

# **Willkommen beim TIKS-Businesscoaching**

## **Modul 1**

- **Übersicht Mitgliederbereich**
- **Hilfsmittel & Tools zur Planung und Entwicklung**
- **Übersicht TIKS System**
- **Der ideale Kunde**
- **Der Wert Eures Ergebnisses**
- **Liste Fähigkeiten**

# Mitgliederbereich

Alle relevanten Termine  
und ergänzenden Videos,  
Sowie die Aufzeichnungen  
der Workshops

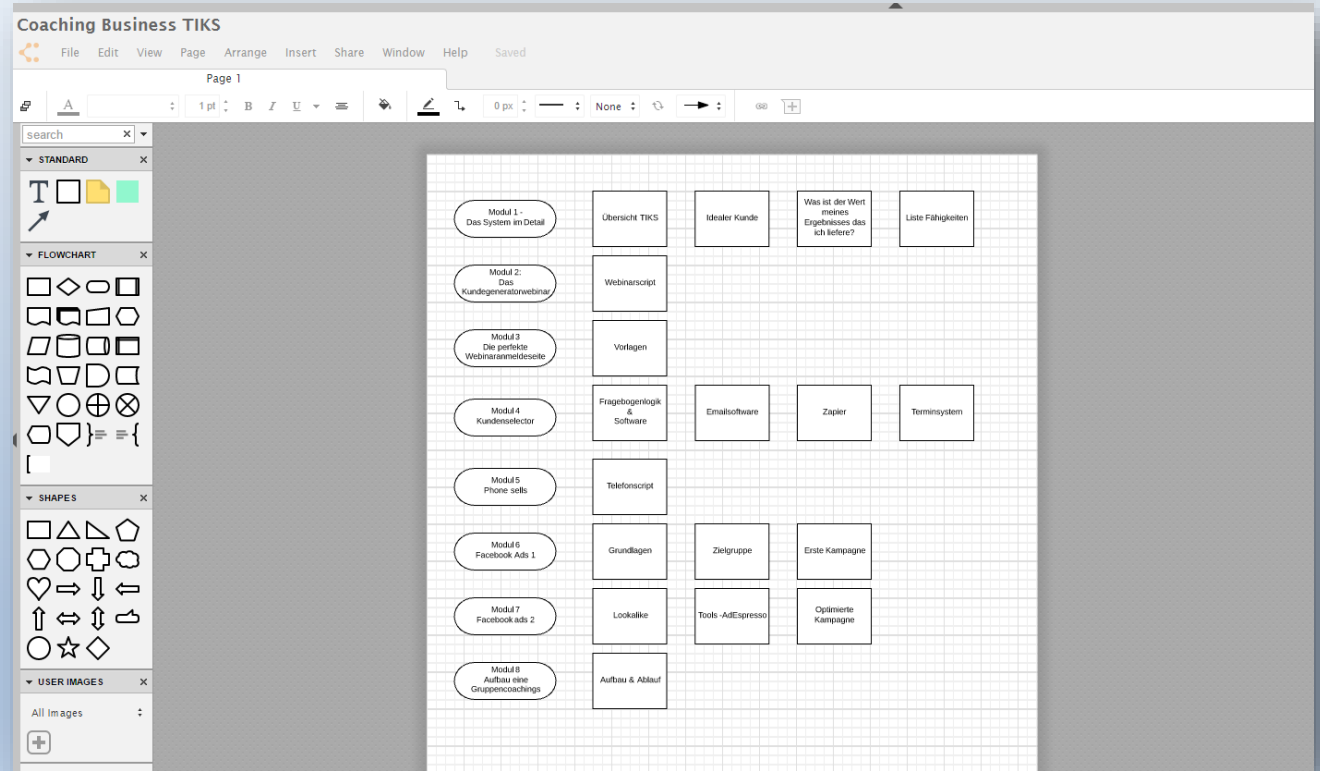
The screenshot shows a web interface for the 'DigitalSuccess' internal member area. At the top, there is a navigation bar with the 'DigitalSuccess' logo and 'Login' and 'Logout' links. Below the navigation bar is a blue lightbulb icon. The main heading is 'Willkommen im Internen Bereich des TIKS Coachings'. A sub-heading reads: 'In diesem Bereich finden Sie die aktuellen Coachingtermine sowie die ergänzenden Videos und Aufzeichnungen der Workshops'. Below this is a decorative separator with three wavy lines. The section is titled 'Aktuelle Termine:' and lists several modules with their dates and times: 'MODUL 1 am 2.5.2017 um 18.30 Uhr', 'MODUL 2 AM 9.5.2017 UM 18.30 UHR', 'MODUL 3 AM 16.5.2017 UM 18.30 UHR', 'MODUL 4 AM 23.5.2017 UM 18.30 UHR', 'MODUL 5 AM 30.5.2017 UM 18.30 UHR', 'MODUL 6 AM 6.6.2017 UM 18.30 UHR. VIDEOWORKSHOP', 'MODUL 7 AM 13.6.2017 UM 18.30 UHR', 'MODUL 8 AM 20.6.2017 UM 18.30 UHR', and 'AbschlussWORKSHOP AM 27.6.2017 UM 18.30 UHR'. Below the list is the heading 'Link zum Webinarraum :' followed by the URL 'https://digitalsuccess-clickmeeting.com/tiks-coaching' and the password 'Passwort: tiks52017'. The next section is titled 'Downloads' and contains three items: 'TIKS Module Übersicht', 'Kundenevatar', and 'Liste Fähigkeiten', each with a PDF icon. Below this is a section titled 'Möglichkeiten der Produktion von Coachingvideos - Beispiele Screencapture' with a decorative separator. It features a screenshot of a Camtasia Studio interface showing a video player with a timeline at the bottom. The video player shows a presentation slide with a colorful circular diagram. Below the screenshot is the text 'Link zu Camtasia Studio'.

