

In sieben Schritten zur erfolgreichen Positionierung

Kleinen und mittleren Unternehmen sowie Selbstständigen fehlt es oft an Profil, durch das sie sich von anderen Mitbewerbern am Markt unterscheiden können.

Wie es in nur sieben Schritten gelingen kann, sich in ihrer individuellen Marktnische differenzierend zu positionieren, erfahren Erfolgsuchende hier.

Eine der wichtigsten Fragestellungen für jeden Geschäftsführer eines kleinen oder mittleren Unternehmens ist, wie sich sein Unternehmen vom Wettbewerb abgrenzen lässt und für die eigenen Leistungen ein eigenständiges Profil entwickelt werden kann. Viele Selbstständige oder kleinere Unternehmer vermeiden diese Differenzierung und versuchen, ihren Kunden ein möglichst breites Angebots- und Leistungsspektrum anzubieten. Dahinter steckt oft die Überlegung, dass sich so mehr Kunden erreichen lassen.

Zumeist ist allerdings das Gegenteil der Fall, denn im Gemischtwarenladen erscheinen auch exzellente unternehmerische Leistungen unprofiliert, wenig überzeugend und haben letztendlich einen geringeren Wert als identische Angebote eines Spezialisten. Dieser verfügt für den Kunden über höhere Fachkompetenz, ist glaub- und vertrauenswürdig und kann letztendlich oft einen höheren Preis für seine Leistung fordern.

Unternehmen, denen es aus Kundensicht an einem eigenständigen Profil mangelt, setzen sich unnötig einem Preis- oder Verdrängungswettbewerb aus, der sich negativ für die Erlöse, Margen und damit auf die Entwicklung des Unternehmens auswirkt. Nun dürfte es vielen Unternehmern durchaus bewusst sein, dass es besser ist, sich zu spezialisieren und das eigene Angebot zu vertiefen anstatt es zu verbreitern. Oftmals scheitert die Spezialisierung jedoch daran, dass der Unternehmer nicht herausfindet, worauf er sich am aussichtsreichsten konzentrieren sollte.

Dabei gibt es seit fast einem halben Jahrhundert ein bewährtes, allerdings auf breiter Basis weitgehend unbekanntes Konzept, mit dem sich auch für kleine und mittlere Unternehmen ein eigenständiges Profil entwickeln lässt. Konsequenterweise angewendet, können auch kleine Unternehmer oder Selbstständige sich in ihrer individuellen Marktnische differenzierend positionieren, dort hohe Kompetenz erwerben und aus dieser Position heraus sehr erfolgreich wachsen. (weiter auf nächster Seite)

Als Unternehmer gelassen und zufrieden. Motivation ist spürbar und begeistert.

Rainer Flamm | Motivationstrainer | Hanfäckerweg 29 | D-71069 Sindelfingen
M. +49 173 9544957 | mail@rainerflamm.de | <https://rainerflamm.de> | USt.-IDNr. DE145107088



Auch bei scheinbar austauschbaren Leistungen hat jeder Unternehmer die Möglichkeit, sein Unternehmen und dessen Leistungen eigenständig zu positionieren. Dazu muss er auf seine Stärken setzen, diese mit den ganz persönlichen Fähigkeiten und Interessen zu einem eigenständigen Leistungsangebot kombinieren und dann hieraus für seine spezielle Zielgruppe ein wirklich attraktives Angebot entwickeln.

In sieben Schritten können Sie als Unternehmer für Ihr Unternehmen zu Ihrer eigenständigen Positionierung finden und Ihren eigenen Markt erobern:

1. Schritt: Die eigenen Stärken erkennen

Zunächst gilt, es eine vollständige Bestandsaufnahme der eigenen Stärken und Kompetenzen vorzunehmen. Dabei geht es sowohl um Stärken im unternehmerischen Bereich als auch um die, über die Sie persönlich als Unternehmer verfügen. Denn selbstverständlich sind Sie für Ihr Unternehmen immer der entscheidende **Schlüssel zum Erfolg**. Bei der Suche ist es in der Regel sehr hilfreich, sich frühere Erfolge bewusst zu machen und Ihre Fähigkeiten, die dafür notwendig waren, in die Überlegungen einzubeziehen. Ihre persönlichen Interessen oder die Ihrer Mitarbeiter können künftig ebenfalls zu einer Stärke für Ihr Unternehmen werden und die Differenzierung ermöglichen, es lohnt sich also, diese zu ermitteln.

Wichtig ist es dabei, dass Sie sich nicht nur auf vordergründige oder offensichtliche Stärken konzentrieren, sondern auch nach den Stärken suchen, die ein wenig verborgener sind und die manchmal auf den ersten Blick nicht zu erkennen sind.

2. Schritt: Da beste Spezialgebiet ermitteln

Der nächste Schritt ist ganz entscheidend auf der Entwicklung der eigenständigen Positionierung. Hier gilt es, die ermittelten Stärken so miteinander zu kombinieren, dass hieraus differenzierende Leistungsangebote entstehen. **Beteiligen Sie durchaus auch andere Menschen an diesem kreativen Prozess, dabei ist eher der gesunde Menschenverstand als Branchenkenntnis gefragt.** Nützlich ist es dabei immer, der Phantasie - zum Beispiel mit einem Brainstorming - freien Lauf zu lassen und zunächst möglichst viele eigenständige Gebiete zu ermitteln. Lassen Sie dabei zunächst auch scheinbar sinnlose Spezialgebiete zu und selektieren Sie die erfolgversprechendsten Ideen erst nach dem Brainstorming. In die Bewertung dieser Ideen sollten unbedingt auch Ihre persönlichen Interessen und das, woran Sie Freude haben, eingehen. **Denn es geht nicht nur um unternehmerischen Erfolg, sondern auch darum, Freude und Erfüllung durch die eigene Tätigkeit zu erfahren.**

(weiter auf nächster Seite)

Als Unternehmer gelassen und zufrieden. Motivation ist spürbar und begeistert.

Rainer Flamm | Motivationstrainer | Hanfäckerweg 29 | D-71069 Sindelfingen
M. +49 173 9544957 | mail@rainerflamm.de | <https://rainerflamm.de> | USt.-IDNr. DE145107088



Die nachfolgenden fünf weiteren Schritte sollten Sie für jedes der von Ihnen identifizierten möglichen Spezialgebiete durchführen, während des Prozesses werden Sie erkennen, welches das richtige Gebiet für Sie ist.

3. Schritt: Die richtige Zielgruppe finden

Nun finden Sie heraus, welche Menschen das von Ihnen ermittelte Spezialgebiet benötigen könnten. Gibt es für Ihre Lösung eine ausreichend große und zahlungswillige Zielgruppe? Wie gut kennen Sie die Bedürfnisse dieser Zielgruppe und wie können Sie mehr erfahren? Können Sie die Zielgruppe regional gut erreichen? Welche Entwicklung wird diese Zielgruppe in der Zukunft nehmen, wie werden sich beispielsweise die Bedürfnisse Ihrer potenziellen Zielgruppe in Zukunft verändern?

Wenn Sie zu Ihrem Spezialgebiet eine erfolgversprechende Zielgruppe gefunden haben, so können Sie Ihre Überlegungen fortsetzen und den Schritt vier folgen lassen.

4. Schritt: Das größte Problem der Zielgruppe lösen

Noch wird Ihr Spezialgebiet für Ihre Zielgruppe vermutlich nicht eigenständig und unverwechselbar sein. Die nächste Frage, die Sie nun beantworten sollten, ist: Was ist das größte Problem, das Ihre Zielgruppe im Bereich Ihres Spezialgebietes hat? Wie könnten Sie genau dieses Problem lösen? Welches Angebot werden Sie dafür machen? Denn erst mit diesem Angebot werden Sie richtig attraktiv und beginnen, Ihre Zielgruppe anzuziehen.

Hierzu ein Beispiel: Angenommen Sie betreiben einen Kinderhort, als Wunschzielgruppe haben Sie alleinerziehende, berufstätige Eltern identifiziert. Das größte Problem dieser Eltern ist vermutlich, dass sie zum Beispiel aus beruflichen Gründen manchmal ihre Kinder nicht rechtzeitig zum üblichen Hortschluss abholen können. Wenn Sie mit dem Kinderhort hierfür eine gute Lösung - flexible oder besonders lange Betreuungszeiten - anbieten können, werden Sie für Ihre spezielle Zielgruppe zum herausragenden Angebot.

Und Sie differenzieren sich: Aus einem Kinderhort wie viele andere wird der Hort für alleinerziehende berufstätige Eltern.

Wichtig ist, dass Sie unbedingt das Gespräch mit Ihrer künftigen Zielgruppe suchen und herausfinden, welche Leistungen Ihre Zielgruppe genau haben möchte und wie sie diese honorieren wird. Führen Sie diesen Dialog, Sie werden viele **neue Erkenntnisse** erhalten!

Nun können Sie Ihr künftiges Leistungsangebot inklusive aller erforderlichen Bausteine entwickeln. (weiter auf nächster Seite)

Als Unternehmer gelassen und zufrieden. Motivation ist spürbar und begeistert.

