



Behalte den Ball im Auge!

Erfolgstrategien für Kinesiologen

Auf der Suche nach unkonventionellen Ideen und auf Empfehlung einer lieben Freundin las ich vor Kurzem das Buch von Stefan Merath: „Die Kunst, seine Kunden zu lieben“. Sein neuer Ansatz zu Unternehmensführung und Strategie ist auch für uns Kinesiologen interessant und daher möchte ich Euch meine Erkenntnisse aus dieser Lektüre nicht vorenthalten.

Text: Barbara Franke

Eine Geschichte

In „Die Kunst, seine Kunden zu lieben“ entwickelt Stefan Merath in einer Erzählung das Konzept der Neurostrategie. Die Neuerung an dieser Sichtweise ist es, den Unternehmer als Menschen in die Strategie mit einzubauen und seine Eigenschaften und Gefühle zu berücksichtigen.

Hauptsächlich wendet sich dieses Buch an Unternehmer, es sind jedoch kurze Darlegungen der Eigenheiten von Selbstständigen enthalten. Und genau diese interessieren uns

Baseball und Strategie:

Beginnen wir mit dem Bild der Baseball-Spieler:

Der Autor vergleicht Strategie mit einem Baseball-Spiel. Das Ziel der Spieler ist es, den Ball zu fangen. Sie laufen los und beobachten, wohin der Ball fliegt. Um den Ball zu erwischen, stellen sie während des Laufens Richtung und Geschwindigkeit ständig auf den Ball ein. Erst kurz bevor der Ball den Boden erreicht, wenn sie genau wissen, wo er ankommt, fangen sie ihn.

Die Entscheidung ist: fang den Ball. Strategie: behalte den Ball im Auge, um ihn zu fangen. Während des Laufens stelle dich auf die Flugrichtung und Geschwindigkeit ein.

Auf unsere Strategie bezogen bedeutet das:

Triff die Entscheidung, welche Kunden du erreichen möchtest. Dann beginne und richte deine laufenden Entscheidungen nach der Entwicklung der Kunden aus. Bis du genau weißt, wo du hin willst.

Die Motivation

Bevor wir uns ansehen, wie eine erfolgreiche Strategie für Kinesiologen aussehen kann, beschäftigen wir uns mit deiner Motivation. Denn nur in Bereichen, die dich ganzheitlich berühren, wirst du wirklich erfolgreich sein können.

Beantworte folgende Fragen für dich oder besprich sie mit einem vertrauten Menschen, der dich gerne unterstützt:

- Was hat dich dazu bewogen, Kinesiologe zu werden?
- Welche Themen interessieren Dich besonders?
- Auf welchen Gebieten fühlst du dich wohl?
- Welche Techniken und Methoden setzt du besonders gerne ein?

Die Kunden

Es ist sehr wichtig, die Zielgruppe für Dein Unternehmen klar zu definieren. Du sollst mit deinen Kunden gerne arbeiten und sie in gewisser Weise auch mögen – so stellst Du sicher, dass du Probleme vermeidest oder leichter lösen kannst. (Näheres dazu findest Du in: Die Kunst, seine Kunden zu lieben)

Um heraus zu finden, mit welchen Menschen du arbeiten möchtest, stell dir folgende Fragen:

- Welche Menschen mag ich in meinem privaten Umfeld?
- Welche Eigenschaften und Glaubenssätze haben sie?
- Warum komme ich mit ihnen gut zurecht?

Leg die Erkenntnisse aus diesen Antworten auf deine Kunden um:

- Welche Eigenschaften haben Menschen, mit denen du gut auskommst?

- Kundennutzen: Was brauchen Menschen, die diese Eigenschaften haben?
- Was kannst du davon mit deinem Angebot abdecken?

Dein Konkurrenzschutz:

Da du als Kinesiologe wahrscheinlich selbständig arbeitest, solltest du dich spezialisieren, um erfolgreich zu sein. Ein selbständiger Experte ist nicht ersetzbar – und das bietet dir einen entscheidenden Konkurrenzschutz.