# Hilfsmitteln und Tools zur Planung



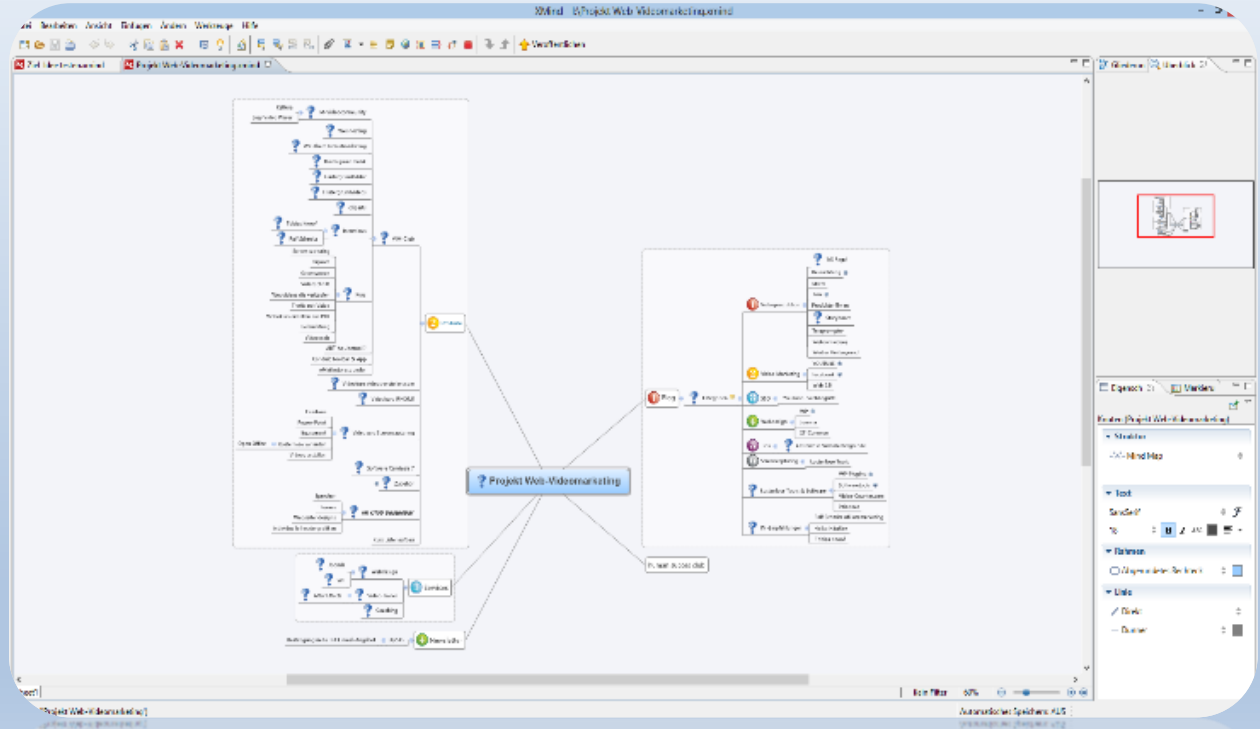


- **Lucidchart**
- *Professionelle & leistungsstarke Planungs Software*
- <http://lucidchart.com>