Rainer Flamm | Motivationstrainer | Hanfäckerweg 29 | D-71069 Sindelfingen
M. +49 173 9544957 | mail@rainerflamm.de | <https://rainerflamm.de> | USt.-IDNr. DE145107088



Voraussichtlich werden Sie dabei feststellen, dass Sie gegenwärtig noch nicht alle Leistungen anbieten können, dass es noch Engpässe gibt, die Sie beseitigen müssen.

5. Schritt: Notwendige Innovationen entwickeln

Die Engpässe, die Sie ermittelt haben, können Sie entweder über Kooperationen oder Innovationen beseitigen. Für Innovationen, die Sie im eigenen Unternehmen ausführen, sollten Sie sich immer entscheiden, wenn es sich um Engpässe im Rahmen Ihrer unternehmerischen Kernkompetenz handelt. Im Falle des Kinderhorts könnte es beispielsweise erforderlich sein, organisatorische Veränderungen durchzuführen oder zusätzliches Personal einzusetzen, um flexible Öffnungszeiten anbieten zu können.

Ermitteln Sie alle **Innovationen**, die zusätzlich zu Ihrer Kernleistung erforderlich sind, um das künftige differenzierende Angebot zu erbringen.

6. Schritt: Die erforderlichen Kooperationen eingehen

Zusätzliche Leistungen außerhalb Ihrer Kernkompetenzen erbringen Sie am besten über Kooperationspartner, die in diesem Bereich ihre Kernkompetenz haben. So werden Sie mit Sicherheit ein besseres (und zumeist auch kostengünstigeres) Angebot machen können, als wenn Sie diese Leistung selber erbringen. Außerdem vermeiden Sie unnötige Risiken und eine nicht wünschenswerte Ausweitung Ihres Angebotes.

Im Beispiel des Kinderhortes benötigen Sie möglicherweise eine zusätzliche Verpflegung der Kinder, zu lösen über ein kooperierendes Cateringunternehmen oder die Küche einer benachbarten Ganztagschule.

7. Schritt: Sich im eigenen Kompetenzfeld weiterentwickeln

Wenn Sie sich in Ihrem Kompetenzbereich und bei Ihrer Zielgruppe mit Erfolg etabliert haben, können Sie Ihr Leistungsangebot sukzessive weiterentwickeln und ausbauen. Wichtig ist dabei, dass Sie innerhalb Ihrer Kernkompetenzen bleiben und sich ausschließlich dort entwickeln. Der Kinderhort könnte zum Beispiel ein nachschulisches Angebot entwickeln für Grundschul Kinder und ergänzend eine Hausaufgabenbetreuung anbieten.

Beide Angebote werden sich am besten wieder über geeignete Kooperationspartner realisieren lassen. (weiter auf nächster Seite)

Als Unternehmer gelassen und zufrieden. Motivation ist spürbar und begeistert.

Rainer Flamm | Motivationstrainer | Hanfäckerweg 29 | D-71069 Sindelfingen
M. +49 173 9544957 | mail@rainerflamm.de | <https://rainerflamm.de> | USt.-IDNr. DE145107088



**Wenn Sie die Strategie der sieben Schritte verfolgen,
haben Sie ganz entscheidende Vorteile:**

Sie konzentrieren sich auf eine eindeutige Zielgruppe mit klaren Bedürfnissen und auf eine eingegrenzte Aufgabenstellung.

Sie werden sehr schnell zum Spezialisten, dem die Wettbewerber nur noch wenig anhaben können.

Durch die Konzentration realisieren Sie eine bessere Kostensituation als nicht-spezialisierte Mitbewerber.

Ihre Kunden werden gerne bereit sein, höhere Preise zu akzeptieren. Denn Sie bieten exakt die Problemlösung, die Ihre Kunden benötigen.

Ihr Marketingaufwand sinkt, denn Sie haben eine klare Vorstellung von Ihren Kunden und werden diese sehr zielsicher und mit den richtigen Argumenten ansprechen.

Für Selbstständige und kleinere sowie mittlere Unternehmen spricht alles für die Entwicklung einer differenzierenden Positionierung auf Basis des soeben beschriebenen Verfahrens, der Lohn dafür sind eine erfolgreichere unternehmerische Tätigkeit und bessere wirtschaftliche Ergebnisse.

Autor: Jörg Mann

Mit besten Grüßen


Rainer Flamm

Als Unternehmer gelassen und zufrieden. Motivation ist spürbar und begeistert.

Rainer Flamm | Motivationstrainer | Hanfäckerweg 29 | D-71069 Sindelfingen
M. +49 173 9544957 | mail@rainerflamm.de | <https://rainerflamm.de> | USt.-IDNr. DE145107088

