POSITIONIERUNGSGUIDE

Endlich klar, womit du rausgehst

In 15 Minuten siehst du, warum Menschen deine Arbeit im Moment noch nicht klar greifen können. Gemeinsam erarbeiten wir den Satz, mit dem du online und im Gespräch endlich sofort verstanden wirst.

Der Check

20 Fragen, die dir zeigen, wo deine Positionierung schon steht und wo sie wackelt.

Dein Satz

Die Formel zum Ausfüllen, mit sechs Beispielen aus der Praxis.

Dein Klarheits-Spickzettel

Alles Wichtige auf einer Seite, zum Ausdrucken und Draufschauen.



von Anne Jansson

Business-Mentorin für Gesundheitsexperten für Mensch und Tier

Du kannst viel. Kommt das auch an?



Kennst du diese Sätze von dir?

„Ich mache so viel, und es kommt so wenig zurück."

„Ich biete eigentlich alles ein bisschen an."

Meine Arbeit mit mehr als 1.800 Kunden hat mir eines gezeigt:

Wer zu wenig Anfragen bekommt, hat fast immer viel Wissen und einen unklaren Satz.

Die Menschen verstehen nicht in zwei Sekunden, für wen du da bist. Also scrollen sie weiter, obwohl du fachlich genau die Richtige für sie wärst.

Dieser Guide bringt dich in 15 Minuten zu deinem Satz.

Er darf am Ende noch ein bisschen holpern. Wichtig ist, dass er klar genug ist, um ab morgen damit rauszugehen.

Leg los!

DEINE 15 MINUTEN

8 Minuten	5 Minuten	2 Minuten
Der Check	Dein Satz	Der Praxistest

Die Feier-Frage

Stell dir vor, du stehst auf einer Geburtstagsfeier. Jemand, den du nicht kennst, fragt dich: „Und, was machst du so?“

Schreib auf, was du antwortest. Genau so, wie du es sagen würdest, ohne zu schummeln.

Meine Antwort heute

Lass das Feld so stehen. Am Ende schauen wir es uns noch einmal an.

So nutzt du den Guide

- Du kannst ihn am Bildschirm ausfüllen oder ausdrucken. Beides funktioniert.
- Plane 15 Minuten ein: 8 für den Check, 5 für deinen Satz, 2 für den Praxistest.
- Du hast noch kein Angebot oder startest gerade erst? Dann beantworte die Fragen für das, was du anbieten willst.
- Antworte aus dem Bauch. Ein „Jein“ zählt als Nein.
- Schreib deine Aha-Momente in die Notizfelder. Dort steckt oft das Wertvollste.
- Der Check ist eine Standortbestimmung. Rot heißt nur: Hier lohnt sich dein nächster Schritt.

Für wen?

Kreuz bei jeder Frage Ja oder Nein an. Ein „Jein“ zählt als Nein. Zähl am Ende des Blocks deine Ja.

> „Eigentlich kann ich jedem helfen.“ Das klingt großzügig. Für deine Wunschkunden heißt es leider, dass sie sich nirgends wiedererkennen.

		JA	NEIN
01	Kannst du in einem Satz ganz klar sagen, für wen du da bist, ohne bei „Frauen“ oder „Menschen, die gesünder leben wollen“ stehen zu bleiben?	◯	◯
02	Kannst du beschreiben, wie ein ganz normaler Dienstag deiner Wunschkunden aussieht, wenn ihr Problem gerade da ist?	◯	◯
03	Hast du mit mindestens drei Menschen aus dieser Gruppe gesprochen und gehört, wie sie selbst über ihr Thema reden?	◯	◯
04	Weißt du, dass diese Menschen schon Geld für ihr Thema ausgeben, zum Beispiel für Bücher, Kurse oder andere Anbieter?	◯	◯

Meine Ja in Block 1 -

Meine Notizen

Tipp: Alter und Wohnort helfen dir, Menschen zu finden. Warum sie kaufen, erfährst du erst, wenn du ihren Alltag kennst.

Welches Problem?

Kreuz bei jeder Frage Ja oder Nein an. Ein „Jein" zählt als Nein. Zähl am Ende des Blocks deine Ja.

> „Ich helfe bei Stress, Verdauung, Schlaf, Hormonen und eigentlich bei allem." Das ist viel Wissen in einem Satz. Leider findet darin niemand sein eigenes Problem.

		JA	NEIN
05	Kannst du das eine, klar erkennbare Problem nennen, mit dem die meisten deiner Wunschkunden zu dir kommen?	◯	◯
06	Beschreibst du es in ihren Worten, zum Beispiel „Ich wache jede Nacht um 3 Uhr auf" oder „Mein Hund zieht an der Leine, bis mir die Schulter wehtut"?	◯	◯
07	Weißt du, was das Problem sie im Alltag kostet, an Kraft, Zeit, Nerven oder Geld?	◯	◯
08	Weißt du, was sie schon ausprobiert haben, bevor sie bei dir landen?	◯	◯

Meine Ja in Block 2 -

Meine Notizen

Tipp: Menschen googeln ihre Probleme. Nach deiner Methode sucht kaum jemand.

Welches Ergebnis?

Kreuz bei jeder Frage Ja oder Nein an. Ein „Jein“ zählt als Nein. Zähl am Ende des Blocks deine Ja.

> „Na ja, es geht ihnen danach einfach besser.“ Das stimmt bestimmt. Vorstellen kann sich darunter allerdings keiner etwas.

		JA	NEIN
09	Kannst du sagen, was sich im Alltag deiner Kunden konkret verändert, wenn ihr zusammen gearbeitet habt?	◯	◯
10	Ist dieses Ergebnis so konkret, dass man es vor sich sieht, zum Beispiel „abends wieder Geduld für die Kinder haben“?	◯	◯
11	Wünschen sich deine Wunschkunden genau dieses Ergebnis, und zwar in ihren eigenen Worten?	◯	◯
12	Kannst du das Ergebnis beschreiben, ohne Heilung oder eine Garantie zu versprechen?	◯	◯

Meine Ja in Block 3 -

Meine Notizen

Tipp: Das stärkste Ergebnis ist meist das Gegenteil von dem, was das Problem heute kostet.

Die rote Linie

Kreuz bei jeder Frage Ja oder Nein an. Ein „Jein“ zählt als Nein. Zähl am Ende des Blocks deine Ja.

> So denken deine Wunschkunden, kurz bevor sie sich gegen dich entscheiden: „Klingt gut, aber dafür müsste ich mein ganzes Leben umkrempeln.“ Die rote Linie ist genau dieser Einwand.

		JA	NEIN
13	Kennst du die größte Befürchtung deiner Wunschkunden, bevor sie etwas Neues ausprobieren?	◯	◯
14	Weißt du, was sie auf keinen Fall aufgeben wollen, zum Beispiel ihren Genuss beim Essen oder ihre freien Abende?	◯	◯
15	Kannst du ehrlich sagen, dass deine Arbeit diese Grenze respektiert?	◯	◯
16	Sprichst du die rote Linie auf deiner Website, in deinem Profil oder im Gespräch aus?	◯	◯

Meine Ja in Block 4 -

Meine Notizen

Tipp: Die rote Linie findest du selten am Schreibtisch. Sie steckt in Gesprächen, Kommentaren und Rezensionen, also überall dort, wo Menschen ehrlich über ihr Thema reden.

Womit bist du sichtbar?

Kreuz bei jeder Frage Ja oder Nein an. Ein „Jein" zählt als Nein. Zähl am Ende des Blocks deine Ja.

> „Auf meiner Website steht noch das von vor zwei Jahren." Kommt dir bekannt vor? Wenn an jedem Ort etwas anderes steht, weiß am Ende keiner, wofür du stehst.

