

 **MISSION
MITTELSTAND**

Für ein neues Wirtschaftswunder


MATTHIAS AUMANN

DEINE WUNSCHKUNDEN FÜR OPTIMALE MARGEN

SO ZIEHST DU MIT WENIG AUFWAND DURCH KI
JEDERZEIT DEINE WUNSCHKUNDEN AN

WARUM DU MIT DIESER VORLAGE DURCH **SPITZE POSITIONIERUNG DIE RICHTIGEN KUNDEN GEWINNST**

Kennst du das? Du arbeitest viel, gibst alles und bekommst trotzdem nicht die Aufträge, die du dir wünschst. Entweder bleiben gute Kunden ganz aus oder du musst dich ständig für deine Preise rechtfertigen und wirst mit dem Billiganbieter um die Ecke verglichen. Die Aufträge, die wirklich Freude machen und gute Margen bringen, sind jedenfalls die Ausnahme statt die Regel.

Hier liegt der Knackpunkt: Dein Umsatz hängt davon ab, welche Kunden du anziehst. Wer für jeden zu haben ist, wird vom Markt wie Massenware behandelt. Wer dagegen eine klare Positionierung hat und seine Wunschkunden gezielt anspricht, wird zum gefragten Spezialisten mit echter Preissetzungsmacht. Und genau hier kommt KI ins Spiel.

In den drei Schritten auf den folgenden Seiten machst du genau das. Du brauchst kein Vorwissen, keinen IT-Crack und keine teure Software. Ein Claude-Zugang (oder alternativ ChatGPT) reicht. Den Rest machen wir gemeinsam.

TIPP

Plane für jeden Schritt 20 bis 40 Minuten ein. An einem konzentrierten Vormittag steht deine messerscharfe Positionierung samt erster Werbetexte.

Viel Spaß bei der Umsetzung!

SCHRITT 1: DEINEN WUNSCHKUNDEN MIT KI IN DEN FOKUS RÜCKEN

Gutes Marketing beginnt beim Kunden, lange bevor du die erste Werbeanzeige schaltest. Du brauchst ein präzises Bild davon, wen du eigentlich erreichen willst. Gemeint ist nicht „jeder, der bezahlen kann“. Gemeint ist der eine Kundentyp, bei dem deine Stärken voll zur Geltung kommen, der bereit ist, einen fairen Preis zu zahlen, und mit dem die Zusammenarbeit Freude macht.

Die meisten Unternehmer haben dafür ein vages Bauchgefühl, aber kein klares Profil. Genau hier hilft dir die KI weiter. Du fütterst sie mit den Eckdaten zu deinem Unternehmen und deinen besten Kunden, sie stellt Rückfragen und liefert dir am Ende einen Avatar deines Wunschkunden, mit dem du in den Schritten 2 und 3 direkt weiterarbeiten kannst.

PROMPT ZUM KOPIEREN

Du bist Marketing-Strategie für mittelständische Betriebe in Deutschland. Mein Unternehmen ist [Branche, Region]. Wir bieten [kurze Beschreibung deiner Leistung]. Mein durchschnittlicher Auftragswert liegt bei [X Euro]. Bevor du loslegst, schau dir meine aktuelle Website an: [URL].

Das hier sind die drei besten Kunden, die ich in den letzten 12 Monaten hatte: [kurze Beschreibung pro Kunde, z. B. Branche, Auftragsvolumen, was ich an ihnen besonders schätze].

Stell mir jetzt 5 gezielte Rückfragen, um meinen Wunschkunden präzise herauszuarbeiten. Danach lieferst du mir:

- 1. Eine Beschreibung meines Wunschkunden in drei Sätzen (wer ist er, in welcher Lebens- oder Unternehmenslage steht er, was treibt ihn)*
- 2. Die drei größten Probleme, mit denen er zu mir kommt*
- 3. Die drei wichtigsten Bedürfnisse, die hinter diesen Problemen stehen*
- 4. Die Sprache, in der er selbst über sein Problem spricht (typische Wörter und Phrasen)*
- 5. Die drei wichtigsten Einwände, die er gegen einen Kauf hat, und wie man sie löst*

SCHRITT 1: **DEINEN WUNSCHKUNDEN MIT KI IN DEN FOKUS RÜCKEN**

DEIN AUFTRAG

Führe das Gespräch mit der KI und trage die wichtigsten Ergebnisse unten ein. Diese drei Blöcke sind die Munition für Schritt 2 und 3.

