



Was mache ich, wenn der Wunsch für meine Interessenten zwar einen hohen Wert hat, sie aber die Wahrscheinlichkeit, ihn zu erreichen, als gering einschätzen?

Wenn du befürchtest, dass deine Zielgruppe ihre Wunscherreichung als enorm gering einschätzt, dann kann das mehrere Gründe haben:

- Grund 1: Der Wunsch ist grundsätzlich nicht erfüllbar.
- Grund 2: Der Wunsch ist zwar grundsätzlich erfüllbar, dein Angebot kann ihn aber nicht erfüllen.
- Grund 3: Der Wunsch ist grundsätzlich erfüllbar, dein Angebot kann ihn auch erfüllen, aber deine Interessenten zweifeln daran, dass sie selbst in der Lage sind, ihn mit deinem Angebot erfüllen zu können.

Für jeden Grund bietet sich eine andere Vorgehensweise an:

- | | |
|----|---|
| 1. | Grund 1 – Wenn dies so ist, kann auch das beste Marketing keine Wunder vollbringen. In diesem Fall solltest du einen anderen (erfüllbaren) Wunsch adressieren. |
| 2. | Grund 2 – In diesem Fall gibt es zwei Möglichkeiten: Du veränderst dein Angebot, so dass es den Wunsch erfüllt (die bessere Variante), oder du adressierst einen anderen Wunsch (die schlechtere Variante). |



3. Grund 3 – Falls dieser Grund zutrifft, spielen die internen Glaubenssätze deiner Zielgruppe eine limitierende Rolle. Daher solltest du verstärkt alle Glaubenssätze aufschreiben, die deine Interessenten über sich selbst haben und die einer Wunscherfüllung im Wege stehen könnten. Überlege dir dann anschließend für jeden Glaubenssatz Argumente und Geschichten, die ihn widerlegen (schaue dir hierzu auch noch einmal Checkliste 2.3 an).

