

Was willst du in der Welt bewirken?

Welchen Unterschied macht dein Unternehmen in der Welt?
 Wo siehst du den größten Handlungsbedarf in der Welt?
 Welchen Sinn erfüllt dein Unternehmen über den Kunden hinaus?
 Was macht dich glücklich?

Was verliert die Welt, wenn du aufgibst?

Was würde fehlen, wenn dein Unternehmen vom Markt verschwände?
 Was würde in 30 Jahren fehlen?
 Wer würdest du, wenn dein Unternehmen nicht existiert?
 Was ist die Schönheit deines Unternehmens?
 Wofür bist du dankbar?

Welches Grundmotiv treibt dich an?

Erinnere dich an ein initiales Erlebnis im Alter zwischen 4 bis 12 Jahren, das deinen Weg beeinflusst hat?
 Warum tust du genau das was du tust und nichts anderes?
 Was ist das zentrale Motiv, das dich auch bei den schwierigsten Kürden nicht vom Weg abkommen lässt?

Warum jetzt?

Warum kannst du nicht warten, zu tun was du tun musst?
 Was macht dich ungeduldig?
 Womit verbringst du die meiste Zeit?
 Warum sollte sich deine Zielgruppe jetzt bewegen?

Worauf fokussierst du?

Was siehst du unmittelbar vor dir?
 Was an deinem Unternehmen benötigt jetzt deine volle Aufmerksamkeit?
 Wo musst du Energie aufzufrischen?
 Was ziehst du heute schon automatisch an?
 Tu das wichtigste zuerst und das zweitwichtigste überhaupt nicht!

Was ist deine Vision?

Formuliere dein Weltbild (Feld ganz links oben) so, dass es hohe Relevanz für Mitarbeiter, Kunden und die Öffentlichkeit hat!
 Formuliere so, dass man die Vision nie wieder vergisst, wenn man sie einmal gehört hat!
 Liefere Gründe dafür, dass andere deine Vision auf emotional positive Art weitertragen!

Welche Mitstreiter brauchst du?

Wie sollen deine Mitarbeiter sein?
 Wie sollen Geschäftspartner sein?
 Welche Ansprache stellst du an Lieferanten?
 Welche Menschen ziehst du schon heute an?
 Wie findest du die Menschen, die an dasselbe glauben wie du?

Was bewirkt du bei deinen Kunden?

Was sind die Ziele deiner Kunden?
 Wo bringst du deine Kunden hin?
 Wonach fragen deine Kunden?
 Was hindert deine Kunden daran, zu bekommen was sie wollen?
 Womit oder wogegen kämpfen deine Kunden?

Wer sind deine Lieblingsemenschen?

Benenne deine vier liebsten Menschen.
 Welche Charaktereigenschaften und Werte teilen sie?
 Was verbindet dich mit diesen Menschen?
 Beschreibe die Qualität deiner Beziehung zu ihnen!

Wer ist deine Lieblingszielgruppe?

Welche 20 Prozent deiner Kunden sind dir am liebsten?
 Welche deiner Kunden beauftragen dich ohne zu zögern?
 Was für Kunden wünschst du dir?
 Für welchen Typ Kunde entwickelst du eine natürliche Empathie?
 Beschreibe die ideale Kundin/den idealen Kunden!

Was braucht deine Zielgruppe?

Was ist das konstante Grundbedürfnis deiner Zielgruppe?
 Was behindert deine Zielgruppe bei deren Weiterentwicklung?
 Jede Antwort verweist auf eine separate Zielgruppe. Für welche dieser Zielgruppe bist du der ideale Lösungsanbieter?

Wonach sucht deine Zielgruppe händeringend?

Was bereit deiner Zielgruppe auf den Nägeln?
 Mit welchen Keywords suchen sie im Internet nach einer Lösung?
 Was hält deine Zielgruppe nachts schlaflos an die Decke starren?
 Über welche Sorgen und Nöte spricht deine Zielgruppe?

Wo und wie verkaufst du?

Auf welchen Plattformen und Kanälen erwerben Kunden deine Produkte?
 An welchem Ort kannst du Interessen für deine Produkte gewinnen?
 Welche Multiplikatoren tragen zur Wertsteigerung der Unternehmensmarke bei?
 Welches niedrigschwellige Angebot kannst du deinen Kunden unterbreiten?

Was und wie kommunizierst du?

Welche Kernbotschaft für deine Kunden leitest du aus dem bisher erarbeiteten ab?
 Auf welchen kommunikativen Ebenen spielst du: Mitteilung, Verbindung, Motivation oder Inspiration?
 Womit verhilfst du?
 Womit hilfst du?

