

Machen Sie es richtig: Erreichen Sie Ihre Kunden, indem Sie Ihren Nutzen in den Mittelpunkt stellen!

Präsentiert von Mireille van Reenen

07

**Ein Portfolio mit
mehreren
Angeboten
entwickeln**

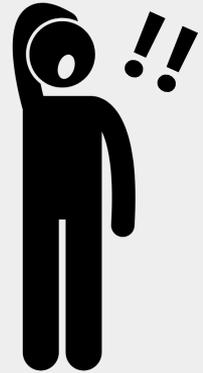
**Der Kunde hat
ein Problem
oder eine Frage**



**Was braucht Ihr Kunde,
um die Brücke zu
überqueren?**



**Kundenproblem
oder Frage
wurde gelöst!**



Mehrere Angebote möglich

Schwierigkeiten bei
der Erstellung eines
überzeugenden
Lebenslaufs



Einzel
coaching-
Sitzungen

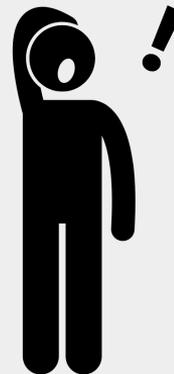
Erstellen
Lebenslauf
mit 1:1 Coach

Online
Programm +
Gruppen-
workshop

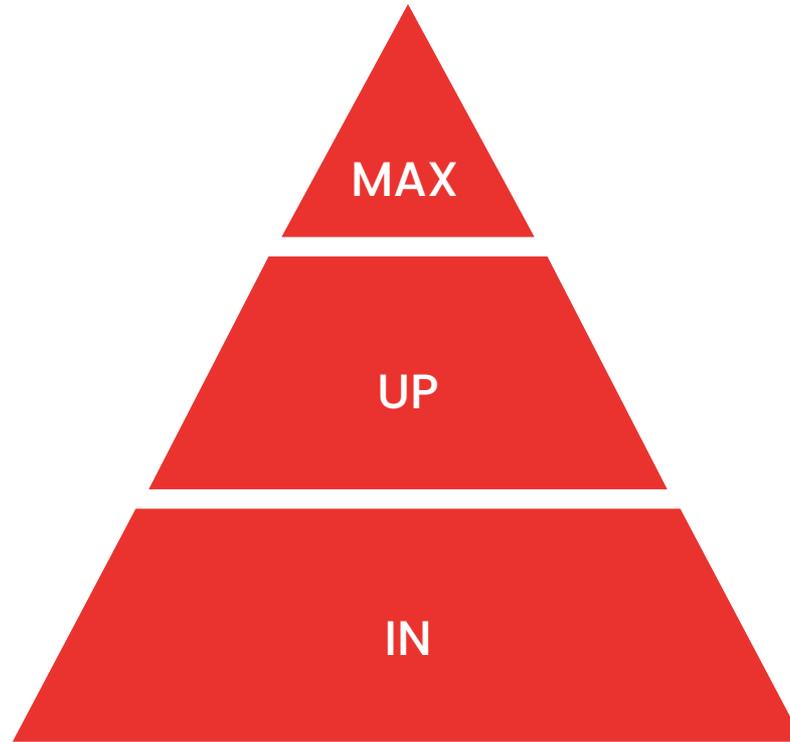
Üben
Vorstellung-
gespräche

12-wöchiges
Intensiv
Programm,
inkl.
unbegrenzte
Unterstützung
per Chat

Lösung:
erfolgreichen
Karriereentwicklung
von Anfang an

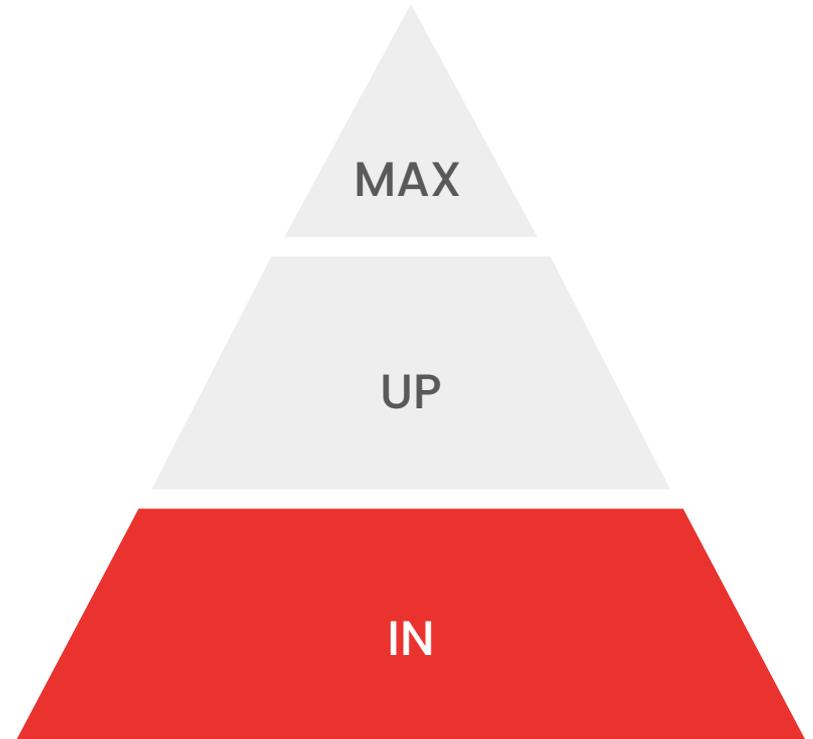


Der In-Up-Max Rahmen



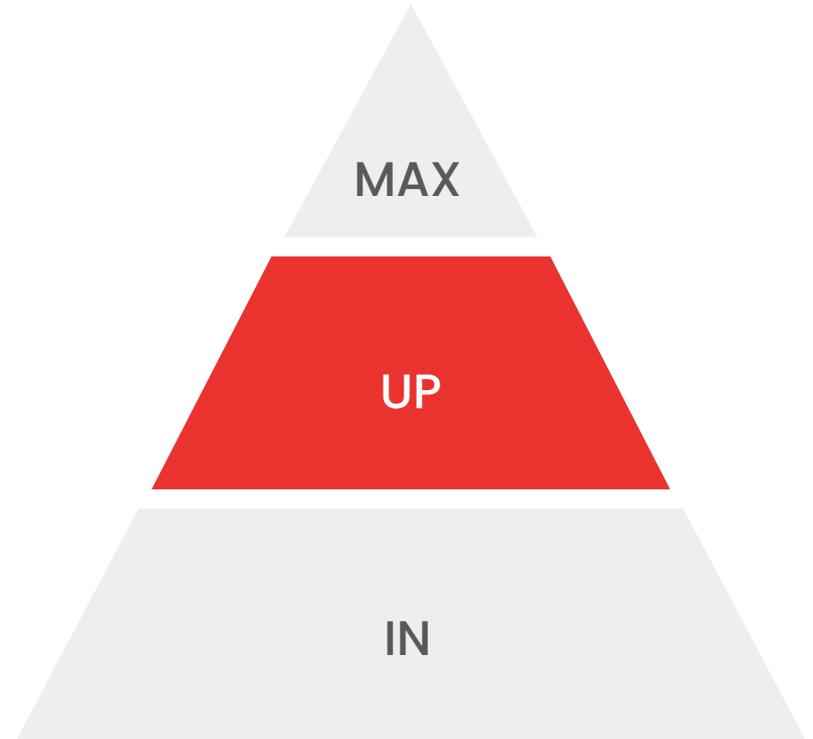
'In' ist das erste Produkt, das Ihre Kunden kaufen und ein Problem löst, das ihnen wichtig ist

- passend für 100% Ihrer Kunden
- löst ein Problem mit einem hohen Schmerzpunkt, der sich verschlimmern kann ("10.000 Euro Problem")



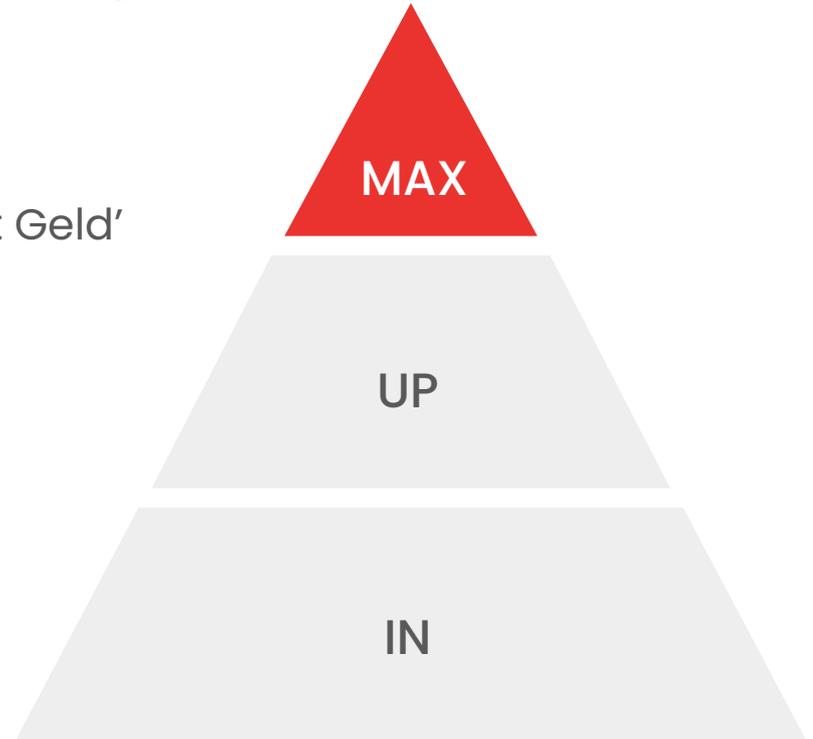
'Up' ist für 10% Ihrer Kunden, die Ihr Unternehmen nutzen möchten, um Folgeprobleme zu lösen

- passt zu 10% Ihrer Kunden
- 10x mehr als Preis des 'in' Produkts
- löst ein zukünftiges Problem

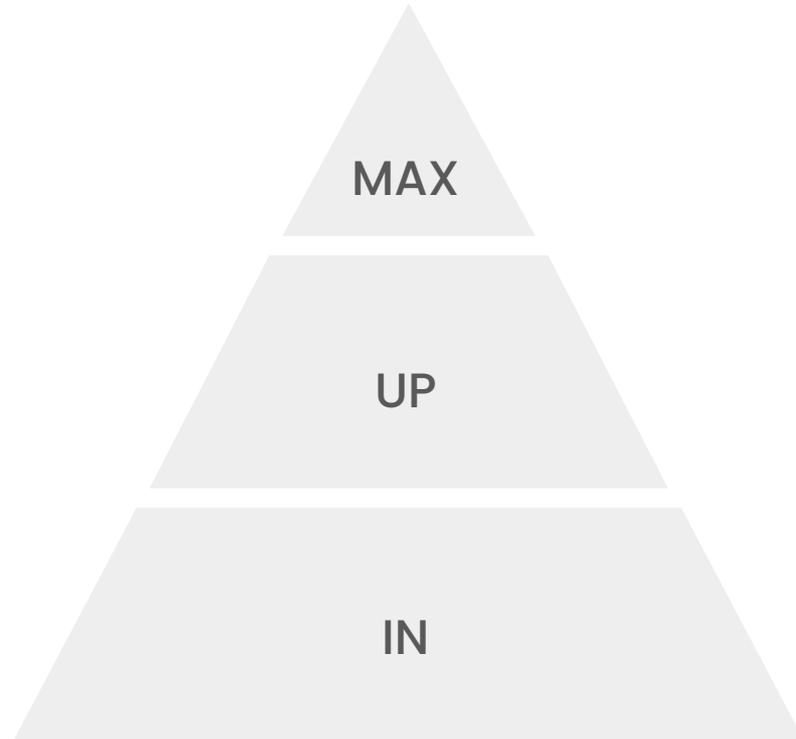


'Max' richtet sich an die 1% der Kunden, die bereit sind, viel mehr Geld für dieses Thema auszugeben

- passt zu 1% Ihrer Kunden
- 100x mehr als Preis des 'in' Produkts
- konzentriert sich auf 'Menschen mit Geld'

