

POSITIONIERUNG & BRIEFING: ONLINE-AUFTRITT



POSITIONIERUNG

1/ WER BIST DU UND WAS BIETEST DU AN?

Notiere wer du bist und was dein Unternehmen leistet. Wie heißt deine Marke und wie sieht dein Angebot aus? Berücksichtige auch, was dich antreibt, warum du tust, was du tust und welche Werte und Emotionen dich und dein Unternehmen ausmachen.

2/ WEN MÖCHTEST DU ERREICHEN?

Für wen ist dein Angebot relevant? Welche Kunden wünschst du dir primär? Definiere deine Zielgruppe möglichst spitz. Du kannst nicht 20 Jährige abholen und gleichzeitig 80 Jährige begeistern. Überlege dir, welcher Typ Mensch dein Angebot kauft, für wen ist es relevant? Dabei spielen die demografischen Merkmale (Alter, Geschlecht, Familienstand, Wohnort) nur eine Nebenrolle. Viel wichtiger ist, welche psychografischen Besonderheiten deine Wunschkunden mitbringen: Motivation, Meinung, Wünsche, Werte, Lebensstil. Weitere Tipps zur Zielgruppen-Definition: [Wie du deine Zielgruppe definierst und findest](#)

3/ MIT WELCHEN PROBLEMEN HABEN DEINE WUNSCHKUNDEN ZU KÄMPFEN?

Gehe hier nochmal ins Detail: Was bewegt deine Wunschkunden deine Leistung zu buchen oder dein Produkt zu kaufen? Welche Probleme wollen sie damit lösen? Geben dir deine Wunschkunden darüberhinaus noch Hinweise, was sie außerdem benötigen oder sich von dir wünschen?

4/ WELCHE LÖSUNGEN BIETEST DU BZW. DEIN PRODUKT?

Welche Antworten hast du auf die Probleme deiner Wunschkunden? Wie löst du die einzelnen Probleme? Und kannst du noch einen Mehrwert oben drauf packen?

5/ WELCHE ERGEBNISSE ENTSTEHEN FÜR DEINE KUNDEN?

Beschreibe hier nicht dein Angebot, beschreibe mit welchen Ergebnissen deine Wunschkunden rechnen können, nachdem sie dein Angebot wahr genommen haben. Was ergibt sich aus deiner Leistung? Ein Beispiel: Die Kunden eines Karriere-Coaches finden Ihren Traumjob, können ihre Fähigkeiten im neuen Job voll einbringen und werden entsprechend gefördert. Sie stehen jeden Morgen motiviert auf und ihr Wohlbefinden und ihre gute Laune überträgt sich auch auf den privaten Lebensbereich.

6/ WELCHE ZIELE VERFOLGST DU?

Was möchtest du mit deinem Business erreichen? Z. B. Bekanntheit erlangen, mehr Traffic auf der Webseite/Blog, hohe Preisgestaltung, persönliche Weiterentwicklung/Expertise auf deinem Gebiet...

Marketing-Ziele helfen dir passende Maßnahmen zu entwickeln, sie umzusetzen und schließlich auch die Ergebnisse zu messen. Mehr dazu: [Wie du deine Marketing-Ziele definierst](#)

7/ WER SIND DEINE WETTBEWERBER?

Hast du deine Wettbewerber recherchiert, gibt es Vorbilder oder negative Gegenbeispiele? Trage hier gerne auch URLs ein, damit ich mir deine Wettbewerber anschauen kann.

8/ WAS UNTERSCHIEDET DICH VON DEN WETTBEWERBERN?

Inwiefern unterscheidest du dich von deinen Wettbewerbern? Bringst du als Unternehmer/in den entscheidenden Unterschied, liegt er in deiner Leistung/Produkt oder im Service? Was macht dich, dein Unternehmen und dein Angebot besonders?

BRIEFING

1/ DEIN MARKENDESIGN

Hast du schon eine Vorstellung bezüglich deines Markenauftritts? Magst du es eher reduziert und minimalistisch oder pompös und laut oder hochwertig und elegant? Welche Farben würdest du favorisieren? Welche Schriften und welcher Stil gefallen dir?

4/ WELCHE INHALTE & FUNKTIONEN BENÖTIGST DU AUF DEINER WEBSEITE?

Möchtest du dich und dein Angebot ganz simple darstellen, also quasi eine Visitenkarte im Web anlegen? Oder benötigst du eine Landing Page? Möchtest Du bloggen? Benötigst du eine Bildergalerie, Verlinkungen zu sozialen Netzwerken oder ein Kontaktformular? Hol dir zur Hilfe meine Checkliste, mit der du schnell und einfach deine Inhalte zusammenstellst:

[Welche Inhalte & Funktionen gehören auf deine Webseite?](#)

5/ WIE SIEHT DEINE SITEMAP AUS?

Hast du dir schon Gedanken gemacht wie die Sitemap deiner Webseite aussehen soll? Also wieviele Seiten/Unterseiten mit welchen Inhalten du umsetzen möchtest? Tipps zum Aufbau einer Sitemap findest du hier: [5 Schritte zu einer sinnvollen Sitemap](#)

6/ WELCHE WEBSEITEN GEFALLEN DIR?

Gibt es Vorbilder oder negative Beispiele im Web? Trage hier bitte entsprechende URLs ein.

3/ BENÖTIGST DU WEITERE UNTERSTÜTZUNG?

Z. B. Gestaltungsvorlagen in Canva, die du selbst oder eine virtuelle Assistentin im Anschluss bespielen kann? Newsletter-Vorlage, E-Book oder Podcast-Icon?

Oder passt keins meiner Online-Marketing-Pakete zu deinem Bedarf? Dann schreib mir hier, was du brauchst und ich erstelle dir ein individuelles Angebot.

Du wünschst ein Feedback zu deiner Positionierung? Dann schick einfach eine E-Mail mit allen Kontaktdaten und ich melde mich schnellst möglich bei dir: hello@goldmarie-suwiemer.de