

WORKBOOK



MORE MONEY
MOMENTUM
CHALLENGE
2026 – TAG 2

5 TAGE LIVE: 11.-15.3.2026

DIE 3 ENERGIEEBENEN DEINER POTENTIELLEN SOULMATE KUNDEN



Wo sind die Kunden, die Du jetzt anziehst?
Schreib es hier auf!

A large, empty, rounded rectangular box intended for the user to write their answer to the question above.

FINDE DEINE SPEZIFISCHE NISCHE

Deine beste Nische ist die, in der du GENAU die Erfahrung gemacht hast, die du bei deinen Kunden transformieren möchtest.

Deine beste Zielgruppe steht am Anfang der Transformation, die du bereits erlebt hast. Du kannst niemanden coachen, wenn du den Weg nicht selbst gegangen bist.

Eine Ausnahme:

Du bist eine Therapeutin oder eine Ärztin oder ein Arzt und hast eine spezielle Ausbildung, die dir hilft, Expertin oder Experte für eine bestimmte Gesundheitssituation zu sein.



Hier ein Beispiel:

Unspezifische Positionierung:

Ich ermutige Frauen ihr volles Potenzial zu leben.

FINDE DEINE SPEZIFISCHE NISCHE

Feinschliff 1: Zielgruppe spezifischer definieren

Berufstätige Mütter

Frauen in Führungspositionen

Selbständige Kreative

Frauen mit chronischen Erkrankungen

Feinschliff 2: Zielgruppe noch spezifischer definieren

Berufstätige Mütter von Kleinkindern mit Home-Office:

Unterstütze sie bei der Strukturierung ihres Tages, dem Umgang mit Ablenkungen, der Aufrechterhaltung beruflicher Produktivität und der Schaffung eines ausgewogenen Umfelds für Familie und Arbeit.

Frauen in Führungspositionen in der Technologiebranche unter 35 Jahren:

Biete Coaching für den Aufbau von Führungsfähigkeiten, den Umgang mit Mitarbeiter-Problemen und die Förderung der beruflichen Entwicklung junger weiblicher Talente in der Tech-Welt an.

Frauen in kreativen Berufen, Schwerpunkt auf freiberuflichen Illustratorinnen:

Unterstütze sie bei der Selbstvermarktung, dem Aufbau eines Online-Portfolios, der Kundenakquise und dem Umgang mit kreativen Blockaden.

Frauen mit chronischen Erkrankungen, insbesondere Rheuma-Patientinnen:

Biete Coaching zur Bewältigung von Herausforderungen im Alltag, zur Entwicklung von Selbstfürsorgepraktiken und zur Förderung von mentaler Resilienz bei chronischen Erkrankungen an.

DEINE SOULMATE KUNDEN KAUFEN ERGEBNISSE

Das ist sehr wichtig zu verstehen und essenziell für eine gute Positionierung.
Deine Kunden kaufen nur bei Dir, wenn sie durch Dich:

Eine Abkürzung bekommen, um ihr Ziel zu erreichen,
oder Sie kaufen einen transformativen Prozess.

Entweder haben Deine Kunden einen großen Schmerz, ein/ großes Problem,
was sie unbedingt lösen wollen (**Weg von Motivation**)

Oder

Sie wollen einen Wunschzustand erreichen. (**Hin zu Motivation**)

Bei der Kaufmotivation Deiner Kunden ist der Schmerz immer der größte
Treiber.



Das heißt:

Je größer und dringender das
Problem Deiner Kunden ist, umso
eher sind sie bereit 2.000€,
5.000€, 10.000€ oder mehr in Dein
Programm zu investieren.

DEINE SOULMATE KUNDEN KAUFEN ERGEBNISSE

Deswegen ist es sehr wichtig für Deine Positionierung, dass Du ein großes Problem für Deine Kunden löst und das so konkret, wie möglich beschreibst.

An dieser Stelle ist mir wichtig, zu betonen:

Deine Kunden kaufen kein Werkzeug!

Daher kommuniziere nicht Deine Tools oder Techniken, die Du beherrschst und mit denen Du zu Deinen Kunden zum Ziel verhilft, sondern immer die Transformation und die konkreten Ergebnisse.

Deine Werkzeuge kannst Du benennen, aber das ist nicht das, worauf es ankommt. Natürlich kannst Du sagen, dass Du Deine Ergebnisse durch Mindset-Arbeit, Coaching, Human Design usw. erzielst, denn Deine Kunden werden das wissen wollen, aber der Schwerpunkt liegt auf Deinen Ergebnissen.

