

DER MINDSET PODCAST MIT JULIA LAKAEMPER

TRANSKRIPT FOLGE 84:

Was ist eigentlich Mehrwert?



Du hörst den Mindset Podcast mit Julia Lakaemper - Folge 84 .

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, dass du wirklich leben willst. Ich bin deine Gastgeberin, zertifizierte Mindset und Business Coach Julia Lakaemper.

Nimm dir Zeit für dein Business

Hallo, herzlich willkommen! Ich finde es so spannend, dass seit einigen Tagen, Wochen bemerke ich, also jetzt noch viel stärker, wie sich so langsam der Frühling ankündigt. Die Vögel zwitschern morgens, es ist viel schneller hell morgens, es ist abends länger hell. Ich freue mich schon. Wir haben es bald geschafft. Das war einer der Winter, den ich

komplett ohne Flucht in die Sonne verbracht habe, obwohl ich echt sehr verführerische Einladung hatte in die unterschiedlichsten sonnigen Regionen, und es war aber total wichtig, mal eine Weile hier in Berlin zu sein und bestimmte Themen voranzutreiben und Projekte zu beenden oder auch private Themen einfach mal zu Ende zu bringen, die ein bisschen Zeit in Berlin erfordern und ja einfach ein bisschen Ruhe ins Leben reinbringen. Ich bin ja gerne viel unterwegs und manchmal halt nicht, und jetzt juckt es mir aber auch in den Fingern so langsam. Jetzt kanns wieder losgehen. Ich habe auch die ersten Reisen wieder geplant: Antwerpen steht vor der Tür zu einer privaten kleinen Mastermind-Runde, die ich geplant habe. Da freue ich mich schon sehr darauf. Da war ich nämlich noch nie. Und das habe ich noch, ich hab's noch nicht fest entschieden, aber ich werde doch zu meinem Coach nach Washington, D.C., fliegen. Was soll der Geiz? Ich habe nämlich eine Sache gelernt. Das habe ich einerseits nochmal bei, bei meinem Mastermind-Event erlebt. Da bin ich ja die Anbietende und führe die Gruppe durch das Programm und helfe den Teilnehmerinnen dabei halt sich Zeit zu nehmen für ihr Business. Und üblicherweise bin ich dann halt losgeflogen, um mir wirklich ganz exklusiv Zeit für mein Business zu nehmen. Und das hab ich dieses Jahr nicht gemacht. Das war auch okay so. Und ich merke aber, jetzt fehlt mir das gerade. Und gar nicht so sehr, dass ich bestimmte Entscheidungen nicht getroffen habe, aber einfach alleine diese Tatsache, mich mehrere Tage lang mal ganz, ganz anders mit mir, mit meinem Business, mit, mit, mit den Themen auseinanderzusetzen. Das ist einfach anders, wenn man das zu Hause an seinem Schreibtisch macht und mal zwischendurch noch ganz viele

andere Dinge erledigt oder ganz, ganz normale operative Themen mit abhakt und im Business ackert und aktiv ist. Oder wenn man sich halt wirklich diese wunderbare Blase schafft, und das mache ich halt mit ein paar Business-Freundinnen, dass wir uns an schönen Orten treffen und uns da wirklich in dieser Bubble gemütlich machen und uns gegenseitig coachen und also wirklich auch richtig schön businessmäßig, mit einer Agenda, mit Themen, mit klaren Plänen, mit unterschiedlichen Expertisen, die wir uns dann, die wir mitbringen, unterstützen, uns da die Zeit zu nehmen. Und dann ist es nochmal was anderes, wenn es halt auch eine offizielle Mastermind ist, wo jemand nochmal ganz anders darauf eingeht auf die Themen und vielleicht auch bestimmte Dinge lehrt oder dich, dir Möglichkeiten eröffnet, neue Denkmöglichkeiten eröffnet, neue, neue Themen präsentiert und vor allem aber auch dich anleitet, nochmal mit, ganz anders in die Reflexion zu gehen, in die eigene Reflexion zu gehen, sich zu bestimmten Themen coachen zu lassen. Also ja, hätte ich nicht gedacht, dass das so schnell, also quasi drei Wochen später wie auf der Matte steht, und ich sage so: "Okay, nee, ich muss das jetzt doch noch machen." Und glücklicherweise ist jetzt im April ein Termin, den ich nutzen kann, und das werde ich machen. Da freue ich mich schon sehr darauf, und dann schauen wir mal, was das Jahr noch so bringt. Es ist noch eine Wanderung geplant durch Italien. Das ist noch nicht gebucht, deshalb verrate ich euch das noch nicht. Das mache ich später. Das würde mich an einen Ort führen, der, wo ich direkt nach meinem Abi war. Also, es gibt so, so schöne Full Circle-Momente im Leben, und vielleicht wäre das auch nochmal einer, den ich mir erschaffe. Mal schauen.

