

# Inhaltsverzeichnis

**Einleitung** ..... **11**

**TEIL 1 – Dein Leben**

**1 Wie sieht deine ideale Woche aus?** ..... **22**

    Wie kommst du zu deiner idealen Woche? ..... 22

    Los geht's ..... 23

    Wie fühlt sich deine ideale Woche an? ..... 25

**2 Wie viel willst du arbeiten?** ..... **26**

    Zeit ist ein realer Faktor ..... 27

    Dein Quatschi und Du ..... 27

    Wie viel willst du also idealerweise arbeiten? ..... 28

    Was fängst du mit deinen Erkenntnissen an? ..... 30

**3 Wann willst du arbeiten?** ..... **31**

    Dein Körper ..... 32

    Dein Geist ..... 32

    Deine Seele ..... 32

    Energiemanagement ist kein Chi-Chi. .... 33

    Wie findest du heraus, was wann dran ist? ..... 33

**4 Geht sich das aus?** ..... **36**

    Die Macht der kleinen Schritte ..... 37

    Was nun? ..... 38

## TEIL 2 – Deine Finanzen

<b>1</b>	<b>Grundgedanken zu Profit First</b>	<b>42</b>
	Was läuft schief bei den Finanzen?	42
	Was ist Profit First und warum funktioniert es?	42
	Die Überlebensfalle für deine Finanzen.	44
	Die korrupte BWL-Formel	45
	Die Profit-First-Formel	46
	Der Parkinson-Effekt.	47
	Die Aufgaben deines Unternehmens laut Profit First	48
	Die vier Prinzipien von Profit First	51
	Profit First in deinem Unternehmen.	52
<b>2</b>	<b>Deine Monthly Nut – die Monatsnuss.</b>	<b>53</b>
<b>3</b>	<b>Kosten optimieren.</b>	<b>57</b>
	Deine Kostenanalyse.	58
<b>4</b>	<b>Profit First für deine Zeit.</b>	<b>64</b>
	Gewinn = Quality Time = Seelenzeit	64
	Inhaber Gehalt = Privatleben	64
	Steuern = Zeit für Soziales.	66
	Laufende Ausgaben = Zeit fürs Business	67

## TEIL 3 – Dein Wer

<b>1</b>	<b>Was bedeutet Positionierung?</b>	<b>70</b>
	Wieso interessiert dich Positionierung überhaupt?	70
	Wie positionierst du dich? Und für wen?	71
	Wer bist du?	72
	Warum tust du, was du tust ... oder eben nicht?	72
	Was willst du tun?	76

Wie willst du es tun? .....	77
Für wen willst du es tun? .....	78
Was ist deine Vision? .....	79
<b>2 Wer ist dein idealer Kunde? .....</b>	<b>81</b>
Nett ist nicht genug .....	82
Ich bin okay - Du bist okay! .....	85
Warum sind Wunschkunden wichtig für dein Wunschbusiness? .....	85
Ja, wer denn nun?! .....	86
<b>3 Mit wem möchtest du arbeiten – und mit wem vielleicht lieber nicht? .....</b>	<b>87</b>
Wider der Informations-Überflutung .....	87
Welt der Wunschkunden-Wunder .....	89
Wie findest du deine Nische? .....	90
Mach dich locker .....	91
Wo die Liebe hinfällt .....	91
Sitzt, passt, wackelt und hat Luft .....	92
Show me the Money .....	94
<b>4 Wie ziehst du die richtigen Kunden an und komplimentierst die anderen hinaus? .....</b>	<b>96</b>
Dein Auftritt – gut organisiert .....	96
Showtime .....	97
Wie ziehst du die Richtigen an (und hältst die anderen fern)? .....	101
Die richtige Ansprache macht's .....	102
Warum ist das interessant? .....	102
Die Macht der Authentizität .....	104
Dein Dream-Team als ganz besonderer Bonus .....	106

## TEIL 4 – Dein Wie

<b>1</b>	<b>Wie sehen dein Businessmodell und dein Angebot aus? .....</b>	<b>110</b>
	Wo stehst du jetzt? .....	110
	Deine Kunden und Umsätze .....	110
	Deine Mitarbeiter .....	111
	Deine Dienstleister .....	111
	Deine Entscheidungen .....	112
	Deine Angebote .....	112
	Und das kam so .....	113
	Was will ich dir damit sagen? .....	113
	Was fängst du nun damit an? .....	114
<b>2</b>	<b>Was brauchen du und dein Unternehmen zum Leben? .....</b>	<b>115</b>
	Der interne Stundensatz für dein Business .....	115
	Deine Gemeinkosten im Business .....	115
	Sonderfall Personalkosten .....	116
	Deine privaten Gemeinkosten .....	117
	Deine Produktivstunden .....	117
	Wie findest du nun diesen ominösen „internen Stundensatz“ heraus? .....	118
	Was sagt dir diese Zahl? .....	119
	Welche Schlüsse kannst du daraus ziehen? .....	119
<b>3</b>	<b>Dein Wunschbusiness über Kopf kalkuliert .....</b>	<b>121</b>
	Dein Wunschbusiness – rückwärts kalkuliert .....	122
	Dein externer Stundensatz .....	123
	Die Magie deines Umsatz-Ziels .....	127
	Zurück zu deinem externen Stundensatz .....	128
<b>4</b>	<b>An welchen Stellschrauben kannst und möchtest du drehen, um deine Stundensätze zu erreichen? .....</b>	<b>130</b>
	Darf man da einfach dran drehen? .....	130
	Andere Leistungen .....	131

Andere Angebotspakete .....	133
Andere Preise .....	134
Andere Kunden .....	136
Andere Ansprechpartner .....	137
Interne Stellschrauben .....	138
<b>Wie geht es weiter? .....</b>	<b>139</b>

## **TEIL 5 – Dein „Feenstaub“**

<b>1 Welche Leistungen passen zu deinem Business-Modell? .....</b>	<b>142</b>
Dein persönlicher Feenstaub .....	143
Dein Warum .....	144
Was erfüllt dich mit Freude? .....	144
Welchen Nutzen schaffst du mit deiner Leistung? .....	144
Dein(e) Innovationsbereich(e) .....	147
<b>2 Welche Preise sind angemessen und wie kannst du sie durchsetzen? .....</b>	<b>149</b>
Das Gesetz der Wirtschaft .....	150
Finde deinen Preis durch dein Einkommensziel – Grundlagen des Value Pricing .....	150
Was bedeuten diese Varianten für dich? .....	154
Preispsychologie .....	155
Pricing im Wunschbusiness: Beginne mit Deinen finanziellen Zielen! .....	157
Was ist deine Pricing-Ausgangsbasis? .....	157
Was erfährst du aus dieser Übung? .....	159
<b>3 Wie kannst du dein Wissen in Leistungspakete übersetzen? .....</b>	<b>161</b>
Was darf das kosten? Deine Paketpreise .....	164
Und jetzt zurück zum Value Pricing .....	165
Preise und Pakete kommunizieren .....	166

<b>4 Welche Kunden wirst du damit glücklich machen? .....</b>	<b>168</b>
Das nächste Level des Verstehens .....	168
Wie gehst du dabei am besten vor? .....	169
Der magische Zündschlüssel der Kommunikation. ....	171
„Frag immer erst WARUM!“ .....	171
Mission + Vision = Antrieb .....	172
Dein Was .....	173
Dein Wie .....	174
<b>Wrap-Up: Du ziehst den großen Kreis um alles und stimmst deine einzelnen Schritte aufeinander ab .....</b>	<b>176</b>