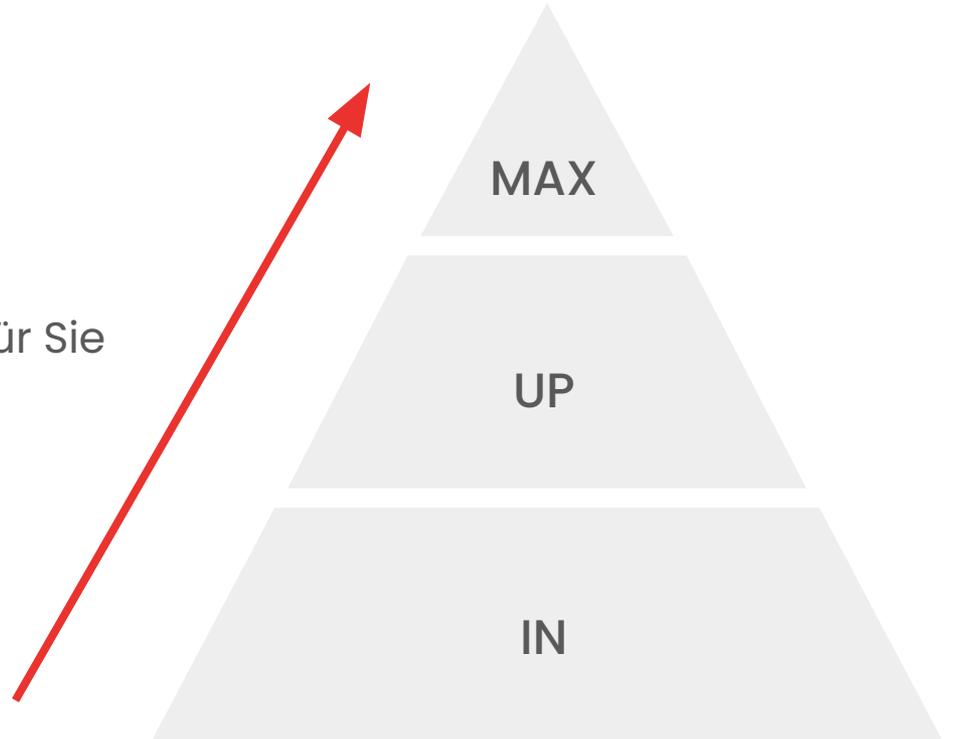


Beispiel: Orchideenpflege



Dieses Framework bietet eine praktische Anleitung zur Entwicklung Ihres Produktportfolios

Steigender Wert für Ihre Kunden
+
Chancen für Geschäftswachstum für Sie



Hinweis

Wie Sie Ihren Kunden ein ausgewogenes Portfolio an Produkten und Dienstleistungen anbieten

31. August 2021

Basierend auf dem Buch "Wahl" von Ryan Levesque: "Die wichtigste Entscheidung vor der Gründung Ihres Unternehmens"

SwissMadeMarketing

Nächstes Training

KUNDENBEDÜRFNISSE & EFFEKTIVE MARKETING-KOMMUNIKATION

01.09.2021

So finden Sie heraus, was Ihre Kunden wollen und wie Sie Kundensegmente für eine effektivere Marketingkommunikation nutzen

Online Academy

Wie Sie Ihren Kunden ein ausgewogenes Portfolio an Produkten und Dienstleistungen anbieten

Präsentiert von Mireille van Reenen

59:06

KATEGORIEN: **STRATEGIE**
#Geschäftsplan & Finanzen

31.08.2021

Wie Sie Ihren Kunden ein ausgewogenes Portfolio an Produkten und Dienstleistungen anbieten

In diesem Webinar behalten wir:

- **Wieviele Produkte und Dienstleistungen bieten Sie an?**
- **Mit einem Portfolio aus mehreren Produkten/Dienstleistungen können Sie beispielsweise ein „Einstufiges“ Kunden anbieten, die Ihr Unternehmen zuerst besser kennenlernen möchten; und dann ein umfassendes für Kunden, die mehr brauchen.**
- **Recherchieren Sie, welches Portfolio zu Ihrem Unternehmen und Ihren Kunden passt**
- **Finden Sie heraus, warum es wichtig sein kann, eine Palette von günstigeren einfacheren Optionen in umfassenderen Lösungen in einem höheren Preissegment anzubieten**
- **Mit praktischen Beispielen und einem leicht anwendbaren Modell zum Aufbau Ihres eigenen Portfolios**

In diesem Webinar lernen Sie mehr über das Gedächtnis und wie Sie dessen Potential als wertvolles Werkzeug in Ihrem Business einsetzen können.

FROM THE #1 NATIONAL BEST-SELLING AUTHOR OF ASK.

Choose.

