

DER MINDSET PODCAST MIT JULIA LAKAEMPER

TRANSKRIPT FOLGE 7:

FREIWILLIGE EINSCHRÄNKUNGEN



Willkommen zum Mindset Podcast. Hier lernst du, wie du dein Gehirn mehr zu deinem Vorteil einsetzt, souveräner mit Herausforderungen umgehst, in deiner Selbstständigkeit mehr Geld verdienst, produktiver arbeitest und dir letztlich das Leben erschaffst, das du wirklich leben willst. Ich bin deine Gastgeberin, zertifizierte Mindset und Business Coach Julia Lakaemper.

Du hörst den Mindset Podcast mit Julia Lakaemper - Folge Sieben.

Es macht total Sinn, dich in deinem Business freiwillig zu beschränken. Gleichzeitig ist es so viel einfacher, deine Woche vollzustopfen, als ganz bewusst und strategisch zu entscheiden, was für dich persönlich und dein Business am wichtigsten ist. Und, der Anfang einer jeden Selbstständigkeit startet ja mit einem Angebot, also mit etwas, was du zum Verkauf bietest. Es gibt Coaches und Expertinnen, die sagen, Kreiere eine Produkttreppe. Und ich würde sagen, wenn du gerade, gerade wenn du gerade ganz am Anfang stehst, starte nicht mit mehreren Angeboten

gleichzeitig, sondern entscheide dich für eins. Finde einen Rahmen, von dem du glaubst, dass es der richtige ist für die Menschen, von denen du glaubst, dass das deine besten Kundinnen sind. Am Anfang sind das alles Vermutungen. Du kannst es nicht wirklich sagen, aber es ist leichter, einen Laden aufzumachen und zu sagen: Ich mache das beste Sauerteigbrot. Und das gibt es in dieser Form und es hat diesen einen Preis. Und diese Zielgruppe ist genau meine richtige Zielgruppe. Ist jetzt eigentlich ein schlechtes Beispiel, weil es ja ein Produkt ist und keine Dienstleistung.

Aber sagen wir mal, du bist Beraterin und hilfst Menschen dabei, sich gesünder zu ernähren, mehr Sport zu machen und die letzten fünf Kilo abzunehmen. Dieses Angebot in deinem Marketing zu beschreiben, die Ergebnisse zu beschreiben und auch den Prozess, den du mit deinen Kundinnen durchläufst, um diese Ergebnisse zu erzielen - Das ist viel leichter, wenn du dich darauf konzentrierst. Und es schließt auch nicht aus, dass jemand zu dir kommt, der 15 Kilo abnehmen möchte, oder eine Person, die vielleicht überhaupt gar kein Gewicht abnehmen möchte, sondern einfach nur fitter und gesünder sein möchte. Die musst du ja nicht ablehnen, sondern es geht darum, dass Du deinen Fokus darauf ausrichtest, dass du dieses eine Paket verkaufst und dass du auch genau weißt, an wen du das richtest - Damit du dein Business nicht zu kompliziert machst, gerade wenn du startest. Du hast so viel zu tun. Du hast schon so viele Hüte auf. Mach es dir nicht unnötig kompliziert. Auch im Marketing mach nicht 27 Sachen gleichzeitig. Entscheide dich für ein Angebot mit dem du loslegst. Das ist meistens im Beratungsbereich eine

1:1-Lösung, damit du auch erstmal Erfahrungen sammelst mit deinen Kundinnen und auch für dich schaust: Mit wem möchte ich denn am liebsten arbeiten? Vielleicht willst du gar nicht mit den Leuten arbeiten, die Gewicht abnehmen wollen. Vielleicht willst du mit denen arbeiten, die fitter werden wollen. Und dann auch zu schauen: Auf wie viel Plattformen tanzst du? Beispiel nicht gleich fünf Social-Media-Kanäle oder Suchmaschinen, sondern entscheide dich für einen Weg, wie du deine eigene Community aufbaust. Sagen wir mal, dass du einen Newsletter integrierst und regelmäßig mit deinen Leserinnen, Fans, Followern in Kontakt bleibst und noch einen Social Media Kanal dazu auswählst. Und am besten machst du das so, dass du den Newsletter-Text, den du rausschickst, dann auch gleich als Social Media Post nutzt und dann auch gleich noch als Blogpost oder als Podcast vertont auf deiner Website integrierst, sodass du mit möglichst wenig Aufwand möglichst viel erreichst. Entscheide dich für einen Weg und schaue auch nicht, was du glaubst, was du tun müsstest, sondern entscheide dich dafür, woran du Spaß hast. Ich merke jetzt gerade, ich habe ganz schön Spaß daran, Podcasts aufzunehmen. Aber zu Beginn hatte ich super viel Spaß daran, zu schreiben und das lag auch daran, dass ich mich nicht so sehr zeigen wollte und es mir leicht fiel, mich hinter meinem Computer zu verschanzen und erst einmal Blogartikel zu schreiben. Das würde ich dir heute nicht mehr in der Quantität als Strategie empfehlen. Einfach weil sich die Content Marketing Strategien verändert haben.