Investiere in deinen Mehrwert-Sparplan

So, heute jetzt mal ein harter Cut zu dem Thema, warum wir eigentlich hier sind. Ich möchte über das Thema Mehrwert sprechen und was das eigentlich ist, weil es, so oft wird ja im Online-Business-Kontext oder auch auch im Online-Marketing-Kontext gesagt: "Ja, du musst, du musst Mehrwert teilen. Du musst Mehrwert teilen. Du musst Mehrwert teilen." Aber was heißt das denn eigentlich?

Und ich verstehe Mehrwert halt so, dass du im Prinzip das wie ein Konto siehst, auf dass du einzahlst. Das heißt, es gibt sowas wie ein Mehrwert-Konto, und du legst einen Mehrwert-Sparplan an. Das heißt, du kreierst Inhalte für deine Kunden, die sie wissen sollten, bevor sie mit dir arbeiten, und die teilst du kostenlos. Und das dient dem, dass du erst mal überhaupt Vertrauen aufbaust und deine Expertise darlegst und ja halt auch ganz klar für erste Ergebnisse und erste Transformation sorgst, bevor überhaupt hier jemand auf deiner Matte steht und Geld bezahlt. Es geht ja darum, dass wir überhaupt erst mal schauen, gerade im Thema Coaching, Beratung oder Online-Dienstleistungen, dass wir erst mal schauen: Wer ist das denn eigentlich? Als die Möglichkeit, diese Personen kennenzulernen und auch die Inhalte kennenzulernen, die Philosophien, die dahinterstehen, das Mindset, was dahintersteht, die Haltung, die Werte, das erst mal kennenzulernen und auch zu verstehen, was, was spannende Inhalte sind, wertvolle Inhalte sind für deine Kund:innen, auch wenn sie nicht mit dir zusammenarbeiten.

Qualität statt Quantität

Grundsätzlich sehe ich das Thema so. So habe ich das damals von Marie Forleo gelernt in der B-School, dass sie sagt: "Geh davon aus, dass 90 Prozent deiner Leute, mit denen du Mehrwert teilst, nie etwas kaufen werden. Konzentriere dich in deinem Verkauf dann auf die 10 Prozent, die sagen: "Hey, da will, das ist, ich finde schon das, was du kostenlos machst, finde ich schon so großartig. Ich will jetzt auf jeden Fall weiter mit dir den Weg gehen und will tiefer einsteigen."" Aber diese Form von Großzügigkeit - Großzügigkeit meine ich jetzt nicht unbedingt in der Masse, dass du also wahnsinnig oft oder wahnsinnig viel mehrwert teilst - sondern ich finde es ganz, ganz wichtig, dass du qualitativ hochwertige Dinge erstellst. Das kann ne Challenge sein, das können Webinare sein, das können auch einfach nur Email-Serien sein, das können Posts sein auf Social Media, das können Workshop-Serien sein, wie ich das zum Beispiel mit der Money Mindset Week mache oder die Business Mindset Week wird es jetzt nicht mehr geben, aber unterschiedliche Workshop-Serien, die ich angeboten habe, Webinare, früher habe ich Facebook-Lives gegeben. All das ist Mehrwert. Das war total hilfreich, um natürlich einerseits den Followern und potenziellen Kund:innen Themen anzubieten, erste Erkenntnisse, erste Aha-Erlebnisse, aber halt auch, um, um mich als Person kennenzulernen, meine Art und Weise kennenzulernen, wie ich arbeite, und aber auch zu verstehen, so: Wie wie tickt die denn, die Julia? Wer ist denn das? Wie ist sie drauf? An was glaubt sie? An was glaubt sie nicht? Wo steht sie dahinter?

