Wann KI dein Angebot wirklich besser macht | Q&A

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. Es ist eigentlich eine Q&A-Folge, denn es ist eine Frage, die ich in den letzten Wochen tatsächlich recht häufig bekommen habe und eine Frage, in der ich in den letzten Monaten auch mit einigen Expertinnen und Experten gearbeitet habe. Und zwar, solltest du KI in dein Angebot integrieren?

Ich persönlich finde KI in Lernangeboten ja unglaublich spannend und habe ja auch vor einiger Zeit die Simone AI in meine Programme integriert. Aber das heißt ja jetzt nicht nur, weil wir heute technisch unglaublich viel machen könnten, dass das tatsächlich auch für jedes Angebot so sinnvoll ist. Und genau darüber möchte ich heute sprechen, weil ich vor kurzem unter anderem auch mit Stephie vom BizBesties-Podcast da an einem ganz konkreten Beispiel gearbeitet habe. Und wie gesagt, die Frage, die kam nicht nur in dem Podcast mit Stephie auf, sondern ist tatsächlich eine Frage, die sehr viele meiner Kundinnen und Kunden beschäftigt.

Und durch die vielen Möglichkeiten, die es gibt, ist es halt auch nicht nur so, dass es nur eine Lösung geben könnte, sondern es kann zig Lösungen geben. Und aus meiner Sicht ist es auch tatsächlich so, dass bevor du dir Gedanken machst über die Frage, ob du KI in dein Angebot integrieren solltest, ich persönlich erstmal was ganz anderes klären würde. Bevor wir dann über KI-Tools, technische Funktionen oder eben vielleicht die konkrete Integration nachdenken. Denn aus meiner Sicht ist es extrem wichtig, bevor wir darüber sprechen, wie du KI in dein Angebot integrieren kannst, erstmal rauszufinden, was du mit deinem Angebot künftig überhaupt erreichen möchtest.

Und genau das werden wir uns heute etwas konkreter an einem echten Beispiel anschauen. Und ich werde dir auch noch eine Möglichkeit vorstellen, wie du ein sehr ausführliches Gespräch von mir mit mir zu dem Thema hören kannst. Und zwar war ich in den letzten Wochen bei Stephie und Britta im BizBesties Brunch Podcast zu Gast. Und die beiden haben eigentlich ein sehr, sehr cooles Podcast-Format aufgebaut.

Und zwar haben sie ihren Podcast im Mastermind-Format aufgebaut. Das heißt, jeder bringt ein eigenes Thema mit, eine strategische Frage mit, und die anderen Berater unterstützen dann jeweils bei diesem Thema. Bei uns sind daraus sogar drei Folgen entstanden, und zwar ging es in der ersten Folge um Brittas Membership. Denn Britta wollte herausfinden, wie ihre Membership künftig noch besser funktionieren kann.

Besonders interessant war dabei die Frage, wie die Mitglieder einfach noch mehr davon profitieren und dann auch länger in der Membership bleiben. Und was das Thema für mich unglaublich spannend gemacht hat, war, dass ich Britta und ihr Angebot vor unserer Folge noch nicht kannte. Und deswegen war für mich auch erstmal klar, dass ich nicht direkt in irgendwelche Vorschläge da reingehen kann und will, was sie vielleicht tun könnte. Sondern mir war es einfach unheimlich wichtig, erstmal zu gucken, wie ist die Membership tatsächlich aufgebaut?

Für wen ist sie gedacht? Was sollen die Mitglieder oder was möchten die Mitglieder erreichen? Wie will Britta selber damit arbeiten? Das heißt, welche Funktionen hat die Membership auch innerhalb von ihrem Business?

Und dann kam für mich erst der Punkt zu sagen, okay, ich könnte mir eine Veränderung an dieser oder an jener Stelle vorstellen. weil ich dann entsprechend den Background hatte. Und es war da für mich eigentlich auch ganz cool, Stephie und Britta zuzuhören, weil Stephie und Britta sich natürlich schon sehr viel länger kennen, Stephie auch Brittas Angebote sehr gut kennt. Und das war einfach spannend für mich, da erstmal so diesen Background zu bekommen, die Basis zu haben, bevor man dann überlegen konnte, okay, was können denn aus meiner Sicht da sinnvolle Ideen sein?

In der zweiten Folge, da sind wir das Thema anders angegangen, da war Stephie im Fokus und zwar Stephies Online-Programm. Denn das sollte weiterentwickelt werden, weil sich im Laufe der Zeit Stephies Expertise und eben auch ihre Ausrichtung deutlich verändert haben. Die ursprüngliche Ausrichtung ist immer noch ein Teil davon, aber es ist halt ein ganzes Stück erweitert. Und hier war der

Fokus, dass das neue Programm eine möglichst gute Alternative auch zu ihrer persönlichen Beratung werden sollte.

Und hier wurde natürlich auch das Thema KI dann sehr interessant, aber dazu gleich noch mehr. In der dritten Folge ging es dann auch um meine eigene Ausrichtung. Da war ich sozusagen auf dem heißen Stuhl. Und wir haben über meine Positionierung gesprochen, über verschiedene Kaufanlässe und eben auch mögliche Einstiege in meine Angebotswelt.

Und was ich an der Folge so cool fand, ich hatte darüber im Newsletter schon kurz geschrieben, dass ich normalerweise Podcast-Folgen, in denen ich selber zu Gast war oder auch Folgen, die ich selber aufgenommen habe, eigentlich im Nachgang mir nicht nochmal anhöre. Und diesmal war es auch so, dass ich am Wochenende draußen spazieren war und eigentlich nur kurz so quer reinhören wollte. Aber Tatsache ist, dass ich mir die gesamte Folge nochmal angehört habe, weil ich die Gedanken da drin, die Ideen da drin, den Austausch, auch wie sich das so entwickelt hat, so spannend fand, dass ich mir tatsächlich untypischerweise für mich die gesamte Folge nochmal angehört habe. Die Folgen verlinke ich übrigens auch in den Shownotes, also wenn du reinhören magst, ich kann den Podcast von Stephie und von Britta bis Besties Brunch wirklich sehr empfehlen.

Und was ich auch sehr spannend fand, war, dass obwohl es in allen drei Folgen um ganz unterschiedliche Vorhaben ging, sich meine Herangehensweise an die Themen eigentlich nicht so wirklich unterschieden hat. Das heißt, wir haben nie einfach nur die erstbeste Lösung genommen, sondern wir haben erst mal versucht zu verstehen, was das jeweilige Angebot in der jetzigen Situation wirklich braucht. Und konkret sind wir bei dem, oder bin ich, mit in Stephies Fall eben reingegangen. Da ist es so, wie gesagt, Stephie hatte schon einen Online-Kurs, der sich vor allen Dingen mit dem Aufbau von richtig guten Texten als Verkaufsinstrument beschäftigt hat.

Und ihre Expertise und die heutige Ausrichtung haben sich aber ein ganzes Stück erweitert und gehen inzwischen viel stärker Richtung Conversion. Das Wichtige daran ist, sich bewusst zu machen, dass der Kurs, wie er bisher war, dadurch nicht schlechter wird, aber er bildet einfach nicht mehr vollständig ab,

wofür Stephie heute steht und was sie künftig anbieten möchte. Und das erlebe ich einfach immer wieder bei vielen Expertinnen und Experten, bei mir selber auch, dass Themen sich erweitern, sich die eigene Expertise erweitert, die eigene Positionierung erweitert. Und es dann natürlich wichtig ist, dass die Angebote da mitkommen und das weiterhin oder wieder repräsentieren, für was man steht.

Und genau das war bei Stephie eben auch der Wunsch, das Angebot so zu entwickeln, so weiterzuentwickeln, dass es ihrer heutigen Expertise noch besser entspricht. Und was für sie auch wichtig war, ist, dass es möglichst viel von dem ermöglichen sollte, was bislang bei ihr überwiegend in der persönlichen Eins-zu-eins-Beratung passiert ist. Und zwar eben nicht über stundenlange Videolektionen, sondern um eine moderne, kompakte und vor allen Dingen auch handlungsorientierte Lernbegleitung. Und deswegen war die eigentliche strategische Frage gar nicht so sehr, welchen KI-Coach sollten wir vielleicht einbauen, obwohl das so ein bisschen das Ursprungsthema war, mit dem Stephie in das Gespräch gegangen ist oder die Überlegung zu sagen, okay, wie kann ich da KI jetzt gut integrieren?

Sondern wir haben dann erstmal angefangen zu gucken, was Stephies persönliche Beratung eigentlich so wertvoll macht und wie wir davon möglichst viel in ein anderes Angebotsformat übertragen können. Denn die Frage ist zum Beispiel, welche Ergebnisse sollen die Teilnehmer und Teilnehmerinnen mit dem neuen Programm tatsächlich erreichen? Ich habe Stephie dann auch gefragt, welche Aspekte von ihrer persönlichen Beratung für diese Ergebnisse eben besonders wichtig sind. Wir haben überlegt, an welchen Stellen die Teilnehmer und Teilnehmerinnen eher Orientierung brauchen, wo brauchen sie eher Feedback oder wo geht es dann eher um individuelle Unterstützung.

Und dann haben wir im nächsten Schritt überlegt, welche Teile davon sich gut strukturieren lassen, ein Stück weit standardisieren lassen oder eben durch KI unterstützen lassen. Aber, und der Punkt ist mir eben auch ganz wichtig, wir haben eben auch geguckt, wo sind die Grenzen von KI? Das heißt, wo braucht es weiterhin Stephies persönlichen Blick, ihre Erfahrung, ihre Intuition oder auch ihr Urteil? Und das ist eben Das Wesentliche, was aus meiner Sicht dann den Unterschied macht, ob eine Integration von einem KI-Coach in ein Angebot wirklich einen Mehrwert schafft, wirklich das Angebot wirksamer macht und

eben gleichzeitig dazu beiträgt, wie in Stephies Fall jetzt unabhängiger von ihrer Eins-zu-eins-Beratung zu machen, oder ob

es halt irgendwie ein nettes Add-on ist, aber mehr eine Spielerei ist, ohne dass es da wirklich einen großen Mehrwert gibt. Und wenn wir möchten, dass ein Programm später möglichst viel von dem leisten kann, was Stephie bisher eben in ihrer 1-zu-1-Beratung gemacht hat, muss es doch erst mal wichtig sein zu verstehen, was in dieser Beratung überhaupt passiert. Also wo verändert sich da was? An welchen Stellen entsteht der größte Mehrwert?

Was macht Stephie konkret? Was für ihre Kunden dann so diesen riesengroßen Unterschied macht? Und eben was davon können wir sinnvoll in das neue Programm auf welche Art übertragen? Und das war eben ganz wichtig für mich auch, weil wir da gemerkt haben, dass es nicht mehr ausschließlich um KI geht, sondern es geht tatsächlich um die Architektur von dem gesamten Angebot.

Und die KI-Integration an sich, die wird dann eigentlich zu einem Bestandteil von einer größeren strategischen Lösung. Und wenn du in das Gespräch reinhörst, was ich extrem empfehlen kann, dann wirst du auch feststellen, dass da auch Punkte dabei waren, wo wir gesagt haben, dass manche Funktionen erstens keine KI brauchen und zweitens manche auch ganz bewusst keine KI-Integration bekommen werden. Denn ein KI-Coach kann unglaublich gut sein, aber der macht aus einem nicht ausreichend durchdachten Lernangebot nicht automatisch ein besseres Angebot. Und deswegen war eben erst mal so wichtig, das Angebot richtig zu durchdenken, zu gucken, okay, was passt noch, was soll vielleicht raus, was soll künftig ergänzt werden, dass wir dann eine wirklich stimmige Basis haben und dann danach erst gucken, wo macht es jetzt Sinn, KI zu integrieren.

Und deswegen ist es für mich so spannend bei den ganzen Fragen, die da teilweise kommen oder auch wenn ich eben mit Expertinnen und Experten an dem Thema arbeite, dass wir eben auch nie direkt reingehen mit, okay, was willst du als KI machen und was tut sie? Sondern dass wir erst mal wirklich auf das Angebot dahinter gucken, um zu schauen, wo es tatsächlich Sinn macht und wo es tatsächlich das erfüllt, was es erfüllen soll. Und was wir bei Stephie dann konkret beobachtet haben, war eben erstmal diese Analyse zum Angebot,

welche Inhalte die Teilnehmer, Teilnehmerinnen überhaupt noch brauchen. Der ursprüngliche Kurs, ich kenne den persönlich tatsächlich auch, der war sehr umfangreich.

Jetzt ist ja der Plan gewesen, dass eben noch weitere Aspekte integriert werden und das Thema Texte eben noch ein wichtiger Bestandteil ist im Rahmen von dem Conversion-Fokus, aber eben nicht mehr der alleinige Bestandteil. Wir haben dann überlegt, müssen es wirklich noch klassische Videolektionen sein? Können vielleicht kurze Audios, Workbooks, gezielte Übungen oder auch modular aufgebaute Inhalte an manchen Stellen sinnvoller sein? Wie können wir tatsächlich schnelle erste Ergebnisse ermöglichen?

Wir haben überlegt, wie sich die Teilnehmer, Teilnehmerinnen im Programm gut orientieren können, ohne sich eben durch zu viel durcharbeiten zu müssen. Wie können wir das Angebot so gestalten, dass auch später, wenn sich entweder ein KI-Tool verändert, wenn sich die Inhalte irgendwo verändern wollen, dass die möglichst einfach aktualisiert werden können? Und erst dann, dann kamen wir erst zu dem Punkt, dass wir überlegt haben, okay, und wo könnte KI jetzt wirklich sinnvoll unterstützen? also beispielsweise zu helfen, Inhalte auf eine individuelle Situation, auf das eigene Business zu übertragen.

Sie kann extrem gut helfen beim Reflektieren, beim Strukturieren oder auch beim Anwenden von Wissen unterstützen. Sie kann natürlich extrem gut wiederkehrende Fragen beantworten, wenn die Notländer wenn die notwendigen Grundlagen, als beispielsweise die Transkripte von deinen Trainings oder eine Zusammenfassung davon, wenn die zuverlässig verfügbar sind. Aber es gibt eben auch Situationen, wo wir ganz klar für uns gesagt haben, da ist die menschliche Erfahrung, die Empathie, die individuelle Einschätzung oder auch direktes persönliches Feedback wirklich das Wichtige, was bleiben soll. Und das ist eben auch ein wichtiger Part, wenn du darüber nachdenkst, willst du KI in deine Angebote integrieren?

Welche Verantwortung soll darin KI übernehmen und wo sind die Grenzen? Was soll ganz bewusst bei dir bleiben und was darf an die KI gehen? Und manchmal lohnt es sich auch, sich Gedanken zu machen, ob vielleicht eine einfachere Lösung manchmal auch denselben Nutzen bringen kann. Also es muss nicht

immer KI-Integration sein, nur weil das gefühlt gerade alle machen, wenn, wie gesagt, eine andere Variante das vielleicht noch einfacher lösen könnte.

Und wenn du dann mal überlegst, wenn du einen KI-Coach planst und den dann aus dem Angebot wieder rausnehmen würdest, gäbe es dann noch ein konkretes Problem, was dann umgelöst oder schlechter gelöst wäre oder nicht? Denn wie gesagt, es sollte nicht einfach nur um das Tool gehen, es sollte immer um die Wirkung gehen und was dadurch passieren kann. Und wenn wir jetzt mal das Thema Zukunftsfähigkeit noch ein bisschen weiterdenken, dann ist es einfach so, dass sich gerade bei KI Tools unglaublich schnell verändern. Und Stephie hatte mich auch gefragt, was kann ich denn machen, dass, wenn jetzt das KI-Tool irgendwas verändert, dass ich nicht in einem halben Jahr wieder alles umschmeißen muss.

Ja, das ist eine gute Frage. Und die Frage stellen sich, glaube ich, gerade einige, die in ihren Angeboten KI-Coaches in Form von Custom-GPTs eingesetzt haben. So hatte ich das ja auch mit der Simone AI gemacht. Die werden jetzt leider in ein paar Wochen abgeschaltet.