Mein **Wunschkunde** in drei Sätzen:

- 1
- 2
- 3

Die drei größten **Probleme** meines Wunschkunden:

- 1
- 2
- 3

Die drei wichtigsten **Bedürfnisse** meines Wunschkunden:

- 1
- 2
- 3

Die drei besten **Argumente** zur Einwandbehandlung:

- 1
- 2
- 3

SCHRITT 2: DEINE KERNBOTSCHAFT SCHÄRFEN

Du weißt jetzt, wen du ansprechen willst. Im nächsten Schritt geht es darum, wie du dich präsentierst, damit dieser Wunschkunde sofort spürt: Hier bin ich richtig. Eine gute Kernbotschaft macht zwei Dinge gleichzeitig: Sie zieht deine Wunschkunden zuverlässig an und sie schreckt alle anderen ab. Du polarisierst. Und genau das willst du. Wer für jeden interessant ist, ist für niemanden besonders.

Die meisten Mittelständler trauen sich diese Zuspitzung nicht. Sie wollen niemanden vor den Kopf stoßen. Das Ergebnis: eine Außendarstellung, die so wischiwaschi ist, dass sie keinen Wunschkunden mehr erreicht. Mit KI baust du dir aus deinem Wunschkunden-Profil drei konkrete Werkzeuge, die du ab dem nächsten Tag auf deiner Homepage, in deinen Anzeigen und in jedem Kundengespräch einsetzen kannst.

PROMPT ZUM KOPIEREN

Du bist Positionierungs-Experte für mittelständische Betriebe. Auf Basis meines Wunschkunden-Profiles [hier den Avatar und die Probleme/Bedürfnisse aus Schritt 1 einfügen] erstellst du mir drei konkrete Werkzeuge für meine Außendarstellung:

- 1. Eine Positionierungs-Aussage in einem Satz nach diesem Muster: „Ich helfe [Wunschkunde] dabei, [konkretes Problem zu lösen / Ziel zu erreichen], unterscheide mich durch [klares Alleinstellungsmerkmal] und befriedige [tieferliegendes Bedürfnis].“*
- 2. Eine Kernbotschaft für meine Homepage und meine Werbeanzeigen (max. 12 Wörter), die meinen Wunschkunden sofort anspricht.*
- 3. Einen Elevator-Pitch für die Frage „Was machst du eigentlich?“ (3-4 Sätze, in gesprochener Sprache, ohne Floskeln).*

Liefere mir jeweils 3 Varianten zur Auswahl. Sprache: klar, mutig, ohne Marketing-Floskeln. Lieber zuspitzen als verwässern.

Kurz erklärt: Ein Elevator-Pitch ist die Antwort, die du in der Zeit einer kurzen Aufzugsfahrt geben könntest, wenn dich jemand fragt, was du eigentlich machst. Maximal drei bis vier Sätze in normaler Sprache.

SCHRITT 2: **DEINE KERNBOTSCHAFT SCHÄRFEN**

DEIN AUFTRAG

Lass dir die Varianten generieren und trage deine Favoriten unten ein. Diese drei Sätze sind ab heute deine Standardantworten.

Meine **Positionierungs-Aussage**:

Meine **Kernbotschaft** für Homepage und Anzeigen:

Mein **Elevator-Pitch**:

SCHRITT 3: WERBETEXTE UND ANZEIGEN, DIE ZIEHEN

Profil und Kernbotschaft stehen. Jetzt geht es darum, dafür zu sorgen, dass deine Wunschkunden dich auch sehen. Klassischerweise sitzt du dafür mit einer Agentur zusammen, drehst Briefing-Runden und wartest Wochen auf die ersten Entwürfe. Mit KI hast du innerhalb von Minuten fertige Werbetexte für Google, Meta und Print, jeweils in mehreren Varianten zum direkten Vergleich.