Also ich würde dir jetzt nicht empfehlen, einmal die Woche zu bloggen, um der Quantität willen, sondern: Mach regelmäßig etwas, was dir Spaß

macht. Ein Video, ein Audio, ein Text. Und es muss auch nicht wöchentlich sein. Für mich ist der wöchentliche Rhythmus super. Ich spreche, wenn ich jetzt die Podcastfolgen aufnehme, spreche ich vier in einem Rutsch ein. Ich nehme die einmal im Monat auf. So sind wir immer noch recht flexibel und recht aktuell. Wir planen die Themen viel, viel weiter. Aber ich möchte auch eine gewisse Spontaneität haben. Für mich ist der wöchentliche Rhythmus gut. Vielleicht ist es für dich ein zweiwöchentlicher Rhythmus oder ein dreiwöchentlicher Rhythmus oder monatlicher Rhythmus. Größer würde ich persönlich nicht empfehlen, die Abschnitte zu machen. Aber das kennst du vielleicht auch von Freunden von denen, wo du nur einmal im Jahr was hörst. Das sind vielleicht nicht diejenigen, die du anrufst, wenn du ein Problem hast. Die Regelmäßigkeit, der regelmäßige Austausch, der schafft dann Vertrauen und schafft auch Verbindungen. Darum geht's. Darum, dass du dir und deinen Fans und Leserinnen die Möglichkeit gibst, dass sie dich kennenlernen, dass sie Vertrauen zu dir aufbauen, dass sie eine Beziehung mit dir entstehen lassen und du aber auch mit ihnen, dass du wirklich weißt: Was bewegt sie denn wirklich? Was sind die Dinge, die du dir in deinem Kämmerlein überlegt hast. Sind das wirklich die Dinge, die deine Kundinnen auch brauchen oder ist es was anderes und möchtest du ihnen dieses andere bieten? Da im Gespräch zu sein, im Austausch zu sein, auch zu fragen: Was wünschst du dir? Wie kann ich dir helfen? Was brauchst du von mir? Das sind auch die besten Ideen, die du dann bekommst. Da musst du gar nicht da sitzen und überlegen, Was schreibe ich denn heute? Oder Was nehme ich denn heute auf? Du weißt ganz genau, was sie brauchen. Und zu Beginn ist es am allerallerwichtigsten, dass es genug Menschen gibt, die von dir und deinem Angebot wissen. Du

brauchst keine perfekte Positionierung, keinen perfekten Elevator Pitch. Es reicht, wenn du in simplen Sätzen beschreiben kannst, was du machst, dass du deine Begeisterung teilst, dass du sagst, Ich habe mich gerade als Coach selbstständig gemacht und ich helfe Müttern dabei, dass ihre Kinder durchschlafen oder wie auch immer. Wie ich es sage: Ich helfe Selbständigen dabei, weniger zu arbeiten, mehr Geld zu verdienen. Dieser Satz ist auch nach Jahren erst entstanden. Lass dir die Chance, so viele Gespräche zu führen, wo du stammelst, wo du kompliziert erklärst, wo du nicht wirklich auf den Punkt kommst, weil durch diese Übung, durch die Gespräche mit Menschen, auch durch das Nachfragen, kommen sie, kommst du wirklich darauf, die richtigen Worte zu wählen. Da macht es Sinn, dich nicht zu beschränken.

Also sprich wirklich mit so vielen Menschen, wie es nur geht über das, was du tust. Weil selbst wenn die sich nicht dafür interessieren oder das, was du anbietest, nicht gebrauchen können - Sie kennen mit Sicherheit Menschen, die deine Unterstützung gebrauchen können. Und darum geht's. Es geht nicht darum, in den Gesprächen direkt was zu verkaufen oder schmierige DMs zu schreiben oder jemandem ungefragt ein Angebot zu machen. Also das nicht. Es ist wie, wenn du Menschen neu kennlernst: Du willst ja auch nicht sofort mit denen in Urlaub fahren oder Stunden mit ihnen verbringen. Also gib ihnen erst mal eine Chance, dich wirklich kennenzulernen und lass sie entscheiden, wie sie mit dir in Kontakt bleiben können. Also gib ihnen eine Chance, dass sie das machen können. Und dann aber auch, weil du dich für ein Angebot entschieden hast und das klar und deutlich formulierst, wohin dieses Angebot führt, zu

