
brandFLØW
Positionierungs Sheet

Im Überblick:

Mega Markt
In welchem der 3 großen Märkte spielst du? (Wohlstand / Gesundheit / Beziehungen)

Nische
Für wen genau und womit? (z. B. Nervensysemregulation für erfahrene selbstständige Frauen)

Kaufkräftige Zielgruppe
Wer hat das Problem, das du löst — und kann und will dafür zahlen?

Kaufmotivation
Warum kaufen sie wirklich? Nicht das Produkt — das Ergebnis dahinter.

USP – Unique Selling Point
Was macht dein Angebot einzigartig? Was bekommst du bei mir, das du woanders nicht bekommst?

Reason Why
Was macht dich als Expertin glaubwürdig? Konkret und beweisbar — Erfahrung, Ergebnisse, Geschichte.

Positionierungssatz
Ich helfe [wem] dabei, [was zu erreichen], indem ich [wie] — ohne [was zu vermeiden].

Kunden Avatar:

Allgemein
Alter
Geschlecht
Typischer Beruf & Bildungsgrad
Wie bezeichnen sie sich selbst?
Nicht 'Unternehmerin' — sondern wie sie sich wirklich sehen und identifizieren.

Sonstige wichtige Infos

Die Regen-Seite — weg-von Motivation

Die 3 größten Probleme / Herausforderungen
Was hält sie wirklich auf? Was nervt täglich?

3 unangenehme Alltagssituationen
Welches unangenehme Gefühl empfindet sie dabei? Was frustriert sie konkret?

Was hält sie nachts wach?
Sorgen, Gedanken, Ängste — die echten, nicht die oberflächlichen.

Konsequenzen des Nicht-Handelns
Was passiert, wenn sie sich keine Hilfe holt? Welchen Preis zahlt sie — in Zeit, Geld, Energie, Selbstwert?

Die Sonnen-Seite — hin-zu Motivation

Werte, die ihr wichtig sind

Was treibt sie an? Was muss ein Angebot verkörpern, damit sie ja sagt?

Das Leben, das sie sich wünscht

Wie sieht es aus, wie fühlt es sich an — in ihrer Vorstellung?

Was sie sich insgeheim wirklich wünscht

Nicht was sie sagen — was sie wirklich wollen. (z. B. Sie sagt 'mehr Reichweite' — sie meint 'endlich ernst genommen werden')

Die 3 Kern-Wünsche / Ziele
Triff den echten Wunsch. Nicht die Oberfläche.

Was ist ihr emotionaler Antreiber - warum gibt es keinen Plan B für ihre Situation?

Verkaufspsychologische Blockaden

Einwände vor dem Kauf

Was denkt sie, kurz bevor sie auf 'Kaufen' klickt — und es dann doch lässt?

Mythen im Markt

Welche falschen Überzeugungen existieren in deinem Themenbereich?

Was hat sie schon versucht — und warum hat es nicht funktioniert?

Zeig, dass du die Alternativen kennst und weißt, wo sie scheitern.

Das Feindbild — gegen wen verbündest du dich mit ihr?
Was nervt sie genauso wie dich? (z. B. generische KI-Brands, 'einfach mehr posten')

Was weiß sie schon? Mit welchen Fragen kommt sie zu dir?
Welches Vorwissen bringt sie mit? Wo steckt sie fest?

Welche Wörter sind Turnoffs / No-Gos für sie?
Was klingt für sie falsch, aufgeblasen oder abschreckend?

Dein Ergebnisversprechen

Wo steht deine Zielgruppe gerade?
Der IST-Zustand — ehrlich und konkret.

Wo soll sie in 3-6 Monaten stehen?
Der SOLL-Zustand — greifbar und spezifisch.

In einem Satz: Was verändert sich konkret durch dein Produkt?
Nicht 'Du lernst...' — sondern 'Du hast danach...'

Dein Preispunkt

Mein aktueller Preis
Ist das Preis-Leistungs-Verhältnis glasklar kommuniziert?
Zieht der Preis eher Einsteiger oder ambitionierte Kundinnen an?
Dein Signature-Produkt-Satz

"Ich helfe [Zielgruppe], in [Zeitraum] [greifbares Ergebnis] zu erreichen."

Top 3 Mitbewerber

Wer bietet Ähnliches an — und wie positionieren sie sich?
Name:
Website:
Instagram:

Top 3 Mitbewerber

Was machen sie richtig gut? Was kannst du adaptieren?

Top 3 Mitbewerber

Deine Differenzierung — die Lücke, die du füllst
Nicht 'ich mach das auch, aber besser' — sondern: was fehlt im Markt, das nur du einzigartig lieferst?

Dein Experten-Status

Wie bist du zu deiner Expertise gekommen?

Deine Geschichte ist dein Beweis — ehrlich und greifbar, nicht aufgeblasen.

Testimonials & Social Proof

Hast du Testimonials, Kundenvideos, Ergebnisse, die du verwenden kannst? Falls nicht: nächste Schritte?

PR-Arbeit & Glaubwürdigkeits-Booster

TV, Podcasts, Vorträge, Interviews, Zertifikate — was hast du bereits? Was ist dein nächster Schritt?

Dein Auftreten & Stil

Welche Werte & welches Lebensgefühl strahlt dein Auftritt aus?

Welcher Look? (bunt / dezent / moody)

Welche Tonalität? (sachlich / emotional / provokant)

Du- oder Sie-Form?

Emojis? Ja / Nein

Welche Status-Symbole & Assoziationen willst du aufbauen?

Key-Wordings — Begriffe, die typisch für dich sind
Deine Sprache ist dein Fingerabdruck — nutze sie bewusst.

No-Gos — Wörter und Sätze, die nicht nach dir klingen
Dieses Sheet ist dein Marketingfundament. Kein Text, kein Post, kein Angebot — ohne dieses Sheet zu kennen. Deine Positionierung ist nicht fertig, wenn du es einmal ausgefüllt hast. Sie wächst mit dir.

brandFLOW Guide

Tina Huscher
www.tinahuscher.de
info@tinahuscherde

DAS OFFIZIELLE WORKBOOK ZUM PROGRAMM