Der entscheidende Vorteil: Die KI kennt dein Wunschkunden-Profil und deine Kernbotschaft bereits aus den Schritten 1 und 2. Sie weiß, an wen sie schreibt und in welcher Sprache. Du musst nur noch das stärkste Ergebnis pro Kanal auswählen und in den Markt senden.

PROMPT ZUM KOPIEREN

Du bist Werbetexter mit der Spezialisierung auf gut konvertierende Werbeanzeigen. Auf Basis meines Wunschkunden-Profiles [Schritt 1] und meiner Kernbotschaft [Schritt 2] erstellst du Werbetexte für mein Angebot [hier dein Angebot beschreiben].

Erstelle für jeden der drei Kanäle jeweils 3 Varianten, damit ich die beste auswählen kann:

- A) Google-Anzeige (Überschriften max. 30 Zeichen, Beschreibungen max. 90 Zeichen)*
- B) Social-Media-Anzeige für Facebook und Instagram (max. 100 Wörter, persönliche Ansprache, mit Aufhänger der zum Klick verleitet)*
- C) Anzeige für Print oder Direct Mail (max. 150 Wörter, mit klarer Überschrift und Handlungsaufforderung)*

Sprache: du-Form (außer wenn meine Zielgruppe Sie-Form erwartet), kurze Sätze, ehrlich. Sprich das echte Problem meines Wunschkunden an. Keine Floskeln wie „Qualität seit 1985“ oder „Ihr Partner für“.

DEIN AUFTRAG

Lass dir die Varianten erstellen und wähle pro Kanal deinen stärksten Aufhänger aus. Trag sie unten ein. Diese drei Aufhänger sind dein Test-Set für den Markt.

Meine stärksten Aufhänger pro Kanal:

Google-Anzeige:

Social-Media-Anzeige:

Print oder Direct Mail:

Welche Kanäle für deinen Betrieb am besten funktionieren und wie du dein Werbebudget sauber verteilst, zeigen wir dir im Unternehmertraining.

DEIN ERGEBNIS: **DIE RICHTIGEN KUNDEN FINDEN VON SELBST DEN WEG ZU DIR**

Am Ende dieser drei Schritte hat dein Marketing eine ganz andere Schärfe. Dein Wunschkunde ist klar definiert. Deine Kernbotschaft trifft genau ins Schwarze. Deine Anzeigen ziehen nicht mehr jeden Preisdrücker an. Stattdessen kommen jetzt Kunden, die deinen Wert erkennen und bereit sind, dafür zu zahlen.

Das Beste daran: Die Arbeit machst du nur einmal. Danach hast du für jede neue Anzeige, jeden Verkaufstext und jede Landingpage eine klare Grundlage, auf die du immer wieder zurückgreifst. Was du vorher mit jeder Kampagne neu erfinden musstest, hast du jetzt schwarz auf weiß.

Denk immer dran: Wer alle ansprechen will, erreicht am Ende niemanden. Mit einer scharfen Positionierung und einer klaren Wunschkundenansprache wirst du sichtbar für die Kunden, die wirklich zu dir passen.

UND DENK DARAN

LIEBER UNPERFEKT STARTEN ALS PERFEKT WARTEN.

Wenn du dieses Worksheet umsetzt, hast du dein Marketing schon einen entscheidenden Schritt weiterentwickelt. Das ist aber nur eine von mehreren Säulen, die über den Erfolg deines Betriebs entscheiden. Die meisten Unternehmer scheitern nicht nur am Wissen, sondern auch an der Umsetzung im Tagesgeschäft. Deshalb arbeiten wir bei Mission Mittelstand mit unserer Unternehmer-KI, die unser Praxiswissen und die Erfahrung von über 5.500 Partnerbetrieben mit modernster Technologie verbindet. So schaffst du in wenigen Tagen das, wofür klassische Beratungen Monate brauchen.

Wenn du wissen willst, wie du dein Recruiting, deine Positionierung, deinen Vertrieb und deine internen Prozesse mit KI und zwei persönlichen Beratern an deiner Seite sauber aufstellst, dann sichere dir dein unverbindliches und vollständig kostenloses Erstgespräch!

SICHERE DIR JETZT DEIN KOSTENLOSES ERSTGESPRÄCH:
WWW.MATTHIAS-AUMANN.DE