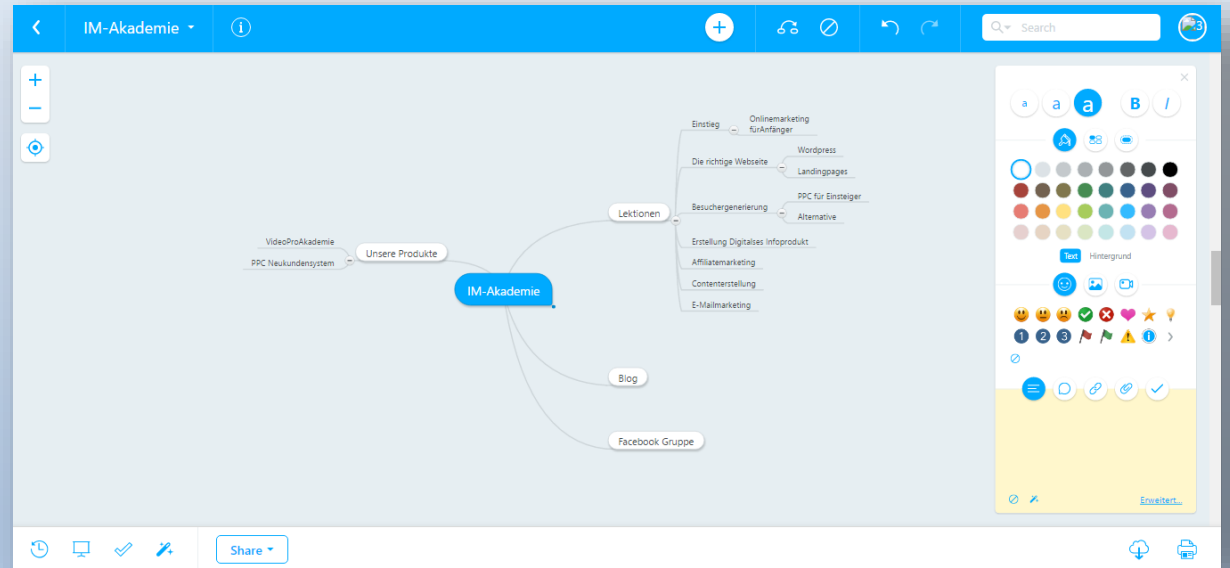


- XMind
- *Professionelle & leistungsstarke Mind-Mapping-Software*
- <http://xmind.at/>





- **Mindmeister**
- *Professionelle & leistungsstarke Mind-Mapping-Software*
- <http://mindmeister.com>



# Übersicht TIKS

# Das TIKS- System

Das System ist darauf ausgelegt **Sofort** Kunden zu generieren



Grundlage ist das AIDA Prinzip  
Aufmerksamkeit – Interesse – Drang - Abschluss



# Das TIKS- System

**T**raffic

## FB Werbung

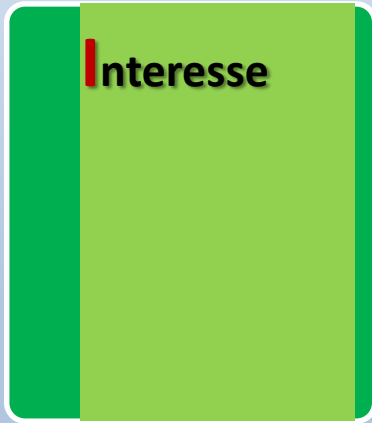
Exakte Wunschzielgruppe möglich  
nach Bedarf

Idealer Einstieg

## Spätere/andere Trafficquellen

- Google Adwords
- Affiliatemarketing
- Newsletterwerbung

# Das TIKS- System



## **Webinar/Videoworkshop**

Baut Vertrauen und Expertise auf  
Bietet Möglichkeit zum Kontakt bzw. Verkauf

## Spätere/andere Möglichkeiten

Aftersale für „Downsales“ bzw. Integration in  
E-Mailmarketing möglich

# Das TIKS- System

## Kontakt

### **Kontakt durch Fragebogen**

Informationen für das Vorgespräch werden gesammelt und/oder Interessent wird durch logische Fragen vorselektiert

