

## DER MINDSET PODCAST MIT JULIA LAKAEMPER

### TRANSKRIPT FOLGE 20:

### WAS DEINE KUND:INNEN VON DIR HÖREN WOLLEN



MIT JULIA LAKAEMPER

*Du hörst den Mindset Podcast mit Julia Lakaemper - Folge 20.*

*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.*

*Also, eine Entwicklung, die ich bei mir wirklich bemerke, eine Mindset Entwicklung, ist, dass ich wirklich, wirklich, wirklich glaube, dass ich meinen Kundinnen helfen kann, auch wenn sie vielleicht in dem Moment noch nicht die Erfolge einfahren, die ich für sie für möglich halte und auch die sie für sich für möglich halten. Und dann machen wir uns gemeinsam auf den Weg, herauszufinden, wo denn der Hase im Pfeffer liegt, weil das kann ich manchmal ganz genau sehen. Und manchmal müssen wir aber wirklich gemeinsam suchen und schauen, was ist die*

*Vermutung der Kundinnen? Wo sehe ich Ansätze, woran es liegen könnte? Und das debattieren wir dann, weil das ist auch was, was ich gelernt habe, einfach nur Vermutungen aufzustellen und steile Behauptungen aufzustellen, woran es liegt, ist auch nicht immer hilfreich für die Kundinnen. Aber ganz wichtig ist, dass du natürlich willst durch deine eigenen Überzeugungen, dass auch deine Kundinnen denken, dass du ihnen helfen kannst. Das ist natürlich ein ganz, ganz wesentlicher Punkt. Aber das klappt halt nur, wenn du selber glaubst, dass du ihnen helfen kannst und wenn du auch - Obwohl du musst wahrscheinlich keine Beweise haben ganz zu Beginn. Aber es fällt dir natürlich leichter, das selbst zu glauben, wenn du Beweise hast. Was ich damit sagen will, ist, dass du schon Kundinnen hast, die den Prozess durchlaufen sind, den du anbietest, oder die Schritte, die du gehst. Und das, der Prozess kann auch noch einfach sein: Wir schauen, wo du stehst, wir machen einen Plan, wir setzen den Plan um und dann kommst du auf, gehst auf dein Ziel zu. Das muss jetzt gar nichts kompliziertes sein, aber diese eigenen Überzeugungen, die du hast, die sind natürlich total wichtig, um, um überhaupt den Gedanken auslösen zu können, was deine Kundinnen von dir denken und dass sie denken, sie kann mir helfen und dann musst du natürlich auch delivern können. Also du musst das natürlich auch erfüllen können, was du versprichst. Gar nicht so sehr, dass du selbst die Probleme löst deiner Kundinnen, die sie haben oder die Herausforderung für sie löst, sondern dass du ihnen dabei helfen kannst, auf den richtigen Weg zu kommen. Dass du ihnen dabei helfen kannst, zu erkennen, woran es liegen kann. Weil ehrlich gesagt, die Weisheit liegt in der Person selbst, die du da gerade interviewst oder die du da gerade bewirbst - was ist das richtige Wort - berätst. Die meisten von euch beraten. Oder*

*coachen. Und selbst wenn du ein Produkt verkaufst, kannst du, da musst du ja auch erst mal herausfinden: Was sucht denn die Kundin überhaupt? Was, was möchte der Kunde denn überhaupt haben? Welches Ziel möchte diese Person erreichen? Und dann kannst du eine Empfehlung aussprechen. Das ist ganz, ganz ähnlich. Und so kannst du dadurch, dass du den Gedanken hast, Ich kann meinen Kundinnen helfen, kannst du den Gedanken, Sie kann mir helfen, Er kann mir helfen, in ihren Köpfen auslösen. Also ich merke, ich steh voll dahinter. Ich weiß, dass die Money Flow Academy funktioniert. Ich weiß, dass die Mastermind funktioniert. Ich weiß sogar, dass all die kostenlosen Angebote wie die Money Mindset Week und die Business Mindset Week und die Webinare, die ich gebe, und die Freebies, die ich habe und alles, was wir sonst so einfach kostenlos raushauen, dass das auch funktioniert und dass das auch hilft. Und ich weiß, dass es für alle das richtige Publikum gibt, dass es für alle Interessent:innen gibt, für alles Interessentinnen gibt, die, sagen wir mal noch, vielleicht noch nicht bereit sind zu investieren oder die noch nicht so viel Zeit, Geld oder Energie aufbringen wollen, in ihre Veränderung zu stecken oder die das Geld vielleicht wirklich nicht haben oder die die Zeit gerade nicht haben oder die das emotional auch gerade nicht halten könnten so tief in der Thematik einzusteigen. Das ist völlig okay.*