Wie findest Du nun dein Spezialgebiet?

Stell dir folgende Fragen:

- Welche schwierigen Situationen habe ich im Leben überwunden?
- Was habe ich daraus gelernt?
Kann ich mich daher in gewisse Situationen der Kunden besser hinein fühlen, als jemand anders?
- Welches Gebiet interessiert mich besonders?
- Was liegt mir am Herzen?
- Dann sieh dir noch einmal an, was du im letzten Punkt erfahren hast:
- Was brauchen Kunden, die dem oben erstellten Profil entsprechen?
- Sind Kundennutzen und Spezialgebiet miteinander vereinbar?
- Was musst du an deinem Spezialgebiet verändern, damit es passt?
- Wie passt die Motivation dazu?

Die starken VIER:

Wenn du diese Bereiche bearbeitet hast, erfüllst du wahrscheinlich schon die ersten Kriterien der engpasskonzentrierten Strategie.

Die starken 4

Erstes Kriterium zum Erfolg:

Die Zielgruppe soll klein und gut definiert sein.

So hast du zwar „weniger Fische im Teich“, fischst aber von vornherein nur passende „Fische“. Diesen Schritt hast du getan, indem du die möglichen Kunden eingegrenzt hast.

Zweites Kriterium zum Erfolg:

Stelle eine Lösung für ein brennendes Problem deiner Kunden zur Verfügung.

Das hast du mit der Spezialisierung geschafft. Dennoch: ruh dich nicht auf deinen Lorbeeren aus, bleib in ständigem Austausch mit deinen Kunden und erfahre so, ob sich ihr Problem verlagert oder verändert. Erwähne dich dabei an das Bild mit dem Ball.

Drittes Kriterium zum Erfolg:

Immaterielles vor Materiellem!

Biete den Kunden zuerst einen immateriellen Nutzen – das ist für uns Kinesiologen ja ein Kinderspiel!

Viertes Kriterium zum Erfolg:

Nutzen des Kunden vor dem eigenen Nutzen.

Mach dir immer wieder bewusst, dass das Bestreben deines Unternehmens ist, den Kundennutzen sicher zu stellen. Der Gewinn sollte sich dann fast wie von selbst einstellen. Als Vertrauensvorschuss sozusagen.

Strategie als Weg

Womit wir beim Kernsatz der Strategie angelangt sind:

Strategie ist permanentes Fokussieren aller Kräfte auf den wirkungsvollsten Punkt, um seinen Kunden größeren Nutzen zu bieten. Strategie ist somit kein Konzept, sondern eine Einstellung und eine permanente Tätigkeit, die auf den eigenen Gefühlen beruht.

Für uns Kinesiologen heißt das: es sind die täglichen Entscheidungen – bewusst oder unbewusst – die unseren Plan erfolgreich werden lassen. Nach der Entscheidung, welchen Ball wir fangen wollen (Zielgruppe), müssen wir „dran bleiben“ und jeden Tag beobachten, wohin wir gehen.

Mein Tipp:

Balancen zu diesen Themen erleichtern es, das Ziel zu erreichen. Wähle Deine Fortbildungen nach dieser Sichtweise aus. Du wirst damit mehr Erfolg und auch Spaß haben. Umgib dich mit Menschen, die dich in deinem Vorhaben unterstützen und dir helfen, „den Ball im Auge zu behalten“.

Ich freue mich, wenn du deine Ideen und Kommentare zu diesem Thema in meinem Blog hinterlässt:

www.meisloaching.com/blog

Lies nach bei:

Merath, Stefan: Die Kunst, seine Kunden zu lieben. Neurostrategie für Unternehmer. Gabal, 2011



Barbara Franke

Kinesiologin, Zert. Energetikerin

Kontakt:

Eisenhowerstraße 17/10,
4600 Wels
Tel.: 0699 107 10 348
barbara.franke@gmx.at

[www.facebook.com/
KinesiologieBarbaraFranke](http://www.facebook.com/KinesiologieBarbaraFranke)



Bild: © ellypoo - Fotolia.com