

4 Einleitung

7 Kick-off

## PHASE

# 1 WARM-UP : VORBEREITUNG AUF DEN POSITIONIERUNGSPROZESS

14 1.1 Ciao Glaubenssätze: Was mich bisher (vielleicht) zurückgehalten hat

22 1.2 Meine Idee

26 1.3 Mein Positionierungsziel

32 1.4 Meine Ausgangssituation

38 Fazit Phase 1

## PHASE

# 2 DURCHSTARTEN | ANALYSE FÜR DEINE POSITIONIERUNG

42 2.1 Ich: Stärken & Schwächen Analyse

43 2.1.1 Meine Stärken und Schwächen

54 2.2 Meine Zielgruppe

56 2.2.1 Der Ideal-Kunde

60 2.2.2 Für wen - die Zielgruppe über Merkmale eingrenzen

62 2.2.3 Motive meiner Zielgruppe

66 2.2.4 Sinus Milieus® - Gruppen Gleichgesinnter\*

70 2.2.5 Verhalten meiner Zielgruppe

74 2.2.6 Wie entsteht ein Bedarf? Treiber und Barrieren

78 2.2.7 Kunden Berührungspunkte - hier treffe ich meine Zielgruppe

80 2.2.8 Meine Zielgruppendefinition

84 2.3 Der Markt

86 2.3.1 Mein relevanter Markt

90 2.3.2 Den Markt verstehen:

Marktgröße, Wachstumspotenziale und Kaufkraft

94 2.3.3 Meine Mitbewerber am Markt

100 2.4 Mein Angebot

104 2.4.1 Was ist mein Nutzen?

108 2.4.2 Mein Angebot auf die Zielgruppen-Motive ausrichten

110 Fazit Phase 2: die SWOT-Matrix

## PHASE

# 3 MEINE POSITIONIERUNG

124 3.1 Abgrenzung / Unterscheidungsmerkmal:  
Positionierung mit dem Polaritätsprofil

130 3.2 Mein Positionierungs-statement

138 3.3 Mein Positionierungs-Canvas

140 3.4 Tipps, um mein Vorhaben umzusetzen

143 3.5 Inspiration: Zwei Beispiele wirksamer Positionierungen

149 Über die Autorin: Julia Reuter, Herzblutdigital

150 Bücher | Publikationen

150 Weiterführende Literaturempfehlungen

150 Danke & Gruß

151 Impressum