*Also. Okay. Also ja, sorry, ich habe gerade eine Nachricht erhalten von von einem Coach, die irgendwie einer der Coaches ist und sie hat komplett unsere unseren Call verpennt und es kam gerade eine E Mail rein, dass sie an ihrem Schreibtisch saß und einfach die Erinnerung nicht gesehen hat. Und ich schreibe das alles so in Großbuchstaben und sagt*

*Schreie ich gerade? Ja, ich schreie mich gerade selbst an. Total süß. Also wir werden noch zu unserem Call kommen, auch da, ich weiß, dass sie mir helfen kann. Und ich konnte mir aber durch die Vorbereitung auf das Coaching, was ich jetzt eigentlich mit ihr ja hätte haben sollen, schon selber helfen. Und ich akzeptiere natürlich ihre Entschuldigung und ihren ihre lustige Art und Weise, wie sie jetzt damit umgeht und finde das völlig angemessen und freue mich sehr auf die Alternativen, die sie mir jetzt anbietet. Auch da. Du musst nicht perfekt sein, um helfen zu können. Sie hat mir auch ohne dass sie in den Call gekommen ist, schlicht und einfach, dass ich mich vorbereitet habe auf unseren Call und wie auch ich damit umgegangen bin. Dass ich ihr dann geschrieben habe und gesagt habe so, hey, ist alles in Ordnung? Weil wir waren nämlich verabredet und irgendwie klappt das nicht. Ich glaube, ich hoffe, bei dir ist alles in Ordnung. . Das, auch da, ich habe jetzt keinen Groll. Ich habe meine Zeit anders genutzt. Ich mache jetzt eine Podcast-Einleitung. Alles okay. Und ich weiß, sie kann mir helfen. Ich weiß, sie ist ein großartiger Coach. Und ich kann vielleicht sogar, weil ich heute im Prinzip in der Vorbereitung auf den Call schon auf meine eigene Lösung gekommen bin, und diese Coaching-Herausforderung oder dieses Problem in Anführungsstrichen, was ich da in den Call bringen wollte, eigentlich schon längst gelöst hab, kann ich, habe sehe ich jetzt sogar eine Chance das in nem Call zu einer anderen Zeit ich nochmal auf ein anderes Thema stoße und viel mehr da rausholen kann als zu dem Call, wenn er heute stattgefunden hätte. Also, dann sind wir wieder bei meiner Affirmation, die ich schon mal mit dir geteilt habe und bestimmt auch nochmal teilen werde, dass alles immer für mich passiert, was passiert und dass es zu meinem Wohl und zum Besten aller entsteht. Es klingt immer so, als würden jetzt die Engel*

*anfangen zu singen, aber mir hilft es total und ich werde jetzt das Podcaststudio verlassen, einen Spaziergang nach Hause machen und dann noch ein paar Kleinigkeiten wegarbeiten, abarbeiten und dann ein den Feierabend einleiten. Obwohl, ich habe, heute Abend habe ich noch einen Coaching Call, wo ich gecoacht werde oder die Gruppe gecoacht wird. Vielleicht lasse ich mich auch coachen. Wir werden sehen. Also, ich wünsche euch viel Spaß mit dieser Folge: Was deine Kund:innen von dir hören wollen. Und ich freue mich sehr auf dein Feedback. Poste einen Kommentar auf Instagram oder schreib uns an [support@julia-lakaemper.com](mailto:support@julia-lakaemper.com) und ich freue mich sehr, was du von der Folge hältst. Lass es dir gut gehen.*