welchem Ergebnis das führt. Verkaufe das so lange, bis du ausgebucht bist, was immer das heißt. Für mich waren das 20 1:1-Kunden. Das hieß für mich ausgebucht, weil ich von meinen Coaches in den USA das gelernt habe. Und für mich hatte das Sinn gemacht, dass ich dachte so, Ja, wenn ich die Hälfte der Woche Coachings gebe - dann war ich noch Expertin in zwei anderen Gruppen-Programmen und hatte noch meine zwei Gruppen. Da war ich schon verdammt gut ausgelastet, aber ich wollte das erreichen. Ich würde dir empfehlen, nur maximal 20 Stunden 1:1 zu coachen. Oder wie auch immer. Kann ja auch weniger sein, aber dass du für dich genau weißt: Diese Anzahl von Kundinnen möchte ich aufnehmen. Diese Anzahl von Stunden möchte ich im direkten Kundenkontakt verbringen.

Und dass du eben nicht denkst, dass wenn du dein Angebot veränderst oder wenn du deinen Preis veränderst, dass du dann mehr verkaufst, sondern dass du verstehst, dass das, was du über dein Angebot denkst, relevanter ist als das Angebot an sich. Dadurch, dass du dich beschränkst auf ein Angebot, erlaubst du dir, dein Business so schmal und simpel wie möglich zu halten, dein Marketing ganz klar und zielgerichtet zu gestalten. Und du erlaubst dir, die Mindset-Arbeit zu leisten, die notwendig ist, dass du erkennst, dass nicht das Verändern der Umstände den Unterschied macht, sondern das Verändern deiner Gedanken. Und das ist das größte Geschenk, was du dir damit bietest. Außerdem kannst du Stunden über Stunden mit Aufgaben damit verbringen, die dir keine Kundinnen bringen. Und ja, diese Fehler habe ich auch alle gemacht. Ich habe Branding Workshops gemacht, Farben ausgewählt, gebloggt,

gebloggt, gebloggt und gebloggt. Ich habe an meiner Website rumgeschraubt, Buttons verändert, Farben verändert. Es hat natürlich überhaupt keinen Unterschied gemacht. Bis ich begriffen habe, ich helfe hier gerade niemanden, weder mir, weil ich meine Ziele nicht erreiche, weil ich mich ablenke, weil ich nicht bereit bin, das zu tun, was eigentlich wirklich notwendig ist, weil ich Schiss habe oder weil ich mich noch nicht bereit fühle. Aber es hilft auch nicht meinen potenziellen Kundinnen und Coachees, die von der Arbeit mit mir profitieren könnten. Und bei dir ist es genauso. Wem unterschlägst du die Ergebnisse, die diese Person mit dir erlangen könnte, wenn sie sich entscheiden könnte, mit dir zu arbeiten, weil du dich traust, dich zu zeigen. Weil du dich traust, nicht, fünf Pakete mit jeweils drei Preisen zu offerieren und anzubieten - Was deine Kunden so verwirrt, dass sie keine Entscheidungen treffen, sondern einfach wegklicken und sagen Ich weiß nicht, klingt irgendwie ganz gut, aber ich weiß nicht, welches Paket das Richtige für mich ist. Mach es lieber so, dass sie dich fragen, Okay, Ich habe gesehen, du arbeitest nur über zwölf Wochen. Ich habe den Eindruck, bei mir wird es länger dauern. Können wir auch ein halbes Jahr miteinander arbeiten? Oder auch der umgekehrte Fall. Ich glaube, ich kann schon Punkt 1,2 und drei von deiner Liste. Können wir uns auch nur auf drei, vier und fünf konzentrieren? Oder vier, fünf und sechs? Und dann kannst du das entscheiden, ob du diese Kunden annehmen möchtest oder nicht. Aber zu Beginn ist es wichtig, dass es ganz viele Augenpaare gibt, die auf dich und deine Arbeit gerichtet sind, wo du dich ausprobieren kannst, wo du Erfahrungen sammeln kannst.