		JA	NEIN
17	Steht ganz oben auf deiner Website, für wen du da bist und wobei du hilfst? (Noch keine Website? Dann nimm dein Profil, deinen Flyer oder deine Visitenkarte.)	◯	◯
18	Steht in deinen Profilen, auf Flyern und Visitenkarten dieselbe Botschaft?	◯	◯
19	Antwortest du Interessenten mit demselben Satz, wenn sie fragen, was du machst?	◯	◯
20	Könnte eine Freundin in einem Satz weitererzählen, wofür du stehst, und würde es stimmen?	◯	◯

Meine Ja in Block 5 -

Meine Notizen

Tipp: Auch Google und KI-Systeme wie ChatGPT ordnen dich nur dann einem Thema zu, wenn überall dasselbe steht. Wiederholung macht dich auffindbar.

Wo stehst du gerade?

Zähl pro Block deine Ja-Aussagen und wähle die passende Ampel aus. Auf Papier kannst du sie ausmalen.

4 Ja

Grün

Das sitzt. Nimm diesen Teil direkt in deinen Satz.

2-3 Ja

Gelb

Die Richtung stimmt, es fehlt noch Schärfe.

0-1 Ja

Rot

Hier liegt dein größter Hebel.

Meine Ampel

Für wen	○ Rot	○ Gelb	○ Grün
Problem	○ Rot	○ Gelb	○ Grün
Ergebnis	○ Rot	○ Gelb	○ Grün
Rote Linie	○ Rot	○ Gelb	○ Grün
Sichtbarkeit	○ Rot	○ Gelb	○ Grün

Auf den nächsten beiden Seiten findest du den nächsten Schritt für jede gelbe oder rote Ampel.

Dein nächster Schritt

Für wen?

- Gelb — Du hast eine Ahnung, für wen du da bist, aber sie ist noch zu breit. Nimm die Menschen, mit denen die Arbeit bisher am leichtesten lief, und schreib auf, was sie gemeinsam haben.
- Rot — Im Moment versuchst du, alle zu erreichen, und das kostet dich Anfragen. Schreib drei bis fünf Menschen auf, bei denen es mit dir richtig gut lief. Du startest gerade erst? Dann nimm Menschen aus deinem Umfeld, denen du mit deinem Wissen schon geholfen hast.

Problem

- Gelb — Du kennst das Problem, beschreibst es aber noch in deiner Fachsprache. Frag die nächsten zwei Menschen aus deiner Zielgruppe, was sie daran am meisten nervt, und schreib ihre Antwort wörtlich auf.
- Rot — Dein Angebot hängt noch an deiner Methode. Ein Beispiel: Kaum jemand sucht nach „Ayurveda-Beratung“, sehr viele suchen nach „Warum bin ich ständig so müde?“. Fang bei der Frage an, mit der Menschen zu dir kommen.

Ergebnis

- Gelb — Das Ergebnis ist da, aber noch zu allgemein. „Mehr Wohlbefinden“ sieht keiner vor sich. Frag dich, woran deine Kundin am Dienstagabend merkt, dass sich etwas verändert hat.
- Rot — Du weißt, dass deine Arbeit wirkt, kannst es aber noch nicht in Worte fassen. Schau dir an, was dir Kunden nach der Zusammenarbeit erzählt haben. Ihre Sätze sind dein Ergebnis.

Was jetzt dran ist

Rote Linie

- **Gelb** — Du ahnst die Befürchtungen deiner Wunschkunden, sprichst sie aber noch nicht aus. Genau dieser Satz entscheidet oft zwischen „klingt interessant“ und „ich buche“.
- **Rot** — Keine Sorge, die rote Linie ist für die meisten der neueste Teil der Formel. Hör in deinen nächsten Gesprächen auf Sätze wie „Ich habe keine Zeit für so was“ oder „Das habe ich schon mal probiert“. Dort steckt sie.

Womit bist du sichtbar?