### Spätere Möglichkeiten:

Logische Verknüpfung mit der E-Mailmarketinglösung.  
Völlige Automatisierung

# Das TIKS- System



## **Verkauf im Erstgespräch**

Roter Faden für das „Softselling“

## Spätere Möglichkeiten:

Outsourcing durch Agentur

Der ideale Traumkunde

**Kundenavatar**

# Kundenavatar

*„Der erste und wichtigste Schritt beim Aufbau eines Coachingbusiness ist es, herauszufinden **WER** Ihr Angebot sehen soll und mit **WEM** Sie am liebsten zusammen arbeiten möchten“*

*Frank Alm*

## Kundenavatar

### **Wie sind die Glaubenssätze von 95% der Coaches und Berater?**

- Ich habe ein so tolles Know How, dass muss einfach gekauft werden und ist für jeden geeignet.

# Kundenavatar

## Die Meisten denken in Eigenschaften

- Mein Produkt verbraucht nur x Strom
- Mein Produkt ist rot und wiegt nur 5 Kilo
- Mein Produkt leuchtet sogar im dunkeln
- ...



# Kundenavatar

## Das Problem unserer Werbung

- Es wird in Eigenschaften kommuniziert
- Es wird nicht auf den Kunden geschaut, was dieser für Probleme hat.

# Kundenavatar

**Der allererste und wichtigste Schritt,  
bevor Ihr überhaupt ein  
Coachingbusiness startet**

„Lernt Eure Kunden kennen“

## Kundenavatar

**Lernt im ersten Schritt Eure Kunden  
genau kennen und verstehen.**

Wenn Euer Kunde merkt, dass Ihr ihn kennt  
und versteht, dann vertraut er Euch.

Vertrauen ist die Grundlage jeder  
Kaufentscheidung

# Kundenavatar

**Wie lernt man seinen Kunden kennen?**

# Kundenavatar

## Wie lernt man seinen Kunden kennen?

Sich in den Kunden hineinversetzen und so tun, als wäre man selbst der Kunde.

Wer bin ich?

Wie sieht mein Alltag aus?

## Kundenavatar

### **Wie lernt man seinen Kunden kennen?**

Dann überlegt Ihr Euch, welche Probleme des Kunden Ihr mit Eurem KnowHow bzw. Eurer Dienstleistung & Coaching lösen könnt.

# Kundenavatar

## Fragen zur Kundenanalyse

- Was ist das größte Problem oder der größte Schmerz des Kunden?
- Wovor hat er Angst, worüber machte er sich Sorgen?
- Was hat er für Frustrationen?

# Kundenavatar

## Fragen zur Kundenanalyse

- Was sind seine größten Sehnsüchte?
- Was sind seine geheimsten Wünsche?
- Was sind seine Ziele?



# Kundenavatar

## Wo bekommt Ihr das raus?

- Recherchiert die Top 10 Blogs in den Märkten
- Was sind die meist geteilten Beiträge
- Welche Kommentare sind interessant
- Was sind die 10 Größen in diesen Märkten?
- Was sind die Top 10 Bücher in diesen Märkten?

# Kundenavatar

## Die 2 Hauptfragen

- Wo steht Euer Kunde heute und wovon will er weg?
- Wo will er hin?

# Kundenavatar

**Definiert Euren Wunschkunden so  
genau wie möglich**

**Erstellt einen Kundenavatar einen „Virtuellen Traumkunden“**

# Kundenavatar

- Wie ist sein Name?
- Wo wohnt er/sie?
- Was arbeitet er/sie ?
- Wie alt ist er/Sie
- Ist er verheiratet und hat er Kinder?
- Welche Hobbys hat er?
- Wie alt ist er?
- Was hat er für eine Intelligenz?
- Welche Ausbildung hat er gemacht?
- Über welches Einkommen verfügt er/sie?
- Welche Kleidung trägt er?
- ...

# Kundenavatar

## **Den Kunden so exakt wie möglich definieren**

Beschreibt Euren Kunden so gut wie es geht. Euer komplettes Marketing ist dann eine Konversation zwischen Eurem virtuellen Kunden und Euch.

# Kundenavatar

## **Beispiel: TIKS Coaching**

**– Mein perfekter Kunde: Coaches,  
Consultants, Berater, Therapeuten,  
Infobusinessexperten, Servicedienstleister**

Wo steht er heute, wovon will er weg ?