Finde deine eigene Stimme

Und dann auch ein ganz wichtiger Aspekt, gerade wenn du erst startest: Du übst dich darin, das, was du vermitteln willst, zu, zu vermitteln, zu kommunizieren und vielleicht erst mal kompliziert auszudrücken, bevor du es klarer, deutlicher, konkreter, verständlicher machst. Und du hast auch direkten Kontakt und Interaktion mit deiner Zielgruppe. Im besten Fall, also das war zum Beispiel was, was ich mit den Facebook-Lives gemacht habe oder was du heute mit Instagram-Lives machen könntest, wenn jetzt Video dein Thema ist, oder auch auf YouTube live gehen oder wo auch immer, Tiktok, was auch immer deine deine Plattform ist, dass du sagst: "Hier ist, hier gebe ich den, den Menschen, meinen Followern, die, die schon gesagt haben: "Hey, für die Themen interessiere, interessiere ich mich", die du anbietest, die Chance, mich genauer kennenzulernen, meine Inhalte genauer kennenzulernen." Aber ich gebe auch mir die Chance, wenn ich diesen Mehrwert teile, dass ich noch mal ganz klar auch überlege: Wie mache ich das denn? Wie, wie, wie, wie kommuniziere ich? Wie, wie verfasse ich also, welche Worte nutze ich, um mein Angebot darzulegen? Welche Worte nutze ich, um über die Themen zu, zu sprechen, die mich beschäftigen, die mich interessieren, die meine Arbeit ausmachen?

Der Zinseszinsseffekt deines Newsletter-Mehrwert-Kontos

Und dann halt auch im besten Fall durch Nachfragen von den Kund:innen oder durch Interaktion mit den Kund:innen dann nochmal darauf gestoßen zu werden, dass das, was wir vielleicht für selbstverständlich halten, weil wir so tief in den Themen stecken, gar nicht so selbstverständlich ist. Oder dass jemand auch mal nachfragt und

sagt: "Hey, das habe ich gar nicht verstanden." Oder auch im positiven Sinne sich zurückmeldet auf deinen Newsletter und sagt, so: "Woher weißt du, was in meinem Kopf los ist, oder woher weißt du, dass es mir genauso geht, wie du mich beschrieben hast oder wie du eine Person im Storytelling in deinem Newsletter beschrieben hast?" Also, das alles kann Mehrwert leisten. Oder halt auch die, im Prinzip die, die Vereinbarung, die du mit dir triffst, wenn du sagst: "Ich wähle jetzt einen bestimmten Marketing-Kanal aus, sagen wir mal, Newsletter-Marketing, und ich entscheide mich dazu, einmal die Woche diesen Mehrwert zu teilen." Das ist, wie gesagt, für mich so, dass du so eine Art Konto aufmachst und sagst: "Das ist jetzt mein Newsletter-Mehrwert-Konto oder mein Mehrwert-Konto, und ich zahle da den Newsletter jede Woche ein, und davon habe ich etwas, und davon haben meine Kunden etwas." Und dieses Konto, das ist genau wie beim Zinseszinsseffekt, das ist wie ein gut verzinstes Tagesgeldkonto. Dieser Mehrwert steigt irgendwann überproportional. Das heißt, diese, diese Newsletter oder die Blogposts oder dein Podcast, der aufzufinden ist, irgendwann hast du so viel eingezahlt und die Verzinsung ist so gut, dass du damit ein starkes Asset aufgebaut hast, also wie ein Finanzprodukt, sozusagen was, was für dich arbeitet im Internet. Also du kannst gefunden werden, indem jemand Themen eingibt, wo, wozu du mal einen Blogpost geschrieben hast. Oder du wirst gefunden und deine Podcast-Folge wird, du wirst, eine Kundin oder ein Kunde sucht zu einem bestimmten Thema, und deine Podcast-Folge wird gefunden, oder deine Newsletter-Liste wächst immer mehr, und du kannst leichter deine Produkte verkaufen, weil du Woche für Woche Mehrwert geteilt hast: wertvolle Tipps, Impulse, Haltungen,

Meinungen. Ähm ja, halt einfach dich und deine Arbeit dargelegt hast, hast einen Vorgeschmack auf deine Arbeit gegeben, hast deine Stimme gefunden. Du bist immer mehr in der Lage, auch zu identifizieren, was, was bewegt und beschäftigt denn meine Zielgruppe. All das zahlst du auf dieses Konto ein, und das, dieser Wert arbeitet für dich und dein Business und dieser Wert arbeitet für deine Kund:innen. Und vielleicht klingt das jetzt für dich nochmal ein bisschen abstrakt.

Grenze dich ab von gängigen Branchen-Meinungen

Wenn du irgendwie also, oder sagen wir es mal so: Wenn du nur Zitate von anderen auf Instagram teilst, zahlst du nicht so viel ein auf deinen Mehrwert-Sparplan, als wenn du dich wirklich auf den Weg machst, deine eigene Stimme zu finden und deine eigene Haltung zu beschreiben, und vielleicht hat auch mal etwas klarer und deutlicher oder vielleicht sogar provokanter für, für etwas zu stehen, für ein Thema zu stehen, deine Expertise vielleicht auch abzugrenzen von bestimmten Branchen-Meinungen und zu sagen: "Ja, die meisten in meiner Branche sehen das so, aber ich sehe das anders. Aus diesen Gründen, und hier sind die Vorteile für dich, warum ich das so sehe." Und dann hast du natürlich auch jedes Mal die Möglichkeit, mit diesem Mehrwert, den du teilst, auch ein Verkaufsangebot zu machen und dann zum Beispiel unten drunter im Newsletter im PS zu schreiben und zu sagen: "Hey, wenn du dich dafür interessierst, wie du deine Finanzen sinnvoll verwaltest - das machen wir übrigens auch in der Money Flow Academy - meld dich doch hier. Nee meld dich nicht hier an, oder keine Ahnung, Ende März ist die nächste Verkaufsphase. Und ja, schau doch mal, ob das ein Programm

für dich ist." Das natürlich adaptiert jetzt auf dein Angebot und immer verbunden mit dem, was du inhaltlich vermittelst.

Was sollten deine Kund:innen heute hören?

Und eine Frage oder ein Thema, was ich oft höre bei Business-Starterinnen, ist so dieses: "Ja, aber ich weiß gar nicht, was ich posten soll. Ich weiß gar nicht, was ich schreiben soll." Und ich glaube, dass es immer ein Denkfehler ist, weil du hast dich schon so intensiv mit dem beschäftigt, was du thematisch anbietest. Was es braucht, ist, dass du dir wirklich Zeit nimmst, darüber nachzudenken, was gerade in den Köpfen deiner Zielgruppe ist. Also überlegt wirklich was, was sollten meine Kund:innen heute hören? Oder womit kann ich ihnen heute helfen, damit sie den ersten Schritt schon machen, bevor sie überhaupt verstehen, wie meine Arbeit funktioniert? Und du kannst dich auch fragen: Was sind Themen, was sind bestimmte Philosophien oder was ist eine bestimmte Denkweise, was ist eine bestimmte Haltung, was sind bestimmte Grundsätze oder Standards, die deine Kund:innen verstehen sollten, bevor sie mit dir arbeiten?

Lass deinen Mehrwert für dich arbeiten

All das kannst du super großzügig rausgeben und kannst dadurch halt, wie gesagt, dich darin üben, dein Marketing zu betreiben, überhaupt zu kommunizieren. Um was geht es in deiner Arbeit? Was macht dich persönlich aus, und wenn du das regelmäßig über einen langen Zeitraum hast, baust du, wie gesagt, dieses Asset, diesen, dieses Mehrwert-Sparkonto auf, sodass du irgendwann merkst, so: "Boa! Da hat

sich eine richtig, richtig fette Summe zusammengespart." Und das meine ich jetzt natürlich im übertragenden Sinne, nicht direkt. Aber du hast dann vielleicht irgendwann 100 Podcast-Folgen aufgenommen oder drei Jahre lang Newsletter geschrieben oder wirklich 50 absolut herausragende Blogartikel geschrieben. Und diese, diese Gewerke arbeiten für dich, und diese Gewerke sind fast wie, wie Mitarbeiter, die dir Kunden bringen, das sind, das sind Ergebnisse. Das ist ein Mehrwert, der eben nicht nur einmal wirkt, sondern wieder und wieder und wieder, weil das halt einfach nicht, nicht weggeht. Also alles, was mal im Internet stand, bleibt da. Und klar, du kannst natürlich dann deine Website löschen. Aber, sagen wir mal, du baust da strategischen einen Blog auf oder du hast eine YouTube-Show aufgebaut oder einen Podcast entwickelt oder halt eine starke Email-Liste aufgebaut. Das geht so schnell nicht weg, und du kannst das, was du da reininvestierst, irgendwann überproportional davon schöpfen.

Lass dich von einem Servicegedanken leiten

Das sollte jetzt nicht unbedingt die einzige Motivation sein, sondern wirklich aus diesem Servicegedanken herauszugehen und zu sagen: "Okay, was, was ist das, was meinen Kunden wirklich hilft zu verstehen, warum sie mit mir arbeiten sollten? Was, was ist der Unterschied vielleicht von mir zu anderen? Was macht meinen Mehrwert besonders? Auch da, das ist dann auch letztlich ein Lernen und ein Entwicklungsprozess, immer mehr deine eigene Stimme zu finden, dich dann vielleicht auch zu lösen von den Menschen, wo, wo du studiert hast, wo du gelernt hast. Das ist ganz oft der Fall, dass erst mal diese

Philosophien übernommen werden, und dann kannst du irgendwann einfach mehr deine eigene Haltung finden und sagen, inzwischen sehe ich das anders. Oder hier ist eine klare Meinung dazu.

Erstelle eine Mehrwertliste

Und ich finde auch, es ist total wichtig - oder was heißt, es ist total wichtig - es ist, ist sehr, sehr wertvoll, wenn du dich mindestens einmal im Jahr hinsetzt und dir vergegenwärtigst, was du an Mehrwert erschaffen hast. Das habe ich letztens gemacht, und das fand ich ganz schön krass. Dieses Jahr wird es noch mehr, weil ich neue Trainings mache in der Monet Flow Academy und in der Mastermind, vor allem in der Business Mindset Mastermind aber. Du kannst dich mal hinsetzen, überlegen, was habe ich, welchen Mehrwert habe ich für meine Kunden kreiert? Also hab ich da vielleicht bestimmte Ressourcen geschaffen, Trainings aufgenommen oder so nen Online-Kurs-Bereich geschaffen? Das ist ein Mehrwert, der natürlich auch gilt. Es ist ja nicht nur kostenloser Inhalt, sondern auch das, wofür deine Kunden zahlen. Auch das ist ja Mehrwert. Aber auch was hast du an kostenlosen Mehrwert geschaffen? Was sind die Themen, die du gespielt hast, wenn du eine Art Mehrwertliste erstellen würdest? Was findet sich darauf wieder? Wie viel Newsletter hast du geschrieben? Hast du einen Podcast? Hast du Videos gemacht? Hast du Blogpost geschrieben? Hast du auf Social Media gepostet? Um dir auch nochmal klar zu vergegenwärtigen und zu verdeutlichen, dass all das, was du da tust, dass dir das total hilft, einerseits eine Verbindung aufzubauen zu deiner Zielgruppe, zu den Followern, die ganz bewusst gesagt haben: "Hey, von dir will ich was lesen, von dir will ich was