Also rede mit Menschen über deine Arbeit und dein Angebot und dazu brauchst du auch keine ausgetüftelte Launch-Strategie oder einen Funnel oder Facebook Ads, oder die coolsten Webinare der Welt. Du kannst natürlich auch gerne Funnel aufsetzen und Webinare machen und auch Ads schalten, aber du wirst damit nicht so viel erreichen zu Beginn, weil du eben noch nicht so viel Erfahrung hast, weil du noch nicht genau weißt, was deine Kundinnen wirklich bewegt und wirklich eine Veränderung in ihnen auslöst. Und wie du zu diesen Angeboten hinführst, da ist ein direktes Gespräch online oder offline, ein direkter Austausch mega wichtig. Ich habe das zum Beispiel gemacht und ich habe das ganz intuitiv gemacht. Das war gar nicht Strategie. Ich wollte nur einfach freisprechen lernen, frei über Mindset sprechen lernen. Und ich habe mir erlaubt, schlecht zu sein, indem ich jede Woche den Mindful Mindset Monday gegeben habe. Wenn du Lust hast, mal schlechte Videos von mir anzuschauen, dann google mal bei YouTube Mindful Mindset Monday. Und da habe ich jede Woche ein Facebook Live Video gegeben, um in Kontakt mit Menschen zu sein und um ihnen zu demonstrieren, was ich weiß und was das verändern kann. Und es war, also du wirst das auch an den Zahlen sehen, bei den YouTube Videos, das haben vielleicht 400 Leute angeguckt und manchmal auch nur 20. Und ich habe auch Hasskommentare dazu gekriegt, aber es war mir alles egal, weil ich konnte mich ausprobieren mit den Themen. Und ich habe irgendwann gemerkt, dass Money Mindset und die Business Themen wirklich die sind, die mich bewegen und dass es auch die Menschen sind, mit denen ich am ehesten arbeiten möchte. Und dann habe ich mich mehr und mehr und mehr darauf fokussiert. Auch produktives Arbeiten, das finde ich auch mega spannend und auch da durch deine eigene Erfahrung verschiebt

sich das. Also, ist es jetzt wirklich ein ganz konkretes Tool, was du vermittelst? Oder ein ganz konkreter Prozess, oder eben nicht. Es darf sich alles unterwegs entwickeln. Es muss nicht schon alles fertig sein, wenn du loslegst. Es kann gar nicht fertig sein, wenn du loslegst, weil du viel zu wenig Erfahrung hast. Wichtig ist, dass du mit ihnen darüber sprichst, was du machst und was das für sie bringen kann. Und da bin ich großer Fan von kostenlosem Content wie diesem Podcast oder was wir auf Social Media auch machen. Dass du im Vorfeld Tipps gibst, Impulse, Mehrwert, die für die Menschen interessant sind, mit denen du gerne arbeiten möchtest. Und diese Menschen dürfen dann entscheiden, ob sie dir folgen wollen, ob sie dir regelmäßig zuhören wollen, ob sie regelmäßig von dir etwas lesen wollen.

Und ich habe, ich glaube zwei Jahre lang jede Woche einen Blogartikel geschrieben und Newsletter geschrieben und haben nie Feedback darauf bekommen. Und ich habe es aber trotzdem gemacht, weil es mir einerseits Spaß gemacht hat und andererseits war ich auch wirklich überzeugt von dieser Strategie. Dass es schon Sinn macht, wenn man einmal pro Woche in der Inbox landet, dass irgendwann jemand sagt Ja, ich würde gerne mit dir arbeiten. Was ich leider versäumt habe und was ich dir aber unbedingt rate ist, dass du ihnen ein Angebot machst und sagst Hey, ich habe noch einen Platz frei im 1:1. Klick auf diesen Link, um ein Kennenlernesgespräch mit mir zu vereinbaren, oder hier findest du mein Angebot. Momentan bin ich ausgebucht, aber im Oktober habe ich wieder einen Platz frei. Meld dich hier, wenn du Interesse hast. Es ist so einfach. Und wie gesagt, ich glaube, weil unsere Gehirne auch gerne Dinge