# Kundenavatar

## Beispiel: TIKS Coaching

### Seine Glaubenssätze:

- Ich habe von Onlinemarketing nur wenig Ahnung oder „zu Viel“
- Ich muss für jeden Euro eine gewisse Zeit arbeiten.
- Ich brauche erst einen Expertenstatus und/oder eine große Liste
- Ich muss erst bekannt sein
- Ich weis, dass im Coaching viel Geld verdient wird aber nicht wie

# Kundenavatar

## Beispiel: TIKS Coaching

### Wie fühlt er?

Unter Druck, weil er zu wenig Kunden hat;  
Ohnmächtig gegenüber Marketing (ich bin überfordert); muss mehr Geld verdienen (Mitarbeiter müssen bezahlt und die Familie ernährt werden)



# Kundenavatar

## **Beispiel: TIKS Coaching**

**Wie fühlt er?**

Ist im Hamsterrad gefangen

Er/Sie macht zu wenig Umsatz, hat Liquiditätsprobleme.

# Kundenavatar

## Beispiel: TIKS Coaching

### Wie fühlt er/sie?

Er/Sie rettet sich von Monat zu Monat, um zu überleben, er hat keine Freizeit für sich und seine Familie

# Kundenavatar

## Beispiel: TIKS Coaching

### Wo will er hin?

Er will wissen, wie man leicht und ohne Anstrengung neue Kunden gewinnt.

Er will wissen, mit welchen Methoden sein Coaching u/o Dienstleistung kinderleicht und schnell verkauft.

# Kundenavatar

## **Beispiel: TIKS Coaching**

**Wo will er hin?**

**Welches Gefühl möchte er haben?**

Eine innere Ruhe, das alles funktioniert, nachts ruhig schlafen, mit der Gewissheit, dass die nächsten Monate sowieso genug Geld reinkommt.

# Kundenavatar

## **Beispiel: TIKS Coaching**

**Wo will er hin?**

**Welches Gefühl möchte er haben?**

Er möchte Anerkennung von seinen Freunden und seiner Familie. Die Konkurrenz soll maßlos erblassen

# Kundenavatar

## Kundenavatar

Wie ist sein/ihr Name?

Wo wohnt er/sie?

Was arbeitet er/sie ?

Wie alt ist er/Sie

Ist er/sie verheiratet und hat er Kinder?

Welche Hobbys hat er/sie?

Wie alt ist er/sie?

Was hat er/sie für eine Intelligenz?

Welche Ausbildung hat er/sie gemacht?

Über welches Einkommen verfügt er/sie?

Was ist das größte Problem oder der größte Schmerz des Kunden?

Wovor hat er/sie Angst, worüber machte er/sie sich Sorgen?

Was hat er/sie für Frustrationen?

Was sind seine/ihre größten Sehnsüchte?

Was sind seine/ihre geheimsten Wünsche?

Was sind seine/ihre Ziele?

Wo steht Euer Kunde heute und wovon will er weg?

Formular im Mitgliederbereich

Stellt Euch **UNBEDINGT** folgende Frage:

**Was von meinem Wissen, hat die größte  
positive veränderte Wirkung  
die ich meinen Kunden bieten kann?**

**Welchen Wert (€) hat diese Wirkung?**

## **Beispiel:**

**Ihr zeigt einem Businesskunden, mit 200.000 € Jahresumsatz, wie er mit dem gleichen Arbeitsaufwand wie bisher, 30% mehr Umsatz, also 60.000 € mehr pro Jahr macht.**

**Was wäre das dem Kunden wert?**



## **Erstellt Euren ELEVATOR PITCH:**

**Ich helfe .....wie Sie ganz einfach (kinderleicht-  
schnell etc.) ..... und danach .....**

**Beispiel:**

**Vorher:** Ich bin Persönlichkeitscoach

**Nachher:**

Ich helfe Arbeitnehmern, wie sie aus dem Hamsterrad und Ihrem ungeliebten 9-5 Job herauskommen und dadurch freier, selbstbewußter und erfolgreicher sind.



**Welche 3 wertvollsten Tipps  
(Anleitungen) könnt Ihr Euren  
Kunden/Interessenten sofort geben  
mit denen diese sofort Ergebnisse  
erzielen würden?**



# Liste Eurer Fähigkeiten

## Liste Fähigkeiten

A:

B:

C:

D:

E:

F:

G:

H:

I:

J:

K:

L:

M:

N:

O:

P:

Q:

R:

S:

T:

U:

V:

WXYZ:

# **Termin für die “Sprechstunde”**

**Montag 8.5.**

**bei Fragen die nicht warten können bitte per Telefon  
01575-3659572**

**Nächster Workshop:**

**Dienstag 9.6. 18.30**