- **Gelb** — Vieles passt zusammen, an manchen Stellen steht noch Altes. Nimm dir eine Stunde und gleich die oberste Zeile deiner Website und deine Profil-Bio an.
- **Rot** — Gerade steht an jedem Ort etwas anderes. Bevor du irgendetwas umbaust, schreib in Teil 2 deinen Satz. Danach hast du die Vorlage für alle Orte.

Dein Gesamtbild

Viel Rot? Willkommen im Club, so starten die meisten, die ich begleite. Viel Grün? Dann fehlt dir vermutlich nur noch der eine Satz, der alles zusammenbringt. Den schreibst du jetzt.

Dein Satz wartet.

Die Formel für deinen Satz

Jetzt bringst du alles in einen Satz. Nimm deine Antworten aus dem Check, die Ampel zeigt dir, wo du genauer hinschauen solltest.

> Ich helfe [für wen] dabei, [Problem] zu lösen, sodass [Ergebnis], ohne [rote Linie].

Die Formel ist ein Gerüst. Wenn dein Satz anders besser klingt, darfst du sie biegen. Wichtig ist, dass alle vier Teile drinstecken.

Für wen?

Wen erkennst du sofort, wenn sie dir gegenübersitzt? Beschreib ihre Lebenssituation, Alter und Wohnort sind Nebensache.

Welches Problem?

Schreib es so auf, wie deine Wunschkunden es selbst sagen würden.

Welches Ergebnis?

Was ist danach im Alltag anders? Am besten etwas, das man sehen oder spüren kann.

Ohne was?

Welche Befürchtung nimmst du deinen Wunschkunden ab?

Dein kompletter Satz

Mein Satz am Stück

Der Mini-Check

Lies deinen Satz einmal laut vor und kreuz an:

- ☐ Versteht ihn jemand, der deine Methode nicht kennt?
- ☐ Kommt er ohne Fachbegriffe aus?
- ☐ Würde sich deine Wunschkundin darin wiedererkennen und denken: „Genau das will ich“?
- ☐ Klingt er nach dir, wenn du ihn aussprichst?

Wichtig bei Gesundheitsthemen

Für deine Werbung gilt das Heilmittelwerbegesetz. Versprich deshalb keine Heilung und kein garantiertes Ergebnis. „Ich begleite“, „ich unterstütze“ und „ich helfe dir dabei“ sind gute Formulierungen. Ein klarer Satz braucht kein Heilversprechen.

So klingt klar

Als Anregung für deinen eigenen Satz.

01 AYURVEDA

„Ich helfe berufstätigen Müttern, die nach Feierabend nur noch funktionieren, mit einfachen Ayurveda-Routinen wieder zur Ruhe zu kommen, sodass am Abend noch Kraft für sie selbst übrig bleibt, ohne ihren Familienalltag umzukrempeln."

02 HEILPRAKTIK

„Ich begleite Frauen in den Wechseljahren dabei, ihren Körper wieder zu verstehen, sodass sie sich im Alltag sicherer fühlen, ohne sich allein durch widersprüchliche Tipps aus dem Internet zu kämpfen."

03 ERNÄHRUNG

„Ich helfe Pflegekräften im Schichtdienst dabei, auch zwischen Früh- und Nachtschicht gut zu essen, sodass sie nicht mehr am Süßigkeitenautomaten landen, ohne am Wochenende stundenlang vorzukochen."

So klingt klar

Menschen und ihr Alltag stehen vorne.

04 BEWEGUNG

„Ich helfe Frauen ab 50, die sich im Fitnessstudio fehl am Platz fühlen, wieder Freude an Bewegung zu finden, sodass sie sich in ihrem Körper stark fühlen, ohne sich zwischen lauter 20-Jährigen zu verrenken."

05 KLANGARBEIT

„Ich begleite Lehrkräfte, die nach dem Unterricht nicht abschalten können, mit Klang in eine echte Pause, sodass sie abends wieder Lust auf Freunde haben, ohne erst meditieren lernen zu müssen."