*Also, das wird eine schnelle Runde heute mit uns. Was deine Kunden von dir hören wollen. Ist eigentlich eine ganz, ganz simple Geschichte. Nämlich: Ich kann dir helfen. Ich kann dich dabei unterstützen, dass das, was du brauchst oder was du dir wünschst, auch wirklich erreichst. Die Frage ist aber: Glaubst du das denn schon? Denn erst darf sich dein Mindset über dich verändern, damit sich deine Fans und Follower dann auch an deinen Überzeugungen anlehnen können und sich im Prinzip anschmiegen können an an der Stärke, die du vermittelst und an der Überzeugungskraft, die du mitbringst, weil du dich selber davon überzeugt hast, dass es tatsächlich so ist. Und das ist vielleicht, wenn du loslegst, gar nicht so leicht, weil du noch gar nicht so sicher bist, ob du wirklich so gut bist. Das ist ja einer der am weitesten verbreitetsten Glaubenssätze ist: Ich bin nicht gut genug. Und ich nenne den gerne ein Totschlagargument des Gehirns. Weil was willst du dann noch sagen?*

*Wenn die Karte gezückt wird oder wenn, es ist wie beim wie Schachmatt. Okay, gut, na dann. Wenn ich das wirklich glaube, dass ich nicht gut genug bin. Dann hast du ja eh keine Chance. Aber, es stimmt ja nicht. Es ist nur eine Behauptung des Gehirns, dass es auch in der Regel nicht wirklich messbar macht. Warum du vermeintlich nicht gut genug bist. Was nämlich ganz oft passiert, ist, dass du, gerade wenn du in den Vergleich gehst mit anderen, dass du deine schlimmsten Zeiten oder Herausforderungen, deine größten Herausforderungen, deine, deine stärksten Auseinandersetzungen mit dir, innerlich emotional, deine größten Krisen, mit der Fassade von jemand anderem vergleichst. Und dann erkennst: Naja, diese Person kann es ja nur leichter haben als ich, die kann ja nur viel besser sein als ich, die offensichtlich kann sie ja andern sehr viel mehr helfen als ich. Sie hat ja viel mehr Erfahrung als ich. Aber vielleicht ist die Person auch einfach nur ein bisschen früher losgegangen als du und hat andere Erfahrungen gesammelt. Vielleicht hat sie ganz andere große Herausforderungen erlebt, die ihr dabei geholfen haben, den steinigen Weg zu gehen, auf dem du gerade unterwegs bist. Es klingt irgendwie immer so, als wäre die der Aufbau einer Selbstständigkeit eine Tortur. Ist es gar nicht. Aber es ist auch nicht so, dass du nur einen Laptop und einen Strand brauchst und dann bist du schon digitale Nomade und übermorgen Millionär. Natürlich nicht. Aber was deine Kunden von dir hören wollen, sind nicht deine Zweifel. Ich will damit nicht sagen, dass du keine Zweifel haben darfst. Im Gegenteil, da geht es ja auch darum, dass du reflektiert bist und schaust, welche Sorgen, Ängste und Zweifel dich begleiten. Du darfst weiter Mensch bleiben. Auf jeden Fall. Aber deine Kunden wollen Gewissheit haben. Sie wollen dir vertrauen. Sie wollen sich gerne für dich entscheiden, sonst*