The Single Most Important Decision Before Starting Your Business

RYAN LEVESQUE

"This is a must-read. Ryan is a great business mentor, and he'll save you a tremendous amount of time and money with this book."

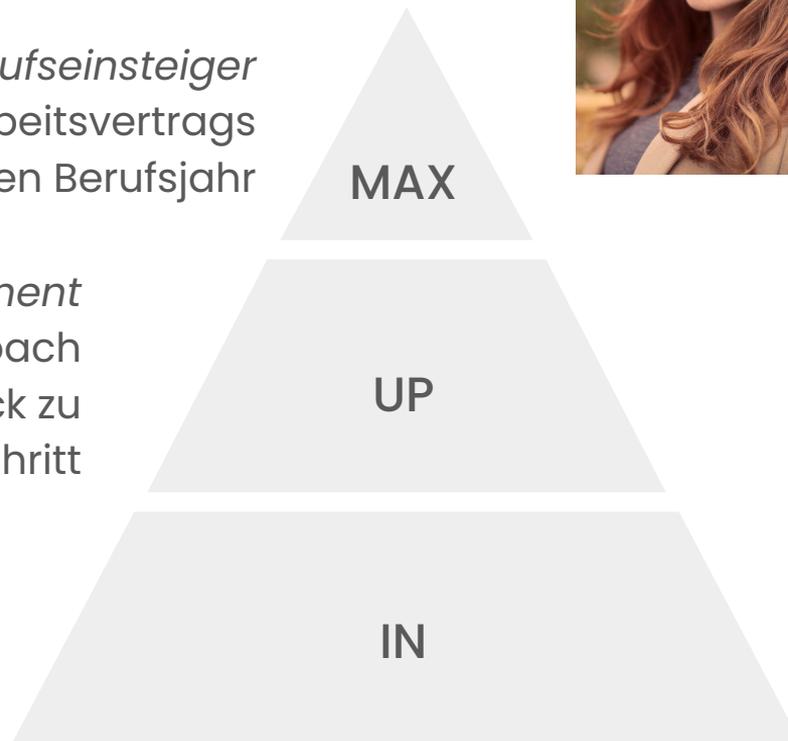
—Brendon Burchard, #1 New York Times best-selling author of High Performance Habits

Beispiel: Jobcoach

Intensives Coaching für Berufseinsteiger
Unterstützung bei der Aushandlung des Arbeitsvertrags
Mentoring im ersten Berufsjahr

Monatliches Abonnement
Häufiger Kontakt mit dem Coach
Stellenangebotscheck, Feedback zu
Anschreiben und Bewerbungsfortschritt

3 Coaching-Sitzungen
maßgeschneiderter Lebenslauf
1x Vorstellungsgespräch üben



Wie können Sie Ihr Portfolio gestalten/verbessern?

Tipp 1: Denken Sie an Ihre Kunden und die Lösung, brainstormen Sie dann verschiedene »Brücken«

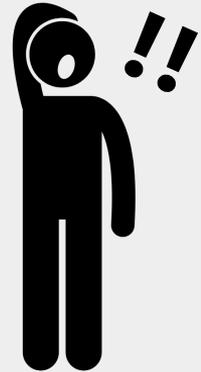
Der Kunde hat
ein Problem
oder eine Frage



Was braucht Ihr Kunde,
um die Brücke zu
überqueren?



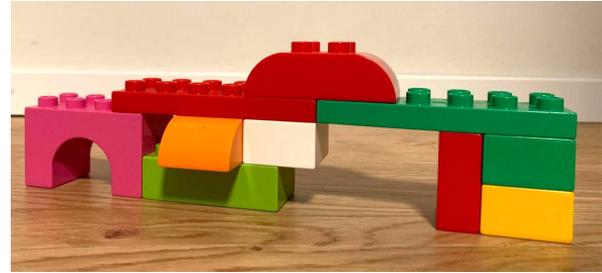
Kundenproblem
oder Frage
wurde gelöst!



Tipp 2: Können Sie »Lego-Steine« in Ihrem Unternehmen kombinieren und variieren?



Tipp 2: Können Sie »Lego-Steine« in Ihrem Unternehmen kombinieren und variieren?



Tipp 3: Schreiben Sie Ihre Ideen auf. Aber kein Stress. Sie müssen sie nicht sofort umsetzen



support@swissmademarketing.com