



Anleitung Quantenpanorama Coaching

Kleine Anleitung, wie Sie das Quanten-Panorama-Format zur Kategorisierung Ihrer Produkte und Segmentierung Ihrer Zielgruppen verwenden können

1. **Einteilung:** Erfassen der Produkte und Dienstleistungen, Welche Produkte oder Dienstleistungen haben Sie? Sortieren Sie diese nach Preiskategorien. Empfehlenswert: Die Aufteilung – 1, 0, 1, 2, 3 **Bild: Einteilung der Produkte nach Umsatz und / oder Marge**



- 1 bis 0	Produkte, die momentan ein Minusgeschäft machen oder erzeugen
0 bis 1	Produkte, die sich gerade deckungsbeitragsmäßig auszahlen, also ein Nullsummenspiel. Einsatz und Gewinn heben sich auf.
1 bis 2	Produkte, die über der Deckungsbeitragsgrenze liegen und erste Gewinne erzeugen
2 bis 3	Produkte, die sichere Gewinne abwerfen und nachhaltige Wertschöpfung erzeugen
Größer 3	Produkte, die Traumgewinne und Wohlstand aufbauen

Siehe Coaching Videos im YouTube-Kanal Business Schamane, Quantenpanorama-Coaching am Beispiel einer Kfz-Werkstatt. Teilen Sie Ihre eigenen Produkte nach diesen Kategorien ein.

2. **Bewusstwerdung**, welche Produkte oder Dienstleistungen gerade am meisten verkauft werden und welche Produkte mit einer höheren Marge noch nicht richtig angeboten werden.



3. **Entwicklung von Potenzial-Produkten** und innovativen Dienstleitungen im Hochpreissegment mit hohen Erträgen für eine kaufkräftige Klientel. Sich öffnen für diese Premiumkunden.
4. **Stolpersteine loslassen:** Die Hindernisse und Blockaden zu den jeweiligen Zielgruppensegmenten auflösen, z.B. mit den Ayahuasca-Karten und der Hyperraum-Q-Matrix-Methode (2-Punkt-Matrixen). Die notwendigen Ressourcen bereitstellen.
5. **Die Attraktivität** der Produkte und Dienstleistungen pro Zielgruppensegment erhöhen. Mehrwerte und Nutzen anbieten. Fokus auf Kundenzufriedenheit und Kundenbegeisterung.
6. **Das Ganze verankern** im mentalen Raum durch die N2H-Methode (Nice-to-have). Das heißt, die zukünftige Premiumzielgruppe ist ein selbstverständlicher Teil im mentalen Raum Ihres Gehirns. So einfach wie Zähneputzen oder Kaffeetrinken, kommen die Premiumkunden zu Ihnen.
7. **Erste kleine Erfolge** immer wieder verstärken. **Intentionen boostern**, z.B. mit dem Matrixdreieck als Verstärker Ihrer Botschaften und Ziele.
8. **Nachfragesog erzeugen.** Die Kunden von Segment zu Segment bewegen, ein 2er Kunden kann ein 3er Kunde werden. Ausrichtung auf das Premiumsegment
9. **Das Marketing** stets auf das jeweilige Segment abstimmen (1:1 und 1:n) und den Erfolg soweit es geht messen.
10. **Fokus und Aufmerksamkeit** aufrechterhalten für die wertschöpfenden Prozesse und Schlüsselaktivitäten. Automatisierte Prozesse einführen.
11. **Die richtige Strategie** einsetzen. Insbesondere im Internet.

Hier können Sie einen Strategievortrag (Präsentation) von Gerardo Laempe downloaden und anschauen <http://laempe.media/strategie-champions> .