hören. Ich finde es spannend, wie du Inhalte aufbereitet. Ich finde es spannend, was für eine Haltung du hast." Und natürlich auch für dich nochmal zu sagen, so: "Hey, jetzt habe ich 52 Newsletter dieses Jahr geschrieben. Das waren 52 sehr gute Übungen, meine Stimme zu finden oder noch klarer darzulegen, wie ich arbeite, was, was mich bewegt, was, welche Themen wirklich für mich und mein Business und für meine Zielgruppe relevant sind und welche nicht." Vielleicht bist du auch viel schneller geworden in deinem Schreiben oder in deinem Produzieren. All das sind Dinge, die du auf deiner Mehrwertliste notieren kannst. Also als allererstes würde ich mal so eine Auflistung machen, im Prinzip so eine Inventur. Was habe ich denn an Mehrwert geschaffen, sowohl kostenlos als auch an bezahlten Inhalten? Und wie denke ich jetzt über diesen Mehrwert? Wie denke ich über mich, dass ich diesen Mehrwert geschaffen habe? Sehe ich wirklich diesen Mehrwert als ein eine Art Sparkonto oder eine, ein Asset für meine Firma? Oder war mir das noch gar nicht klar, was ich da eigentlich, was ich da eigentlich tue? Ähm, und für alle die, die vielleicht sehr unregelmäßig posten, schreiben, veröffentlichen: Die Regelmäßigkeit über einen langen Zeitraum, die schafft Vertrauen, und es ist auch leichter, dieses einmal kreierte Momentum aufrechtzuerhalten. Da kannst du für dich ja mal schauen, wie es, wie kannst du es strukturell so aufsetzen, dass du vielleicht nicht dich jede Woche hinsetzt und einen Newsletter schreibst oder einen Blogpost machst oder ein Youtube-Video aufnimmst oder auf Insta live gehst, sondern wie kannst du das, dass du deine kostenlosen Inhalte, wie kannst du das so organisieren und strukturieren, dass du dir schwerpunktartig Themen überlegst, dass du auch eine Liste hast an Themen, auf die du

zurückgreifen kannst, weil du dich regelmäßig mit deinen Kunden auseinandersetzt? Und sei es nur gedanklich, dass du, dass du dich fragst, was bewegt die gerade? Was brauchen die gerade? Wo kommen sie ins Stolpern? Was habe ich ihnen noch nicht erklärt? Was, was war vielleicht zu kompliziert? Was kann ich noch einfacher sagen?

Was hältst du eigentlich in deiner Arbeit für selbstverständlich?

Was - auch noch eine gute Frage - was halte ich für selbstverständlich? Was sind Annahmen, die ich treffe, von denen ich glaube, dass meine Kunden das verstehen? Das war zum Beispiel was, was mir bei meinen E-Mails zur Money Flow Academy aufgefallen ist, dass ich bestimmte Dinge als, als absolut normal oder als, wie sagt man das, nicht als selbstverständlich, als als Voraussetzung angenommen habe, dass sie das wissen. Manche, auch manche praktische Dinge, so: Wie läuft so ein Coaching Call ab? Oder in der Mastermind hatte ich das auch, dass eine Kundin von mir gefragt wurde, so: "Ist dann, kommt ihr da immer alleine zusammen, oder ist dann auch der Coach dabei, wenn ihr euch einmal die Woche trifft?" Also so Dinge, die für mich total selbstverständlich waren, dass es ein Gruppen-Coaching Call jede Woche ist, hab ich das wirklich so klar beschrieben in meinem Marketing? Und schau auch da bei dir nochmal, welche Annahmen triffst du. Verstehen deine Kunden wirklich, wie sie mit dir arbeiten können? Verstehen, sehen sie wirklich, was sie dann bekommen, was die Ergebnisse sind, die ihr gemeinsam erarbeitet? Oder auch was das, was das Produkt kreiert, wenn du ein Produkt hast, was das dann letztlich mit der mit deiner Zielgruppe macht. Was haben sie denn davon? Und wie würdest du diesen Mehrwert beschreiben? Wie

kannst du das noch weniger phrasendrescherisch sagen? Wie kannst du das so beschreiben, dass es auch ein zehnjähriges Kind verstehen würde?