würden sie dir nicht folgen. Sie haben ja die Wahl. Sie können wegklicken, Sie können unfollowen, sie können unsubscribe. Es gibt so viele Möglichkeiten, nicht mehr dabei zu sein, aber wenn sie, wenn sie dir folgen, dann sehen sie ja etwas in dir. Und sie möchten, dass du das auch in dir siehst. Und sie möchten auch, dass du ihnen zeigst, dass du ihnen etwas vermitteln kannst, was sie sich wünschen. Und dazu möchte ich dich einladen, dass du dich auf den Weg machst und schaust: Tue ich das denn eigentlich? Bin ich denn reflektiert mit mir selber? Und, schaue ich auch darauf, was ich über meine Kunden denke. Oder denke ich vielleicht Naja, die haben eh kein Geld oder die sind nicht bereit an sich zu arbeiten oder die verstehen einfach nicht, was ich mache. Das wollen deine Kundinnen nicht von dir hören. Was sie von dir hören wollen ist: Ich glaube an dich. Du kannst das. Du schaffst das. Und du musst es aber auch wirklich glauben. Es reicht nicht, wenn das eine Plattitüde ist - Das riechen sie aus 100 Meter Entfernung - sondern es geht wirklich darum, auch nicht, dass du dich dahin coachst, um es zu glauben, damit du mehr verkaufen kannst, sondern damit du natürlich auch deinen Kunden die Ergebnisse lieferst, die, die sie haben wollen. Und dass nicht dein Gehirn dazwischengrätscht und sagt: Nee, das geht so nicht. Du kannst doch nicht an deine Kunden glauben. Doch, doch, das kannst du. Du kannst im Prinzip auch in die Köpfe deiner Kundinnen hineinspringen und dir überlegen: Was würdest du denn an ihrer Stelle in einem Kennenlerngespräch hören wollen? Oder was wäre dein Grund, zu deinem Angebot Nein zu sagen? So wie du es momentan präsentierst? Oder was wären deine Gründe, was wären deine Gründe zu dir als Expertin und zu deinem Angebot Ja zu sagen? Wo sehen sie wirklich eine Kontinuität? Eine Basis, ein Vertrauen, was sie dir entgegenbringen

*können? Weil du zum Beispiel regelmäßig in Erscheinung trittst oder wirklich hältst, was du versprichst. Das heißt nicht, dass du nicht auch mal einen Termin nicht einhalten kannst, insofern, dass du dich ruhig auch mal überschätzen darfst oder dass Herausforderungen auftreten können, aber dass du in der Regel wirklich dafür einstehest, was du versprichst, dass du das hältst, was du versprichst. Dir gegenüber. Das schafft Selbstvertrauen. Im umgekehrten Sinn schafft es Enttäuschung oder Misstrauen. Nicht nur bei dir selbst, sondern auch bei deinen Kunden. Und sie werden sich nur für dich entscheiden, wenn sie dir vertrauen. Wenn sie glauben, dass du die richtige Person bist, um sie zu begleiten. Um ihr Problem zu lösen, um ein bestimmtes Produkt zu kaufen, was Ihnen Spaß macht. Letztlich soll ja in Ihrem Kopf der Gedanke entstehen: Das will ich haben, oder: Das will ich machen, oder: Sie ist genau die richtige Person für mich, oder: Dieses Angebot ist genau das Angebot, was ich durchlaufen möchte, was ich haben möchte. Nicht nur, um mit dir in deiner Nähe zu sein, von dir zu lernen. Im Prinzip auch, sich in deiner Energie aufzuhalten, dich mit dir zu umgeben. Sondern natürlich auch um das zu kreieren, die Ergebnisse zu kreieren, die du versprichst. Gesünder zu sein, die die perfekte oder die liebevolle Beziehung zu führen, die die Kinder gut zu erziehen, mich besser zu ernähren. Meine Wohnung schöner einzurichten, noch ordentlicher zu sein oder was es auch immer ist, was du als Ergebnis versprichst, mehr Geld zu verdienen. Bücher publizieren, Webseiten erstellen. Ganz egal, was es ist. Deine Kunden wollen von dir hören: Ich bin die richtige Person an deiner Seite. Und, bevor sie dir das abnehmen, darfst du das wirklich selber glauben.*

