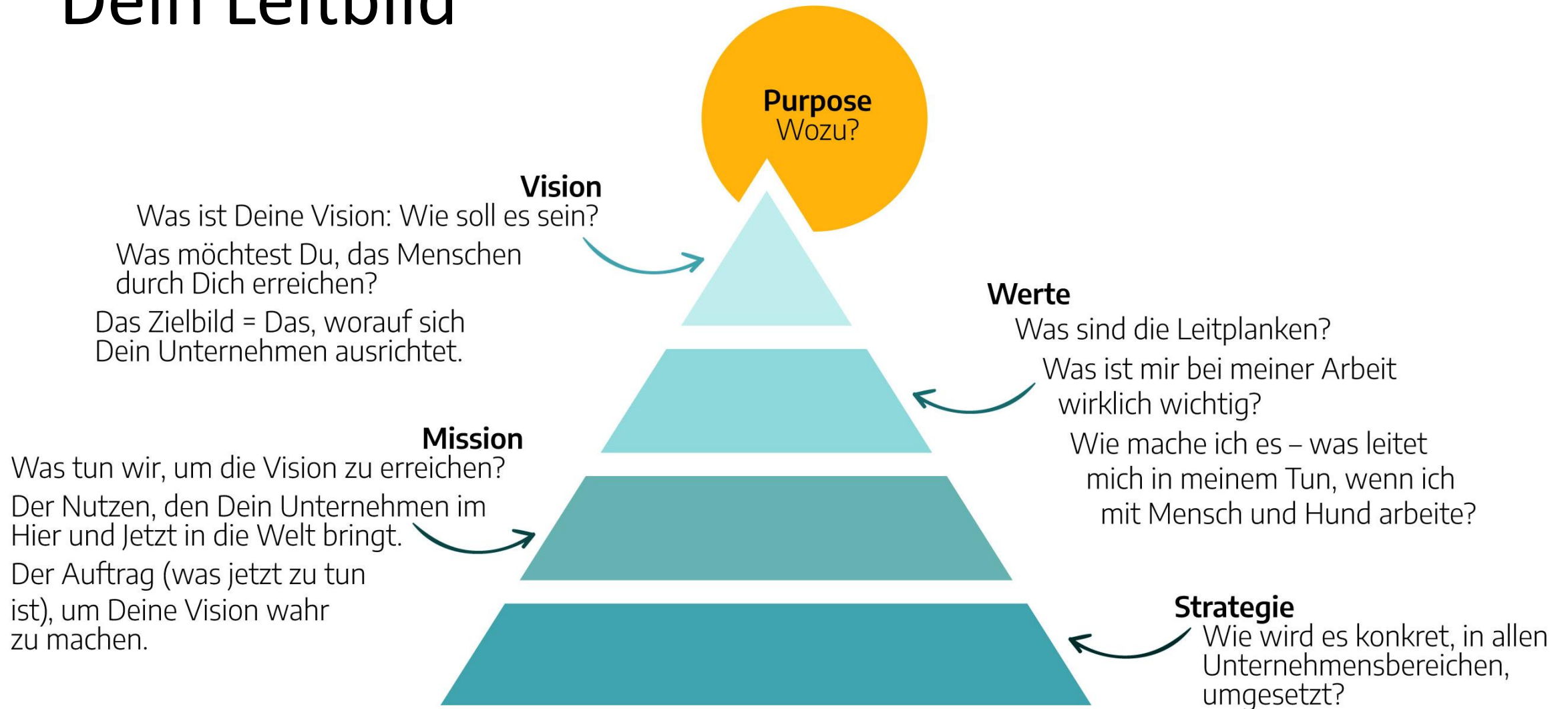
Vorname *

E-Mail *

In die Warteliste eintragen



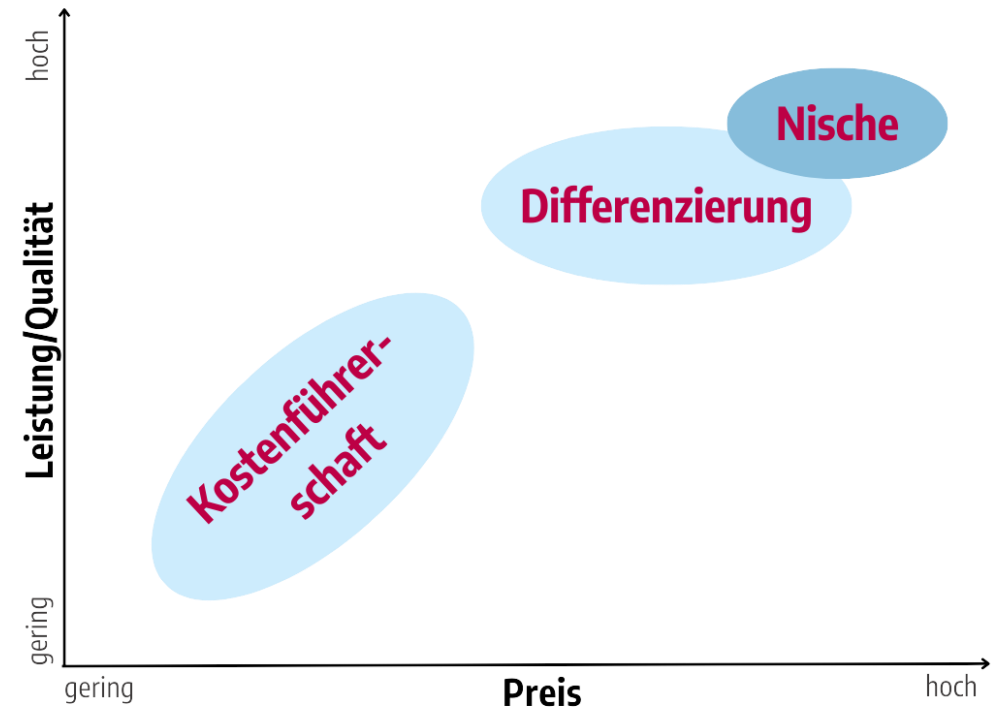
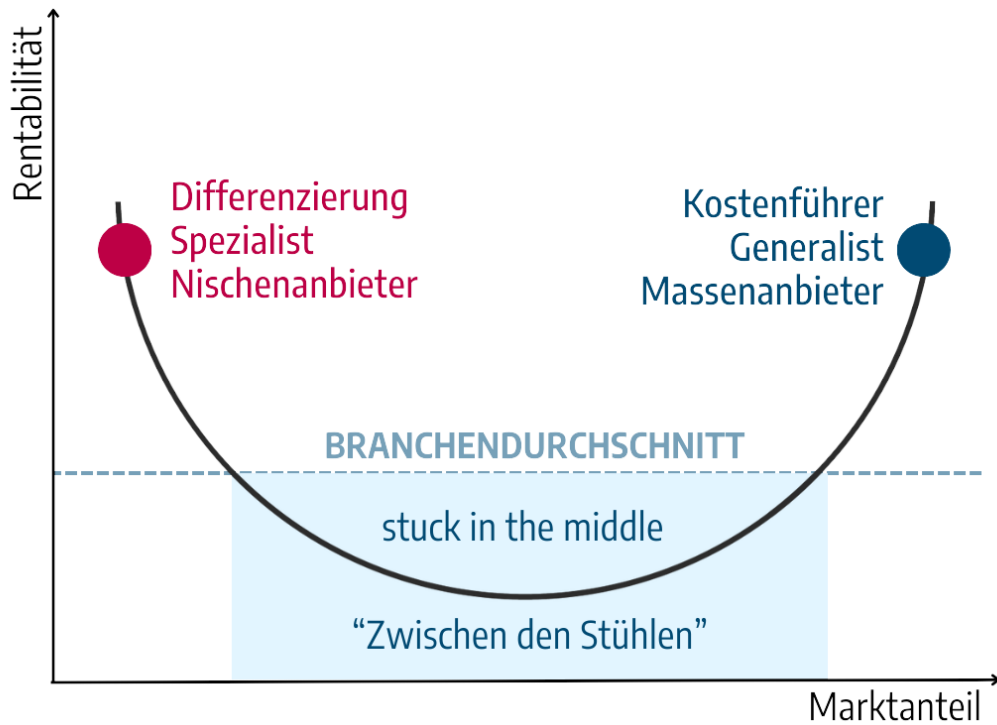
Dein Leitbild





Was ist das Wichtigste,
was Du von heute mitnimmst?

Bewusstsein & Material für Deine Differenzierung



2 Wochen für Dein gezieltes Vorankommen

STRATEGIE & UMSETZUNGSPLAN



STRUKTUR & ORGANISATION IM ALLTAG UND BÜRO





Wie happy
bist Du? 😊

A person with long blonde hair, wearing a black leather motorcycle jacket, is riding a motorcycle away from the camera on a paved road. The road curves along a coastline with a white lighthouse and a small white building on a hill in the distance. The sky is blue with some clouds, and the ocean is visible on the right. The person's hair is blowing in the wind.

Genieß den
Fahrtwind.

Wer noch tiefer einsteigen möchte:

Wie Du weiterarbeiten kannst:

Verfeinere Deine Arbeitsstil-Aufgabe

- Schaue Dir jede Kategorie an:
Findest Du noch weitere Merkmale,
um den Gegenstand (Tier, Auto etc.) zu beschreiben?
- Schaue Dir die Beschreibung Deiner Art zu arbeiten an:
Hast Du jedes Merkmal zu dem Gegenstand berücksichtigt?
Fällt Dir noch mehr ein, wie Du Deine Art zu arbeiten beschreiben kannst?

...wenn es einfach losfließt: Alles aufschreiben.

Egal, ob es mit dem Gegenstand/Thema zu tun hat oder nicht.

Was raus will, darf auch raus und beachtet werden.

Wie Du weiterarbeiten kannst:

Nutze Deine Ergebnisse für Deine Kunden

- *Beispiel-/Alternativ-Fragen:*
Wie erleben Dich Deine Kunden, weil Du so arbeitest?
Wie verhältst Du Dich, wie agierst Du konkret?
Wie zeigt sich diese Art zu arbeiten für Deine Kunden?
Was kann an von außen an Deinem Verhalten beobachten, weil Du so arbeitest?
- Was haben Deine Kunden von jedem dieser Punkte?
Was bringt es ihnen, dass Du so bist, dass Dein Training / Deine Beratung so ist?
Was wird sich in ihrem Alltag dadurch verändern?