

Marktrecherche Vorgehen

1. Ask Campaign + Auswertung, um schon mal eine grobe Richtung zu bekommen. (Pain Points aufschreiben und schon mal einen ersten Big Domino Statement aufschreiben:
“Wenn wir ... davon überzeugen, dass sie ... nur hat, weil ... und, dass sie das lösen kann, wenn sie ..., dann werden wir ... verkaufen”
(If I can make [market] believe that [symptoms] are actually a sign of [actual problem/underlying disease] and the only way to cure [underlying disease] and get [ultimate desire] is [unique mechanism] that is presented in my [offer], then all objections become irrelevant and people have to invest.)
2. Recherche Zielgruppe Ausweiten
 - In Foren Aussagen zum Thema suchen: (Google Suche: “Größtes Problem + Forum” eingeben)
Beiträge lesen und Sätze, die dazu passen, rauskopieren (wörtlich).
Was sind die größten Pain Points zu dem Thema, In welchen Foren wurde das gepostet und wer hat das gepostet?
 - In Kursen stöbern, auf [Udemy](#) oder anderen Kursplattformen und Rezensionen lesen (Was hat den Menschen geholfen? Was war besonders gefragt? Und vor allem auch: Mit welchen Kursen zu dem Thema waren sie nicht zufrieden und warum?
Wieder Sätze wörtlich rauskopieren -> Das sind Einwände, warum Menschen glauben, dass etwas nicht funktionieren kann, die ihr dann im Kurs entkräften könnt)
 - Ein bis drei Interviews mit Betroffenen führen und Painpoints, Glaubenssätze aufschreiben
3. Online Recherche (Was gibt es schon auf dem Markt dazu - Best Practice) und [Liste](#) erstellen (Hier mindestens 1 Tag Zeit nehmen und fokussiert nur das machen!) [Clickbank](#) / [Digistore](#)
 - Nach Kursen suchen und vor allem nach guten Landingpages und VSLs. (Super wichtig! Von der Konkurrenz lernen! Was hat schon funktioniert?)
 - Hier ist es wichtig, dass Ihr Euch auch Produkte anschaut, die zum Beispiel gar keine Kurse sind. Nehmen wir an, wir hätten das Thema Schlaf: Dann schaut Euch auch an, wie Tabletten vermarktet werden. Welche Pain Points werden angesprochen? Wie ist die Story aufgebaut, damit am Ende alle denken, dass sei “die Lösung”?
Dadurch lernt ihr die Zielgruppe noch viel besser kennen.

- Sucht auch nach [wissenschaftlichen Erkenntnissen](#) zu dem Thema. Vielleicht gibt es eine Studie, die etwas Tolles herausgefunden hat, auf dem ihr aufbauen könnt? (Diese Suche funktioniert meist nur in englisch)
4. [Produkt-Profil ausfüllen](#) und den Big Domino Statement anpassen!
- a. Gebt Eurem Vorgehen einen speziellen Namen, erschafft damit eine neue Methode (Zum Beispiel: Zeitmanagement, um weniger Stress zu haben -> Die 80/20 Formel) Achtung: Das ist nicht Euer Produkt-Name! Das ist der Name eurer Methode, um das Ziel zu erreichen sozusagen.
 - i. Macht Euch Gedanken darüber, wie Ihr Euch mit dieser Methode von der Konkurrenz abhebt. Warum ist sie besser und völlig neu? Warum ist das die Lösung? (Zum Beispiel wenn man sich immer so fühlt, als hätte man keine Zeit)
 - b. Gebt Eurem Produkt einen Namen: Schon durch den Namen sollte klar werden, was ich dadurch erreiche. Zum Beispiel: >>Endlich "Frei"Zeit<< (Trotz Alltagsstress)
 - c. Falls es ein bestimmtes Problem gibt, dann gibt auch dem einen Namen (bei der Energie-Formel: Lebensenergie-Blockade; Bei Hormone im Gleichgewicht: Du bist in die "Hormon-Falle" geraten) Bei Müdigkeit zum Beispiel: Irgendwas mit Gedankenkreisen. Nicht abschalten können? Anspannungsreaktion oder so ähnlich? (Ihr wisst glaub ich, was ich meine)
 Wenn ihr an diesem Punkt angekommen seid, dann macht am besten ein kleines Loom zu eurem Produkt für alle und lasst das gesamte Team brainstormen (Asanas versenden) Das hat immer am besten funktioniert. (Auch für den Produktnamen oder die Methode)