*Das heißt, das ist jetzt für dich ein Ansatz zu schauen, wo glaube ich das noch nicht und wo unterstelle ich auch meinen Kunden bestimmte Dinge. Also, wo, wo machst du deinen Kunden vielleicht stille Vorwürfe, weil sie sich nicht so verhalten, wie du das gerne hättest. Und es kann was ganz simples sein, dass du einfach gerne mehr Newsletter-Leser hättest und dich ärgerst, wenn sich jemand abmeldet. Oder wenn deine Follower auf Social Media sinken oder nicht steigen oder die Anzahl der Anmeldungen für dein Webinar nicht so hoch sind, wie du sie gerne hättest. Das führt allerdings dann zu verurteilenden Gedanken bei dir über deine Kunden. Und das wollen deine Kunden nicht hören. Also, selbst wenn du das nicht laut aussprichst, wenn du in dieser Überzeugung bist, spüren Sie das. Ich kann dir leider nicht erklären, wie das geht. Ich kann dir das nur erklären, wenn sich zwei Menschen gegenüber sitzen. Da, da kreuzen sich die Energiefelder und die Spiegelneuronen kommunizieren miteinander. Warum das auch auf die Entfernung funktioniert, kann ich dir leider nicht erklären. Vielleicht haben wir irgendwann mal einen Neurowissenschaftler oder Soziologen oder was das auch immer dazu braucht, um das aufzudröseln. Aber ich sage dir: Wenn du dir einen Moment Zeit nimmst, mal wirklich darüber nachzudenken, was du über deine aktuellen Kunden, über deine potenziellen Kunden und auch deine zukünftigen Kund:innen denkst. Wenn du das in eine Richtung lenkst, die hilfreicher ist, die unterstützender ist, die im Prinzip liebevoller ist - Dann werden dir das deine Kunden spiegeln und zeigen. Vielleicht nicht unmittelbar. Es braucht dann noch einen Moment. Aber es lohnt sich, das auszuprobieren. Also achte mal darauf, wie du über deine Leser, Hörer,*

*Fans und Follower und auch bestehende Kunden urteilst. Und sei ehrlich zu dir. Wo ärgerst du dich über deine Kunden? Wo denkst du vielleicht, wenn jemand in ein Kennenlerngespräch kommt, und die Person ist vielleicht ein paar Minuten zu spät oder verhält sich auf irgendeine Art und Weise nicht so, wie du es gerne hättest oder wie du es erwartet hast. Wenn dann der Gedanke kommt, der kauft ja eh nicht. Ach nee, das wird nichts. Ah, die hat ja gar kein Geld. Er hat, ja hat er doch nicht so viel Zeit, wie er gesagt hat. Das sind alles Gedanken, die nicht was, was Übles anziehen oder was, natürlich kannst du auch mit dem Gedanken Kunden gewinnen, aber letztlich ist es eine Riesenchance, diese Hürden für dich aus dem Weg zu räumen. Diese mentalen, ja, Stolpersteine im Prinzip aus dem Weg zu räumen. Weil dann Deine Kundinnen müssen sich nicht so verhalten, wie du dir das wünschst. Die müssen sich nicht für deinen Newsletter oder Webinare anmelden. Sie müssen auch deine Angebote nicht kaufen. Es ist deine Aufgabe, deine kostenlosen oder auch kostenpflichtigen Angebote so interessant zu beschreiben und selbst so überzeugt zu sein davon, dass sie dir folgen wollen. Und auch wenn das schwer ist, zu akzeptieren und du denkst: Ich mach doch schon alles. Ich mache doch schon so viel. Was soll ich denn noch alles tun? Mach das. Macht nicht mehr. Poste nicht mehr oder mach nicht noch mehr Folgen oder Podcastfolgen. Oder schreib noch mehr Blogs oder schreib noch mehr Emails, sondern: Konzentriere dich nur auf deine Gedanken, auf alles das, was sie bisher noch nicht bewusst war in Bezug auf deine Kunden, sodass sie im Prinzip nicht wirklich hören, was du sagst, sondern spüren, was du sagen willst. Dass deine Überzeugungen in deinem Servicegedanken zu sehen sind oder in dem Wert, den du kreierst.*

