



Ich bin in einem Markt aktiv, der nicht zu den unteren (wichtigsten) Stufen der Bedürfnispyramide gehört. Was mache ich dann?

Zunächst einmal ist das kein Grund, um panisch zu werden oder das eigene Angebot in Frage zu stellen. 😊

Die Stufen der Bedürfnispyramide sind „nur“ Orientierungspunkte und bedeuten nicht, dass man mit Produkten, die keine körperlichen, sozialen oder Sicherheitsbedürfnisse ansprechen, keine Umsätze erzielt. Es gibt viele Beispiele für erfolgreiche Unternehmer und Coaches, die Individual- und Selbstverwirklichungsbedürfnisse ansprechen und enorm erfolgreich damit sind. Es kommt nur darauf an, wie du dein Angebot vermarktest.

Das wichtigste Prinzip, das du dabei beachten solltest: Menschen wollen nicht einfach etwas verbessern, was bisher nicht funktioniert hat. Sie wollen etwas Neues, das das ersetzt, was bisher nicht funktioniert hat. Es geht um eine konkrete Veränderung. Und besonders dann, wenn deine Nische in einer der oberen Stufen der Bedürfnispyramide angesiedelt ist, solltest du dich auf die Veränderung des Status deiner Zielgruppe fokussieren.

Gerade, wenn jemand ein Angebot in den Märkten der Individual- und Selbstverwirklichungsbedürfnisse sieht, stellt er / sie sich unbewusst oft die folgende Frage: „Wird diese Sache meinen Status verringern oder vergrößern?“

Man kann dies gut oder schlecht finden, aber Status ist in unser aller Leben allgegenwärtig und bezieht sich unter anderem auf Bereiche wie Leistung, Beruf, Aussehen, Fitness, Beziehungen oder Finanzen. Und wenn du einmal darüber nachdenkst, wirst sicherlich auch du feststellen, dass viele Entscheidungen in deinem Leben etwas mit der Verbesserung deines Status zu tun hatten.



Checkliste 1.1 – Bedürfnis



1. Falls du ein Angebot hast, das den Status von Menschen grundlegend verändern kann: Frage dich, wie Menschen mit deinem Angebot ihren Status konkret verändern können. Macht dein Angebot sie beliebt, mächtig, attraktiv, fit, begehrt oder reich?
2. Falls du ein Angebot hast, das den Status von Menschen weiter verbessern kann: Frage dich, wie Menschen mit deinem Angebot ihren Status erhöhen können. Macht dein Angebot sie noch beliebter, mächtiger, attraktiver, fitter, beehrter oder reicher?