komplexer machen oder dramatisieren, als sie sein müssten oder dramatischer darstellen, als sie sein müssten, haben wir auch auf diese Idee, dass wenn wir im Außen was ändern oder viele Angebote kreieren, dass wir dann auch mehr Menschen erreichen können. Dass wenn wir ein günstiges und ein mittleres und ein teures Angebot haben, dass sich dann die meisten für das mittlere entscheiden. Aber das wir auch jemandem, der nicht so viel Geld hat, dem möchten wir das auch ermöglichen. Und falls mal dann zufälligerweise jemand kommt, der mehr Geld bezahlen möchte, dann kann er das auch. Aber du führst deine Kunden nicht wirklich. Statt zu sagen, Ich habe mir richtig Gedanken gemacht und ich teste das jetzt erst mal ich. Ich nehme jetzt erst mal, gerade wenn ich starte, ein paar Test-Kunden und biete kostenlos das an, was ich gemacht habe, bis ich mich so selbstbewusst fühle, dass ich auch einen Preis nehmen kann, der angemessen ist für mich und für meine Kundinnen. Im Coaching finde ich zum Beispiel sind es 100 € pro Stunde, da auch zu sagen, das ist eigentlich ein Minimum. Aber auch ein Coach, der noch nie gecoacht hat, dafür finde ich 100 € zu viel. Und schau halt einfach für dich. Wann ist der Zeitpunkt gekommen, Geld zu nehmen? Auch da darfst du dich begrenzen und sagen: Ich mach das mit zehn Kundinnen, da arbeite ich mal vier Wochen kostenlos und dann mache ich ihnen ein Angebot zum super fairen Preis. Und was das für dich heißt, kannst du festlegen. Aber fokussiere dich wirklich auf das Wesentliche. Übe so lange, bis die erste Person sagt Ja, ich möchte mit dir arbeiten. Ja, zahle ich gerne. Und dann machst du so lange weiter, bis du so viel Nachfrage hast, dass du dir überlegen kannst, was dann der nächste Schritt ist. Macht es dann Sinn, den Preis zu erhöhen als Filter, um die Nachfrage etwas zu drosseln? Macht es dann Sinn, wenn du ständig ausverkauft bist

im 1:1 und auch im Preis nicht hochgehen möchtest, dass du dann schaust, dass es Sinn macht, eine Gruppe anzubieten. Aber frag dich heute: Was ist der Schritt, den du gehen kannst, dass mehr Menschen wissen, was du tust? Und wo kannst du dein Business noch simpler machen? Wir schauen ja immer darauf: Was kann ich alles tun? Was muss ich noch alles machen? Wo muss ich noch mehr machen? Aber frag dich mal was kannst du alles weglassen? Was brauchst du alles nicht? Was bringt dir eigentlich gar nicht das, was du gerade, wo du gerade deinen Fokus drauf legst? Oder hast du überhaupt einen Fokus? Falls nicht, was sollte denn dein Fokus sein? Wo wäre es sinnvoll, dass du deine Aufmerksamkeit darauf kanalisierst? Selbst wenn es dir nicht gefällt oder selbst wenn es dir schwerfällt, diesen Weg zu gehen, wenn du weißt, dass das etwas ist, was dir dann das Ziel erreicht. (Das war grammatikalisch falsch). Wenn du weißt, dass es das ist, was dich dahin führt, wo du hin willst, sagen wir mal zu einem bestimmten Umsatz, zu einem bestimmten, einer bestimmten Kontinuität in der Nachfrage. Das ist ja das, was du willst. Du willst ja, du willst ja Menschen erreichen. Du willst ja, dass deine Arbeit einen Sinn hat. Du willst ja, dass du was bewirkt. Du willst Menschen unterstützen. Und natürlich willst du auch Geld verdienen. Was die meisten aber machen ist, dass sie losgehen und die Verantwortung übertragen auf ihre Kunden und sagen: Naja, du buchst ja nicht, du siehst ja nicht, wie viel Wert ich biete. Du siehst ja nicht, wo du hier eine Riesenauswahl hast. Du entscheidest dich ja nicht für ein Angebot.

Aber da schau mal, was du verändern kannst, wie du es dir und deinen Kunden leichter machst, indem du dich beschränkst, indem du dich wirklich fragst, was du anders machen kannst, was du simpler machen kannst. Und wann und wo könntest du noch öfter mit Menschen darüber sprechen, was du beruflich machst? Vor allem mit Menschen, die dich noch nicht kennen. Wo könntest du auch jemanden bitten, mal über dich zu sprechen oder dich als Gast Blogger, als Gast in den Podcast, als Gast auf einer Summit einzuladen? Leg heute damit los. Wir hören uns nächste Woche.

Wenn dir dieser Podcast gefällt, willst du meine Mindset Impulse als Newsletter nicht verpassen. Wenn du dich unter <https://julia-lakaemper.com/newsletter> anmeldest, bekommst du Tipps dazu, wie dein Mindset deinen Kontostand beeinflusst, wie du deinem Gehirn ein Update verpasst, damit der Umgang mit Geld für dich entspannter wird –und was genau Brückengedanken sind und wie du sie für dich nutzen kannst. Du bekommst jede Woche frische Mindset Tipps, um aus deinen Gewohnheiten auszubrechen und dir bewusst und aktiv ein Leben mit weniger Stress und mehr Geld aufzubauen.