*Und wie gesagt, es geht nicht um Quantität. Du musst nicht dich noch mehr zeigen und noch mehr posten und noch mehr machen. Es geht darum, die Qualität deiner Gedanken und die die Qualität, in Führungsstrichen, deiner Energie, zu erhöhen. Weil du mehr im Sinne deiner Kunden agierst, nicht, damit sie das tun, was du von ihnen erwartest oder was du gerne von ihnen dir wünschst. Denn letztlich ist es ja auch Feedback. Wenn Sie sich nicht so verhalten, wie du das gerne hättest, wenn sich niemand für dein Webinar anmeldet oder deinen Newsletter, dann gibt es, kann es viele Gründe dafür geben. Es ist nicht aufzufinden. Niemand weiß, dass es das gibt. Niemand weiß, warum es sich lohnt, dir dafür deine E-Mail zu geben. Das darfst du ihnen erklären. Das wollen sie von dir hören. Warum lohnt es sich für mich, mich für deinen Newsletter anzumelden? Warum lohnt es sich für mich, mich für dein Webinar anzumelden? Welchen Wert habe ich davon? Was bekomme ich dafür? Für meine Aufmerksamkeit, für meine Emailadresse, für, dafür, dass ich meine Tür öffne in meine Inbox als Kunde? Nur weil es kostenlos ist. Das ist kein Argument. Und inzwischen werden wir so überflutet, auch mit so vielen kostenlosen Inhalten. Natürlich muss die Qualität dieser Inhalte stimmen. Aber das würde ich jetzt bei dir einfach mal voraussetzen, dass du dir da Gedanken gemacht hast. Ich kann mir sehr gut vorstellen, dass du dir über deine Gedanken, über deine kostenlosen Angebote oder auch deine bezahlten Angebote oder auch deine Kunden und natürlich auch über dich, über die Selbstständigkeit in diesen Zeiten, über deine Kollegen und Mitbewerber. All das ist relevant. Und all das kannst du mal mehr hochholen, damit du verstehst, was du verbalisierst,*

*dein Kunden gegenüber und was du aber auch nicht sagst und was trotzdem bei ihnen ankommt durch fehlende unterstützende Überzeugungen, oder durch limitierende Gedanken. Auch wenn sich jemand von deinem Newsletter abmeldet, heißt das nicht, dass diese Person deine Arbeit nicht wertschätzt. Sie wollen einfach nur nicht X mal pro Woche oder x mal im Monat von dir hören weil er, weil er für sie nicht wertvoll genug ist. Der Newsletter ist aus ihrer Sicht nicht wertvoll genug, um in ihrer Inbox zu landen. Du musst jetzt deinen Newsletter nicht ändern, um diese Person zu gewinnen. Du kannst sie einfach ziehen lassen. Aber überleg dir: Was denkst du über die Menschen, die sich abmelden? Was denkst du über die Anzahl deiner Newsletterabonnenten? Was denkst du über die Anzahl deiner Kunden? Was denkst du über deinen Umsatz? Und wo gibst du Verantwortung an deine Kunden ab? Was deine Kunden von dir hören wollen, ist, dass sie für sich entscheiden können, dass sie die richtige Zielgruppe sind, dass sie bei dir richtig sind. Dass sie ganz klar nach eine eine Entscheidung treffen können und ganz klar sehen: Ja, das interessiert mich hier. Hier möchte ich bleiben. Oder auch: Nein, das interessiert mich nicht. Und dann können Sie sich gerne umorientieren. Aber richte keine stillen Vorwürfe an deine Kundinnen, weil sie noch nicht das machen, was du willst. Trau ihnen zu, dass sie entscheiden können, was sie brauchen. Und glaub auch daran, dass es genug Menschen gibt, die mit dir arbeiten wollen. Auch wenn sie das noch nicht vermittelt haben. Wenn sie dir das noch nicht kommuniziert haben, indem sie bei dir gebucht haben. Vielleicht funktioniert dein Link nicht für deine Kennenlerngespräche. Vielleicht trauen sie sich nicht, dir eine Email zu schreiben oder eine Direktnachricht auf Social Media. Vielleicht ist Ihnen gar nicht klar, wie sie mit dir arbeiten können. Auch*