HIER MAL EIN BEISPIEL ZUR VERDEUTLICHUNG:

Nicht so gut:

Ich bin zertifizierter Hundetrainer und Verhaltenstherapeut.



Viel besser:

Ich arbeite mit Hundebesitzern und ihren Hunden mit Leinenaggression, damit sie wieder entspannt mit ihren Vierbeinern durch die Innenstadt gehen können, ohne Angst zu haben, dass ihr Hund andere Hunde angreift.



30 Content-Ideen

Viele glauben, sie brauchen jeden Tag neue Ideen.

Die Wahrheit ist: Die besten Creator beobachten zuerst, **welche Inhalte bereits funktionieren**. Dann adaptieren sie diese Ideen für ihre eigene Zielgruppe. Und erst danach nutzen sie KI, um daraus mehrere Varianten zu entwickeln.

Finde 6 Top-Posts

Samme virale Posts oder Reels

Wähle einen Hook

Finde den passendsten für dein Thema

Notiere Hooks

Schreibe die 6 besten Hooks auf

Passe ihn an

Formuliere den Hook für deine Zielgruppe um

Aufgabe: Nie wieder Ideen-los

Schritt 1

Gehe auf Instagram und finde **6 Posts oder Reels**, die sehr viele Views oder Kommentare haben.

Schreibe hier die Hooks auf:

1

Hook 1

2

Hook 2

3

Hook 3

4

Hook 4

5

Hook 5

6

Hook 6

Schritt 2: Hooks anpassen und verfeinern

Nachdem du sechs vielversprechende Hooks identifiziert hast, geht es nun darum, den besten auszuwählen und ihn präzise auf deine Zielgruppe zuzuschneiden.

Wähle einen Hook, der perfekt zu deinem Thema passt.

Betrachte die gesammelten Hooks und frage dich:

- Welcher Hook spricht meine Zielgruppe am direktesten an?
- Welcher vermittelt die Kernbotschaft meines Contents am effektivsten?
- Welcher erzeugt die größte Neugier oder den größten Nutzenversprechen?

Wähle den einen Hook, der das größte Potenzial für deine Inhalte hat.

Mein gewählter Hook:

Schritt 3: Jetzt bist du dran!

Formuliere diesen Hook für deine Zielgruppe um.

Passen den ausgewählten Hook so an, dass er die Sprache, die Bedürfnisse und die spezifischen Schmerzpunkte deiner Zielgruppe widerspiegelt. Ziel ist es, den Erfolg des ursprünglichen Hooks beizubehalten, ihn aber relevanter und persönlicher zu gestalten.

Sei spezifisch

Ersetze allgemeine Begriffe durch konkrete Vorteile oder Ergebnisse für deine Zielgruppe.

Sprache anpassen

Nutze Vokabular und Tonfall, der deine Zielgruppe direkt anspricht und Vertrauen schafft.

Problem- Lösung-Fokus

Betone, wie dein Inhalt ein spezifisches Problem löst oder ein Ziel erreicht, das für deine Zielgruppe wichtig ist.

Mein neuer Hook:

Schritt 4: Varianten mit KI

Lass dir anschließend von KI **mehrere Varianten** deines Hooks erstellen.

Frag die KI nach anderen Blickwinkeln, ungewöhnliche Meinungen zu dem Thema, kritische Fragen.

Schreibe deine besten Varianten auf:

Variante 1

Variante 2

Variante 3

Variante 4

Variante 5

Tipp

Ergänze jetzt deine persönliche Erfahrung oder Beobachtung.

Was hast du erlebt?

Bonus-Checkliste

1

Problem

Spricht dein Hook ein konkretes Problem deiner Zielgruppe an?

2

Überraschung

Enthält dein Hook ein überraschendes Element, das neugierig macht?

3

Persönliches Erlebnis

Teilst du eine eigene Geschichte oder Erfahrung, die authentisch wirkt?

4

Neue Perspektive

Bietest du einen frischen Blickwinkel auf ein bekanntes Thema?

5

Konkretes Ergebnis

Verspricht dein Hook ein messbares oder greifbares Ergebnis?

VEREINBARE JETZT EIN GESPRÄCH MIT
DEINEM BUSINESS-ERFOLGS-MENTOR

TRANSFORMATION

TALK

SCAN MICH:

