

Die Expertise-Gap

Hallo und ganz herzlich willkommen zu einer neuen Folge im Expertise im Flow Podcast. Ich bin Dr. Simone Weissenbach, Mentorin für dein Expertise-Business und begleite dich sehr gerne durch die heutige Folge. Und ich musste mich gerade tatsächlich so ein bisschen zusammenreißen, dass ich tatsächlich Expertise im Flow-Podcast sage statt Scale with Ease. So hieß er ja die letzten Jahre und ich hatte in der letzten Folge ja schon so ein bisschen darüber erzählt, warum aus Scale with Ease, also skalieren mit Leichtigkeit, jetzt Expertise im Flow wird.

Hab schon ein bisschen sowas zu meinen Ideen erzählt zum Expertise-First-Ansatz. warum es dazu gekommen ist, was mich in den letzten Jahren so ein bisschen gestört hat. Und wir werden jetzt in den nächsten Folgen noch ein Stück weiter reingehen in die Themen. Natürlich auch so, dass wenn du vielleicht auch das Gefühl hast, dass deine Expertise in deinem Business nicht mehr den Stellenwert hat, die sie eigentlich haben sollten, dass du dein Business immer mehr aufgebaut hast rund um Das, was man angeblich so tun soll und muss, so typische Online-Business-Regeln oder auch vielleicht, wenn du in einem Unternehmen bist und einfach merkst, eure Lernangebote sollen sich weiterentwickeln, aber es soll wirksamer werden, es soll skalierbarer werden, die Trainings sollen individueller werden und irgendwo hat sich das jetzt gerade auch einfach in eine Richtung bewegt, die nicht mehr so ganz passt, dann sind die nächsten Folgen auf alle Fälle sehr, sehr spannend für dich. Und ich hatte mich auch gefreut, dass ich nach der letzten Podcast-Folge einige Nachrichten bekommen habe. Die einen, die gingen so in die Richtung so nach dem Motto, oh, wie cool, ich bin so gespannt, was du jetzt Neues machst.

Und die anderen gingen so in die Richtung zu sagen, oh, das, was du da beschreibst, kenne ich ganz genau. Und irgendwie bin ich da so die letzten Jahre reingerutscht und habe auch das Gefühl, dass meine eigentliche Expertise in meinem Business irgendwie viel zu kurz kommt, weil ich so das Gefühl habe, ich verstehe dann irgendwie keiner. Und das sind alles Themen, die werden wir auf

alle Fälle in den nächsten Folgen aufnehmen. Die heutige Folge, die möchte ich gern für die sogenannte Expertise-Gap nutzen.

02:26 - 02:59

Was meine ich mit Expertise-Gap? Expertise-Gap meint für mich, dass du in deinem Bereich extrem viel Expertise hast, sehr, sehr tiefe Expertise hast, die aber sozusagen für dein Unternehmen so ein Stück weit glattbügelt denn was jetzt mal oder die so ein Stück weit banalisierst, sie vereinfacht, weil du so das Gefühl hast, naja, das versteht ja dann keiner, das ist dann zu viel. Ich muss da besser überall reinpassen, sonst funktioniert das alles nicht.

02:59 - 03:38

Und diese Gedanken kenne ich tatsächlich auch gut. Für mich hat das tatsächlich in meinem eigenen Unternehmen die Folge gehabt, dass ich gefühlt eine ganze Zeit so ein bisschen in zwei Welten gelebt habe. Denn ich hatte in der letzten Folge, falls du sie noch nicht gehört hast, mach das sehr gerne, ich verlinke die auch nochmal in den Show Notes, ja auch über meinen Weg in den Bereich Online-Business erzählt. Und ich habe ja auch erzählt, dass ich ja nicht nur seit 15 Jahren im Online-Business bin und da sehr, sehr viel aufgebaut habe über die letzten Jahre, sondern dass es gefühlt immer für mich ja auch noch so eine, ja in Anführungszeichen, zweite Welt gab.

So alles, was so Unternehmen und Hochschulen angeht, wo ich dann meistens nicht wie hier jetzt per Du und als Simone unterwegs war, sondern hochhoffiziell als Frau Dr. Weissenbach mit Themen wie Personalentwicklung, wie Learning Design, wie Führungsnachwuchsentwicklung. Aber eben auch wieder mit Trainings, Wirksamkeit, Skalierbarkeit. Also tatsächlich schon mit vielen, vielen Schnittmengen zu meinen Themen, die ich hier ja auch habe. Aber irgendwie ist das im Laufe der letzten Jahre tatsächlich wie so zwei verschiedene Welten gekommen.

Und es war auch irgendwie in meinem Kopf sehr getrennt beides. Und ich kann mich auch noch gut erinnern, dass ich vor vielen Jahren, als ich an der Hochschule auch als akademische Leitung ja tätig war, mich der Geschäftsführer dann ab und zu mal gefragt hat, wann ich denn da wieder so meine Webinare oder so mache. Also, die konnten damit auch nicht so richtig viel anfangen, was

ich da sonst noch so online mache. Aber das liegt tatsächlich in vielen Fällen natürlich auch mit da dran, wie ich mit den Themen umgegangen bin und dass ich die eben so strikt getrennt habe.

Auch das ist was, was mir in den letzten Wochen, Monaten einerseits sehr, sehr bewusst geworden ist, aber wo mir auch ganz klar geworden ist, dass ich das künftig einfach nicht mehr so stark getrennt haben möchte, weil es einfach so viele Schnittmengen gibt dazwischen, dass es aus meiner Sicht gar nicht notwendig ist, das so extrem zu trennen. Ich bin auch tatsächlich noch nicht ganz so hundertprozentig sicher, wie sehr beides verbunden und verknüpft wird, aber was ich sehr wohl weiß, ist, dass es verschiedene Themen gibt, die meine Expertise sind, die sowohl für Experten, Expertinnen, die mehr oder weniger solo-selbstständig unterwegs sind, überwiegend im Online-Business, häufig aber auch noch zusätzlich oder parallel bei Unternehmen, bei Hochschulen auf der einen Seite und auf der anderen Seite aber eben auch für Unternehmen.

Am allerliebsten arbeite ich da tatsächlich mit KMU oder auch mit Bildungsunternehmen zusammen, weil ich einfach gemerkt habe, dass das mit meinem Ansatz, mit meiner Expertise einfach extrem gut zusammenpasst. Und das wird sich künftig tatsächlich ein Stück weit stärker verbinden. Wenn es dir jetzt noch nicht so ganz vorstellen kannst, mach dir da keine Gedanken zu. So hundertprozentig, wie gesagt, weiß ich das auch noch nicht so genau.

06:07 - 06:36

Aber ich habe schon einige Sachen im Kopf. Ich werde einiges jetzt ausprobieren, denn das ist auch was, was in den letzten Jahren immer wieder ein starker Fokus von mir war, einfach Experimente zu machen, Dinge auszuprobieren, zu gucken, was passiert. Und ja, ähnlich mache ich das jetzt mit diesem Thema. In der letzten Folge, in der ersten Expertise im Flow Podcast unter dem neuen Titel, hatte ich ja unter anderem auch von meinem neuen Expertise-First-Ansatz erzählt.

Falls du die Folge noch nicht gehört hast oder einfach nur noch mal kurz zur Erinnerung, bei dem Expertise-First-Ansatz geht es darum, wie der Titel schon sagt, deine Expertise wirklich als absolute Basis zu setzen, aus der dann alles andere heraus entsteht. Und deswegen ist in meinem Ansatz auch in der Mitte

der Expertise Kern, also das, was dich wirklich ausmacht, was dich einzigartig macht, diese Kombi aus deinen einzigartigen Erfahrungen und deinem Know-how. Daraus entwickelt sich dann das oder die Expertiseformate, also der Ausdruck deiner Expertise nach außen. Dann ist es natürlich wichtig, das Ganze in Kunden-Kundinnen-Sprache zu übersetzen, also das Thema des Marketings, der Verkaufbarkeit deiner Angebote und dann letztendlich auch noch die Skalierbarkeit deiner Expertise.

Und in der heutigen Folge mit dem Schwerpunkt der Expertise-Gap werden wir jetzt auf alle Fälle erstmal auf den ersten und wichtigsten Teil aus meiner Sicht darauf gucken, nämlich den Expertise-Kern. Und wie ich gerade auch schon nochmal gesagt hatte, hatte ich ja in der letzten Folge auch erzählt, dass mein Hintergrund eben auch in neun Jahren Hochschule, also Dozentin im Bachelor und Master-Bereich, aber auch Akademische Leitung der Masterstudiengänge und vielen, vielen, vielen Jahren Personalentwicklung im Unternehmen liegt. Die Jahre im Bereich Personalentwicklung tatsächlich über 20 inzwischen. Und das sind, wie gesagt, Themenbereiche, Kompetenzbereiche von mir, die einfach komplett untergegangen sind in den letzten Jahren, mit dem, was ich unter anderem ja auch hier im Podcast nach außen getragen habe.

Und ich merke das oft in so Einzelgesprächen mit Menschen, wenn ich dann da so ein bisschen erzähle, was ich da auch schon alles gemacht habe oder was ich aktuell auch da teilweise mache, dass ich dann teilweise ganz große Augen kriege und dann häufig auch Sätze kommen wie, ach, das wusste ich gar nicht, ach, das hätte ich ja nie gedacht, ach, wow, das ist ja toll. Und ehrlich gesagt weiß ich tatsächlich nicht, warum ich das so extrem getrennt habe. Das war gar nicht so eine richtig bewusste Entscheidung.

Das ist einfach so im Laufe der Jahre entstanden und hat sich dann so ein bisschen selbstständig gemacht. Das hat sich dann ein Stück weit verfestigt und ist dann einfach lange so geblieben. Ohne dass ich es bewusst hinterfragt hätte. Und nachdem ich ja auch erzählt hatte, dass ich in den letzten Monaten extrem viel hinterfragt habe, was so auch mein Business angeht, ist mir das eben wieder extrem bewusst geworden.

Und deswegen soll sich das eben auch wieder ändern. Denn genauso wie bei den Einzelunternehmerinnen und Unternehmern, bei den Expertinnen im Online-Business, ist es ja genau der gleiche Effekt, den viele Unternehmen haben mit ihren Trainings- und Lernformaten, dass die einfach über Jahre gewachsen sind, aber sich häufig immer weiter von ihrem eigentlichen fachlichen Kern entfernt haben. Oder auch, dass Weiterbildungsangebote in Unternehmen immer, immer größer werden. Also da gibt es teilweise ja im wahrsten Sinne des Wortes richtig dicke Kataloge zu.

Aber nicht unbedingt geguckt wird, dass einzelne Trainings wirksamer werden, wirklich besseren Transfer in die Praxis haben, vielleicht auch skalierbarer werden, sondern häufig wird dann einfach wieder von vorne angefangen, wird dann irgendwo was Neues entwickelt. Und wenn du bei dir im Business vielleicht auch über viele, viele Jahre jetzt schon Angebote aufgebaut hast, Marketingwege aufgebaut hast, Inhalte aufgebaut hast, dann ist da bestimmt vieles dabei, was zum jeweiligen Zeitpunkt auch extrem sinnvoll war, was auch richtig gut gepasst hat. Und trotzdem kann ich mir gut vorstellen, dass es dir dann auch so ging, dass einfach im Laufe der Zeit das Business sich häufig immer mal so ein bisschen in eine Richtung verschiebt, weil wir so das Gefühl haben, der Markt will das, das wird momentan gebraucht, das sollte ich jetzt tun und dadurch immer weiter weg von dem eigentlichen Expertise-Kern geht.

10:40 - 11:11

Das Problem daran ist dann nicht, dass diese Expertinnen und Experten ein Wissensproblem haben, also irgendwo nicht genügend Know-how hätten vielleicht, ganz im Gegenteil, sondern das ist eher so ein Stück weit ja ein Ordnungsproblem eigentlich. Nicht, weil jetzt jemand irgendwie so super chaotisch wäre, sondern weil einfach über die Jahre immer mehr dazugekommen ist. Und spätestens, wenn du merkst, dass du selber schon gar nicht mehr so ganz durchblickst bei deinen ganzen Angeboten oder dann immer noch so Gedanken hast wie, ach ja, das hatte ich ja auch noch. Ach ja, da gab es ja auch mal noch was.

Dann sollte man da wahrscheinlich mal wirklich genauer hingucken, weil das, was für dich schon viel ist, ist natürlich nach außen für Kunden, für Kunden einfach noch viel, viel mehr. Und im Laufe der Zeit, da sammelt sich ja auch

immer unglaublich viel an, was dann auch ins eigene Business mit reinfließt. Sei es jetzt Wünsche von Kunden und Kundinnen, sei es Marketingtrends, Empfehlungen, die du bekommst, irgendwelche alten Versionen von Angeboten, die du mal hattest. Es kommen aber auch auf der anderen Seite auch neue Tools dazu, neue Verkaufswege dazu.

Das Thema KI, ganz extrem in den letzten Jahren. Themen wie Evergreen, verschiedene Social-Media-Kanäle, dein Newsletter, vielleicht ein Podcast, vielleicht Videos, irgendwelche Freebies. Also du merkst, das sind unheimlich viele Themen, die da zusammenkommen. Und gerade wenn wir halt eher als Einzelunternehmerinnen und Unternehmer unterwegs sind und versuchen, das alles irgendwo unter einen Hut zu bringen und da noch irgendwo eine rote Linie drin zu behalten, Dann ist das manchmal nicht ganz so einfach und manchmal bewegt sich dann das eigene Business fast unmerklich in Richtungen hin, wo wir eigentlich gar nicht so wirklich hinwollten. Und dann sind wir irgendwann da und kriegen es manchmal gar nicht so richtig mit oder kriegen gar nicht so richtig mit, dass das jetzt die Wirkung ist, die wir nach außen haben. Ich hatte den Effekt vor, ich glaube, zwei Jahren oder so. Da hatte ich mich mit einer Freundin getroffen, mit der ich mich sehr selten treffe, weil wir recht weit voneinander weg wohnen und wir telefonieren jetzt auch nicht super viel.

Aber wenn wir uns dann treffen, dann geht es wirklich immer sehr in die Tiefe. Und wir hatten dann auch unter anderem darüber gesprochen, was ich jetzt konkret eigentlich mit meinem Business inzwischen mache. Dann hatte ich meiner Freundin das erzählt. Und dann guckte sie mich so an und meinte so, ach, dann bist du jetzt inzwischen eine Art Unternehmensberatung für Online-Business.

Und ich dachte so, äh, nein, bin ich nicht. Und habe ihr dann auch wieder erzählt von den ganzen Themen in Richtung Personalentwicklung, Learning und Design, Entwicklung für KI in Weiterbildungsangeboten etc. Und sie meinte dann nur so, ah, okay, das habe ich jetzt gar nicht so richtig so wahrgenommen. Und das ist genau das, was ich meine. Wir kriegen da solche blinden Flecken, weil wir einfach viel zu tief in unserem Business drinstecken und das dann manchmal sich nach außen in Richtung entwickelt, wo es sich gar nicht hin entwickeln sollte.

13:31 - 14:25

Wir uns dann vielleicht manchmal wundern, dass wir manche Leute nicht mehr erreichen, dafür andere, die vielleicht gar nicht so richtig gut passen. Weil wir einfach unbeabsichtigt immer weiter von unserer Expertise weggegangen sind, immer mehr hin zu dem, was der Markt vielleicht will, was Kunden vielleicht wollen etc. Das ist natürlich nicht falsch, auf den Markt zu hören und auch Kundenfeedback ernst zu nehmen, das ist gar keine Frage. Aber aus meiner Sicht muss trotzdem unser Expertise-Kern erhalten bleiben. Der muss deswegen erhalten bleiben, damit wir eben weiter mit unserer Einzigartigkeit nach außen bekannt sind, positioniert sind, damit wir Angebote entwickeln können, die noch wirksamer sind, leichter verkaufbar, nachhaltig, skalierbar und dass eben diese Expertise-Gap, also diese Lücke zwischen dem, was wir eigentlich alles machen und können auf der einen Seite und der weichgespülten, glattgebügelten, reduzierten Variante nach außen auf der anderen Seite, dass dieser Expertise-Gap einfach nicht immer, immer größer wird. Das Gefährliche daran ist nämlich auch, dass gerade in den letzten Jahren mit der Zunahme von KI, mit dieser unglaublich leichten, extrem günstigen Verfügbarkeit von KI für jeden mehr oder weniger, es einfach noch mehr darauf ankommt, dass wir wirklich unsere Expertise, unseren Kern erhalten. Denn wenn es einfach nur um gute Inhalte geht, um gut formulierte Sachen geht, dann kann da mittlerweile extrem viel durch KI passieren. Und du merkst es bestimmt auch, wenn du teilweise, ich erlebe das auf LinkedIn ganz viel, ich erlebe das auch auf anderen Plattformen, manchmal aber auch bei Artikeln und Co.

15:19 - 15:48

Du merkst einfach so schnell, was da von KI geschrieben wurde. Wobei ich auch KI sehr, sehr gerne nutze. Aber um eben beispielsweise Brainstorming zu machen, um Ideen von mir weiter zu vertiefen, zu verfeinern etc. Aber nicht halt um komplette Texte, komplette Inhalte, komplette alles da erstellen zu lassen. Und das Problem daran ist dann einfach, dass das sogenannte "Sea of Sameness" entsteht, also das Meer der Gleichheit.

Und dass das da alles so ein Stück weit miteinander verschwimmt und weniger hervorsticht, weniger klar sich positioniert. Es ist alles irgendwo gut oder auch nicht teilweise, aber so in Summe, aber es geht halt alles sehr, sehr stark in eine

ähnliche und gleiche Richtung. Und ich glaube, deshalb braucht es eben noch viel, viel mehr, unsere echte Expertise, die ja viel, viel mehr ist als nur Wissen, als nur Know-how. Es geht ja darum, diese Kombination aus unseren Erfahrungen, unserem Wissen, dem, was wir damit gemacht haben, dem, was wir entwickelt haben, etc., unsere eigene Herangehensweise an die Themen und damit dann wirklich unsere Kunden, unsere Kundinnen zu unterstützen.

Und ich glaube eben, je mehr wir wieder Expertise first verfolgen, also wirklich unsere Expertise an erste Stelle zu setzen und daraus dann alles andere abzuleiten, erstens macht es uns das Leben leichter und zweitens ist es einfach für Menschen viel leichter zu sagen zum Beispiel, für was empfehle ich dich jetzt weiter? Wofür stehst du eigentlich? Was macht dich besonders mit dem, was du tust?

16:55 - 17:32

Ich würde jetzt gerne noch auf ein paar so ganz konkrete typische Fehler eingehen, die ich immer wieder sehe bei dem Thema Expertise-Gap, die dazu führen, dass diese Gap in vielen Fällen eigentlich noch viel tiefer wird, anstatt dass sie ja letztendlich verschwindet, anstatt dass wir uns richtig abheben mit unseren Inhalten, mit unseren Themen. Und zwar der erste Punkt, den ich da immer wieder sehe, ist, dass das Problem an der falschen Stelle gelöst wird. Das heißt, ich merke, Angebot läuft irgendwie nicht mehr so richtig gut, es ist nicht richtig skalierbar, es verkauft sich nicht mehr so leicht, ich erreiche nicht mehr so richtig die richtigen Menschen, irgendwas passt nicht mehr so ganz.

In vielen Fällen wird dann erst mal eine neue Salespage erstellt, mehr Content geplant, der Funnel angepasst, vielleicht ein neues Freebie entwickelt, vielleicht auch ein komplett neues Angebot entwickelt. Wer in Unternehmen ist, macht dann vielleicht noch ein zusätzliches Modul, nutzt noch eine andere Plattform, holt noch ein Tool dazu. Anstatt zu überlegen, wie kann ich denn das bestehende Angebot noch wirksamer, noch skalierbarer machen, für wirklich die entscheidenden Inhalte. Denn wenn ich sozusagen im Außen ansetze, das ist ja mehr der Bereich Marketing, der Bereich Verkauf.

Ich verkaufe aber dann ja gegebenenfalls immer noch was, was nicht mehr so ganz stimmig ist, was nicht mehr richtig passt. Und ich löse das Problem, In der

Hinsicht nicht, weil ich einfach nur an der Oberfläche kratze. Und das wird das Grundsätzliche nicht ändern. Ich habe das letztens ganz extrem bei einem Unternehmen.

Da ging es darum, dass die ihre Unternehmensakademie professionalisieren wollten. Wir haben das schon gesagt, auf die nächste Stufe heben. Sie wollten die Angebote skalierbar machen. Und unter anderem ging es dann auch darum, was sie bisher für ein Angebot haben.

Und auch das ist ein sehr, sehr breites Angebot mit ewig langem Weiterbildungskatalog zu Themen von Office-Schulung. bis hin zu Arbeitsschutz, Arbeitssicherheit, Führungskräfte trainings. Es ging einiges in Themen wie Nachhaltigkeit rein. Das war ein Unternehmen aus der Energiebranche.

Als wir dann im Gespräch waren, kam dann irgendwann so von dem Geschäftsführer, der dann so meinte, naja, wir wollen jetzt nicht der nächste Haufen Verlag werden. Also so nach dem Motto extrem breites Angebot, extrem tiefes Angebot. Und er machte dann eine kurze Pause und dann kam auf einmal, oder doch? Und das ist genau das, was ich meine, dass bei vielen Unternehmen hat man manchmal so das Gefühl, dass die fast so ein eigenes Weiterbildungsinstitut manchmal werden.

19:30 - 19:57

Aber in den wenigsten Fällen macht es eben Sinn, da alles für alle anbieten zu wollen. Also auch da gab es die Überlegung, zum Beispiel die Akademie nach außen zu öffnen, ja oder nein. wo eben der Fokus künftig draufgelegt werden soll etc. Aber auch hier ist aus meiner Sicht erstmal der Punkt zu gucken, wie kann ich denn das, was da ist, was sind davon wirklich die relevanten Inhalte für die Ziele, die erreicht werden sollen und wie kann ich die wirksamer oder auch skalierbarer machen.

Das ist so dieser eine Fehler, der, wie gesagt, aus meiner Sicht ganz häufig besteht, dass Probleme versucht werden, an der falschen Stelle zu lösen. Der zweite Fehler ist, dass ganz häufig dann beim Expertiseformat angesetzt wird oder auch eben beim Marketing. Das kann manchmal sinnvoll sein, aber wenn eigentlich der Expertisekern, also in der Mitte das, wofür ich stehe, nicht mehr

ganz stimmig ist, dann bringt es einfach wenig beim Format oder auch beim Marketing und Verkauf anzusetzen, weil es häufig einfach nur die Unklarheit verstärkt. Und deswegen ist aus meiner Sicht der wichtigste Schritt, dann erstmal nicht einfach nur noch mehr zu machen, noch mehr Weiterbildungsangebote, noch ein neues Angebot, sondern wirklich mal zu prüfen, ob eben Format und Sprache wirklich noch vom Expertise-Kern ausgehen oder ob sich das einfach voneinander entfernt hat.

20:54 - 21:35

Und hier möchte ich jetzt noch eine kleine Übung mit dir teilen, die du gerne einfach mal für dich durchgehen kannst, wenn du nicht so ganz sicher bist, ob und wie gut das alles momentan zu deinem eigentlichen Expertisekern passt. Und zwar der Drei-Fragen-Check. Stell dir gern als erstes mal die Frage, wenn du deine letzten drei Beiträge oder Website-Texte oder auch Podcast-Folgen oder auch Trainingsunterlagen anschaut, erkennst du dann sofort deinen spezifischen Expertisekern oder könnte das fast jede andere Person oder jedes andere Team in deinem Bereich geschrieben haben? Die Frage 2.

21:35 - 22:31

Wann hast du zuletzt wirklich öffentlich oder auch intern im Unternehmen aus deinem tiefsten Expertisekern heraus gesprochen? Also nicht nur irgendwas mal irgendwo nebenbei erwähnt, sondern dein Expertisekern wirklich inhaltlich in der Tiefe genutzt? Und die Frage 3, wenn du dein aktuelles Angebot oder auch deine Trainingsformate jetzt mal mit deinem Expertisekern vergleichst, passt das dann wirklich zu 100% noch zusammen oder gibt es da vielleicht eine kleinere oder auch inzwischen eine ziemlich große Lücke? Also wenn du hier jetzt merkst, dass dein Business oder dein Lernangebot einfach irgendwo immer mehr geworden ist, aber einfach nicht mehr so gut funktioniert, sich nicht mehr so leicht verkauft, dann heißt das, wie gesagt, nicht automatisch, dass du jetzt ein komplett neues Angebot brauchst.

22:31 - 23:09

Es kann einfach tatsächlich ein ganz klares Zeichen sein, dass dein Expertisekern wieder viel stärker ins Zentrum gehört. Heute ging es mir jetzt erstmal darum, dir das Thema von der Expertise-Gap aufzuzeigen. Also du kannst mit den drei Fragen einfach mal für dich klären, wie groß deine Expertise-Gap aktuell ist. Und

wo wir in der nächsten Folge dann drauf gucken werden, ist, wie dein Expertise-Format dein Marketing und die Skalierbarkeit, wie du die wieder ganz konkret zu deinem Expertisekern zurückführst, wie du das konkret wieder darauf ausrichtest, weil wir auch schon gesagt haben, dass auch du dir viel leichter tun wirst, leichter auch im Sinne von du wirst deine Angebote wieder viel leichter verkaufen, du kannst sie nachhaltig skalierbar machen, wenn Deine Formate, dein Marketing und deine Skalierbarkeit eben wirklich absolut auf deiner Expertise basieren. Da werden wir in der nächsten Folge tiefer reingehen. Soweit erstmal für heute. Mach's erstmal gut.

23:30 - 23:32

Wir hören uns ganz bald wieder und bis dann. Ciao, ciao.