Gib deinen Inhalten einen Wert

Und das mitzunehmen und auch zu schauen: Kann ich dem vielleicht auch einen Wert geben? Wenn ich mir jetzt mal überlege: Ich schreibe nicht einfach nur einen Newsletter, weil ich mir mal irgendwann vorgenommen habe, Newsletter zu schreiben, sondern ich schreibe Newsletter, von denen ich glaube, dass Menschen dafür 1000 € bezahlen würden. Was müsste da rein? Müsste der wahnsinnig lang sein? Müsste, der sehr kurz sein und total auf den Punkt kommen? Welche, welchen Gedanken, welche Transformation möchtest du da hinein verpacken? Und falls das jetzt bei dir zu einer Blockade führt und du sagst, so: "Oh mein Gott! Keine Ahnung, wie ich 1000 €-Newsletter kreierte." Dann lasst es einfach weg. Für alle die, die vielleicht schon total routiniert sind im Kostenlosen-Mehrwert-kreieren, nehmt euch die Frage mal mit und sag mal, okay, wenn, wenn ich mir vorstelle, dafür würde jemand 1000 € bezahlen - oder wenn euch 1000 € zu viel sind, dann halt 100 - wie würde ich, wie viel ernster würde ich meinen Newsletter auch nehmen? Wie viel ernster würde ich meinen Blogpost nehmen? Wie viel ernster würde ich meinen Podcast nehmen, wenn ich mir vorstelle, dass meine Kund:innen dafür zahlen würde? Und dann natürlich auch bezogen auf deine bezahlten Inhalte: Sind die so klar und deutlich? Ist da wirklich, wie viel Mehrwert steckt da drin? Dem musst du nicht unbedingt eine Zahl geben. Aber ist der Mehrwert in deinem bezahlten Angebot höher als das, was

deine Kund:innen zahlen? Spiegeln die Ergebnisse deiner Kund:innen den Mehrwert deines Angebots wider?

Beschäftige dich mit deinen Kund:innen

Das ist absolut wesentlich, und da hilft es natürlich, wenn du dir auch nochmal Zeit nimmst, nicht nur dich mit deinen Kund:innen zu beschäftigen und zu überlegen: Was, was denken die? Was, was, was denken die, wenn die morgens aufwachen? Was beschäftigt sie abends nach der Arbeit? Was regt sie auf Mittwochmittags? Was sind die Themen, die in Bezug auf, auf dein Angebot für sie relevant sind? Und wie kannst du es ihnen möglichst leicht machen, zu der Lösung zu finden, die du anbietest, dass es möglichst leicht ist, ja zu sagen zu deinem dir-einen-Follow-zu-geben, deinen Newsletter zu abonnieren, den Podcast zu abonnieren, nur fünf Sterne-Bewertungen zu geben, den YouTube-Kanal zu abonnieren? Und dann aber auch in letzter Konsequenz zumindest die 10 Prozent, die die kaufen wollen: Wie kannst du den Mehrwert so gestalten, dass du dann auch im Bogen schlägst und sagst: "Und wenn du mehr davon willst, dann kannst du dir hier ein Kennenlerngespräch buchen oder hier die Salespage anschauen und mein, mein Angebot kaufen."

So, that's it! Thema "Mehrwert". Ich nehme an, dass ich dir damit mehr Klarheit geschaffen habe. Wenn du noch Fragen zum Thema "Mehrwert" hast, poste das gerne in die Kommentare hier zum Podcast, auf Instagram oder LinkedIn oder schreib uns eine Email an

support@julia-lakaemper.com und dann sind mein Team und ich führe dich da. Und ja, vielen Dank, dass du mir zugehört hast. Hab eine wunderschöne, erfolgreiche Wochen mit einer Mehrwertliste. Also nimm dir mal Zeit, diese Mehrwertliste zu schreiben, und überleg mal, wie du dein, den Wert deines Mehrwerts erhöhen kannst, wenn du dir vorstellst, dass deine Kund:innen dafür zahlen würden. Also lass es dir gut gehen! Habe eine wunderschöne Woche und bis bald!

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.