*das wollen sie von dir hören, dass du immer wieder den nächsten Schritt beschreibst und sagst wenn du, wenn du hier klickst, passiert das. Wenn du mit mir arbeiten möchtest, sind diese drei Schritte notwendig, um mit mir arbeiten zu können. Und sie dürfen die Entscheidung treffen, ob sie das möchten. Es ist ja genau wie in Freundschaften. Du willst ja gar keine lauwarme Beziehung haben, sondern du möchtest ja, dass beide Seiten sagen: Mit dir will ich Zeit verbringen, deine Posts will ich lesen. Dein Angebot finde ich so großartig, dass ich darauf hin spare und mich einen Keks freue, wenn ich dabei sein kann und dein nächster Launch ist und ich mich endlich anmelden kann. Ich freu mich schon drauf, dass es losgeht. Ich bin total aus dem Häuschen, dass ich mit dir im 1:1 arbeiten kann. Das möchtest du, dass deine Kunden so über dich denken? Und du darfst natürlich erst mal diese Gedanken auch hegen und für dich schauen: Wie fühlst du dich denn, wenn du davon überzeugt bist, dass du mit deinen Kunden Zeit verbringen willst? Dass du dir Zeit nehmen willst. Dass sie dir nicht lästig sind. Dass du nicht gerade eigentlich total erschöpft bist und Erholung brauchst, sondern wirklich sagst: Das ist das Allerschönste, dass ich jetzt mit dir arbeiten kann. Das heißt nicht, dass du nicht auch andere Dinge in deinem Leben wertschätzt und gerne machst. Aber fokussiere dich wirklich auf diese Kunden, die das über dich denken und vermittele ihnen das. Das wollen deine Kunden von dir hören. Dass du gerne mit ihnen arbeitest. Du willst sie erfolgreich sehen, was das auch immer heißt, je nachdem, was du anbietest und was du machst. Und es ist wirklich wichtig und hilfreich, dir diese Gedanken zu machen. Dir diese unbewussten Gedanken über deine Kunden hoch zu holen. Aber es kostet dich viel Geld, wenn du da nicht dran arbeitest. Das kostet dich nicht nur viel Geld, sondern auch viel Energie und Zeit und Frust und*

*Enttäuschung. Dabei kannst du Einfluss darauf nehmen. Du kannst für dich sagen, Okay, was möchte ich denn gerne, was meine Kunden von mir hören? Wie kann ich ihnen das vermitteln? Wie kann ich ihnen vermitteln, dass ich mehr an sie glaube als sie selbst? Und wie kannst du das auch tun, auf eine überzeugende Art und Weise, dass es wirklich authentisch ist? Dass du es wirklich, wirklich willst. Das ist ja letztlich der Sinn dessen, was du tust. Nur leider geht das im Tagesgeschäft oft unter. Deshalb heute dieser Appell: Schau mal wirklich, ob dir bewusst ist, was deine Kunden von dir hören wollen. Möchtest du auch das sagen, was sie von dir hören wollen? Bist du wirklich gerade bereit zu sagen: Ich öffne meine Türen? Ich mache Platz für dich. Ich möchte Zeit mit dir verbringen. Ich möchte nicht nur dein Geld. Ich möchte auch wirklich mit dir gemeinsam arbeiten. Es macht einen Unterschied. Und es ist auch völlig okay, wenn du mal eine Phase hast, wo du gerne nur das Geld hättest. Aber dann kannst du auch über dich schmunzeln und sagen so, ja, okay, das ist ja auch wieder typisch, dass mein Gehirn mir sagt, dass es das ich es gerne noch leichter haben möchte. Ich möchte es eigentlich nur geschenkt bekommen. Und dann stimmt es ja auch nicht wirklich, dass du nur das Geld haben willst, sondern du willst ja auch wirklich die Ergebnisse erschaffen und willst ja auch wirklich helfen und unterstützen. Oder Spaß, Spaß schaffen, was auch immer du genau machst. Schau mal genau dahin. Und wie kannst du vermitteln, dass du in Übereinstimmung mit diesem Wunsch bist, deinen Kunden wirklich zu helfen, sie wirklich zu unterstützen, sodass das auch bei ihnen ankommt. Natürlich kannst du das nicht kontrollieren. Deine Kunden denken und fühlen, was sie wollen und das ist auch gut so, wir wollen ja niemanden manipulieren. Aber es geht darum, Bewusstsein zu schaffen. Was sage ich hier wirklich aus? Ist*

*meine Kommunikation wirklich klar, beginnend bei meinen eigenen Gedanken, bei meinen Gefühlen und dann auch über meine Worte, ob geschrieben, gesprochen, oder sonst wie übermittelt. Ich bin gespannt, was du dazu sagst. Lass es dir gut gehen. Hab ne wunderschöne Woche. Bis dann.*

*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.*