Was willst du für dich?

Welche durchaus egoistischen Ziele hast du?
 (Umsatz, Einkommen, Arbeitszeit, Marktanteil etc.)
 Wozu willst du das?
 Welche Wünsche stehen dahinter?

Warum du?

Warum führst ausgerechnet du das Unternehmen, das du heute führst?
 Was wirst du in 20 Jahren tun?
 Inwiefern hast du dich verändert?
 Was bringen deine vier liebsten Menschen zu deinem 90. Geburtstag als Toast auf dich?

Wie sieht dein unternehmerisches Selbstbild aus?

Welcher Typ Unternehmer bist du: Verkäufer, Händler, Verkäufer, Investor, Freelancer, Experte, Entrepreneur, Solopreneur, Socialpreneur, Übermutter, Visionär, Machern, Manager, Hamster, Selbstausbeuter, Freiberufler, Digitaler Nomade oder etwas ganz anderes?

Was ist dein Geldhahn?

Womit verdienst du dein Geld?
 Wie sieht der Hebel aus, mit dem du den Geldzufluss forciert oder drosselst?
 Tauschst du Zeit gegen Geld oder hast du eine „Gans die goldene Eier legt“?
 Wo kannst du Geld investieren, um Zeit zu gewinnen?

Welchen Preis haben deine Produkte?

Wenn du Dienstleistungen anbietest: Wie kannst du sie produktisieren?
 Klebe auf alle Einheiten Preisschilder!
 Welche Produkte kannst du hinzufügen?
 Welche Produkte willst du eliminieren?
 Welche Preise möchtest du wie verändern?

Was ist der Markenkern deines Unternehmens?

Was macht dein Unternehmen einzigartig attraktiv?
 Welches sind die Werttreiber in und an deinem Unternehmen?
 Was zieht deine Kunden magisch an?
 Worn lässt du dich auf keine Fall korrumpieren?

Welche Prinzipien tragen dein Unternehmen?

Welche Werte bestimmen deine unternehmerische Richtung?
 Mit welchen Strukturen, Systemen und Regeln stellst du sicher, dass dein Unternehmen deiner Vision folgt.
 Welche Rituale und Gewohnheiten führst du ein, um Marke und Lernfelder zu unterstützen?

Was willst du loswerden?

Was geht dir so richtig auf die Nerven?
 Was willst du endlich aus deinem Leben verbannen?
 Was müsstest du tun, damit sich diese Probleme noch verschlimmern?
 Was würde passieren, wenn du diese Probleme ignorieren würdest?

Wo drückt bei dir der Schuh?

Welches deiner Probleme ist das unerträglichste?
 Welches deiner Probleme ist die Ursache weiterer Probleme?
 Eine gute Fee erscheint. Du hast genau einen Wunsch frei. Was wünschst du dir?

Was fühlst du?

Was fühlst du genau jetzt in diesem Moment?
 Und was jetzt?
 Beobachte, wie sich deine Gefühle von Moment zu Moment verändern!
 Was macht dich wütend?
 Was ärgert dich?
 Was macht dich ohnmächtig?
 Was erfüllt dich mit Freude?

Wovon bist du abhängig?

Liste alles auf, zu dem es eine Abhängigkeitsbeziehung gibt: Verträge, Schulden, Hypotheken, Fördermittelgeber, Vermieter, Mieter, Ex-Partner, Geschäftspartner, Verpflichtungen, Angehörige, Ehrenamt, Mitgliedschaften, Bedürfnisse, Gewohnheiten, Überzeugungen usw.!

Wie wird dein Unternehmen von dir unabhängig?

Du hast ein Unternehmen, aber du bist nicht dein Unternehmen!
 Welche Prozesse und Abläufe lassen sich digitalisieren und automatisieren?
 Wenn du selbst nicht mehr von deinem Unternehmen abhängig bist, wie erreichst du, dass auch dein Unternehmen von Dir unabhängig wird?

Wem übergibst du dein Unternehmen?

Wie muss dein unternehmerischer Nachfolger sein?
 Was übergibst du deinem Nachfolger?
 Was steigert den Wert für deinen Nachfolger?

Was willst du noch lernen?

Welche unternehmerischen Fähigkeiten entwickelst du weiter?
 „Du musst die Veränderung sein, die du in der Welt sehen willst“ (Gandhi)
 Wer bist du in zehn Jahren?



Bedürfnisse

Kraftquelle

Wachstum

Geschäftsmodell

Geldfluss

Installation

Manifestation