06 TIERGESUNDHEIT

„Ich helfe Haltern älterer Hunde dabei, ihren Hund im Alltag gut in Bewegung zu halten, sodass gemeinsame Spaziergänge wieder entspannt sind, ohne jeden Tag ein langes Übungsprogramm abzuarbeiten."

Merkst du was? In allen sechs Sätzen stehen die Menschen und ihr Alltag vorne. Die Methode taucht höchstens als Werkzeug auf. Die Struktur darfst du dir gern abgucken, deine Wörter findest du bei deinen Wunschkunden.

Raus damit.

Ob dein Satz funktioniert, zeigt sich im Gespräch mit Menschen. Am besten mit Menschen, die noch nichts über dein Business oder dein Angebot wissen.

So gehst du vor:

Lies ihn zuerst einmal laut vor. Wenn du dabei stolperst, stell ihn so um, wie du sprichst.

Dann erzähl ihn in dieser Woche drei Menschen aus deiner Zielgruppe, die dich und dein Angebot noch nicht kennen. Achte dabei auf zwei Dinge:

- Fragen sie nach? „Oh, wie machst du das?“ ist ein sehr gutes Zeichen.
- Fällt ihnen jemand ein? „Da kenne ich jemanden, der genau das braucht“ ist ein noch besseres.

Kommt nur ein höfliches Nicken, ist das auch eine Antwort. Dann schärfst du an der Stelle nach, die im Check gelb oder rot war.

Diesen drei Menschen erzähle ich meinen Satz diese Woche

Das ist passiert

Dein Klarheits-Spickzettel

Druck diese Seite aus und häng sie dorthin, wo du sie jeden Tag siehst. Vor jedem Gespräch, jedem Post und jeder neuen Zeile auf deiner Website reicht ein kurzer Blick.

Meine Ampel

Für wen	○ Rot	○ Gelb	○ Grün
Problem	○ Rot	○ Gelb	○ Grün
Ergebnis	○ Rot	○ Gelb	○ Grün
Rote Linie	○ Rot	○ Gelb	○ Grün
Sichtbarkeit	○ Rot	○ Gelb	○ Grün

So habe ich es bisher gesagt (Feier-Frage)

So sage ich es ab heute (mein Satz)

Hier kommt mein Satz als Nächstes hin:

- ☐ ganz oben auf meine Website
- ☐ in meine Profil-Bio
- ☐ in meine E-Mail-Signatur
- ☐ in meine Antwort auf „Und, was machst du so?“

Stand vom (Datum)

Dein Satz darf sich mit jedem Gespräch weiterentwickeln. Trag dann einfach das neue Datum ein.

Dein Satz verdient eine ehrliche Rückmeldung

Du hast jetzt deinen Satz und weißt, wo du stehst. Die spannendste Frage kann dir allerdings kein Arbeitsblatt beantworten: Kommt dein Satz bei echten Menschen an? Dafür hast du zwei Wege zu mir.

01 Schick uns deinen Satz

Schreib uns bei WhatsApp einfach KLAR und deinen Satz. Wir schauen ihn uns an und geben dir eine kurze, ehrliche Rückmeldung.

Bei WhatsApp schreiben

wa.me/4917661354158

02 Erstgespräch mit Anne

Du willst wissen, wie es nach dem Satz weitergeht, mit deinem Angebot, deinen Kunden und deiner Sichtbarkeit? Dann frag ein Erstgespräch mit mir an und bring deinen Spickzettel mit. Ich schaue mir deine Situation an und sage dir ehrlich, ob und wie wir dich unterstützen können.

Ich führe höchstens 3 Erstgespräche pro Woche. Deshalb schaue ich mir jede Anfrage vorher persönlich an.

Gespräch anfragen

annejansson.com/call-anfragen

Ich bin gespannt auf deinen Satz.

Alles Liebe, Anne

Anne Jansson · Business-Mentorin für Gesundheitsexperten für Mensch und Tier · über 1.800 begleitete Gesundheitsexperten · 100 % Weiterempfehlung · annejansson.com