Das heißt, man braucht da eine andere Lösung. Und auch da habe ich im Gespräch mit Stephie, haben wir darüber gesprochen, wie du sogenannte tool-agnostische Lösungen aufbauen kannst. Das heißt, Lösungen, die dann unabhängig von einzelnen Tools sind. um eben im Fall der Fälle das einfach dann auch in das andere Tool übertragen zu können.

Aber auch dazu musst du eben erst mal wissen, was ist die konkrete Lern- oder Unterstützungsfunktion? Was sind die Inhalte, die da zur Verfügung gestellt werden sollen? Um dann zu gucken im nächsten Schritt, wie willst du das jetzt technisch umsetzen, aber im Fall der Fälle, wenn sich ein Tool eben auch doch wieder ändert, verschwindet, anpasst, was auch immer, wie du das dann einfach übertragen kannst, weil das das Angebot einfach wesentlich flexibler macht, auch wenn sich später Technologien verändern.

Und hier, ja, wie gesagt, habe ich das Thema gerade selber, dass ich noch so ein bisschen im Überlegen bin mit der Simone AI, wie ich die Alternativlösung am besten aufsetze. Ich weiß, dass es nicht so kompliziert werden wird, weil ich die

eben auch so aufgesetzt habe, dass ich erstmal geplant habe, eben was soll sie konkret für Funktionen übernehmen? Welche Wirksamkeit? Was sind da für Inhalte notwendig?

Und ich sozusagen das alles als Basis gespeichert habe. Das heißt, die eigentliche Übertragung in ein anderes Tool nachher, das wird keine langwierige Sache sein. Aber nichtsdestotrotz bin ich gerade eben dabei zu entscheiden und zu gucken, was da am meisten Sinn macht, weil ich dann natürlich auch schon wieder die Idee hatte zu sagen, okay, vielleicht finden wir auch ein Tool oder eine Lösung, die die Simone AI noch wirksamer machen kann in Zukunft. Und ja, das ist natürlich immer mein Fokus und mein Aspekt.

Und deswegen finde ich es ehrlich gesagt zwar einerseits ein bisschen nervig, dass die Custom GPTs wegfallen, aber auf der anderen Seite liebe ich es einfach, Angebote, eigene Angebote und die meiner Kundinnen und Kunden weiterzuentwickeln, dass wir einfach gucken können, okay, wie können wir das Ganze einfach noch genialer machen im Sinne von es funktioniert noch besser, es ist noch wirksamer, es kann die Ziele noch besser erreichen. Und das sind eben Punkte, wo ich, wie gesagt, auch mit meinen Kundinnen und Kunden dran arbeite. Das ist ein ganz wesentlicher Teil in der Zusammenarbeit.

Und deswegen war es mir auch wichtig für die heutige Folge, nicht einfach nur zu sagen, wenn du KI integrieren musst, dann mach Schritt 1, 2, 3, 4, 5. Weil davor eben aus meiner Sicht ein noch wichtigerer Part kommt, der einfach häufig vergessen wird. Und wenn ich mit meinen Kundinnen oder Kunden zusammenarbeite, dann häufig zum Beispiel im Potential Intensiv oder auch im Mentoring, da geht es eben nicht einfach darum, nur irgendeinen KI-Coach zu bauen oder den nächsten Funnel zu bauen oder irgendeine neue Technologie irgendwo zu integrieren. Sondern mir ist es einfach erstmal extrem wichtig, das gesamte Angebot so zu betrachten, dass wir wirklich rausfinden, welche Veränderungen in dem konkreten Fall wirklich sinnvoll sind.

Und deswegen kommt eben für mich dann der Part damit rein, dass es eben selten um den eigentlichen Kaufanlass nur geht oder ausschließlich darum geht, sondern dass es immer wie so eine Art Vorstufe gibt. Und dazu ist es für mich wichtig, auch in dieser Vorstufe, dass ich ein Angebot eigentlich immer aus drei

Perspektiven betrachte. Und genau das haben wir auch bei Stephies Angebot gemacht, dass wir erstmal geguckt haben, Perspektive 1, der Experte oder die Expertin. Das heißt, wir haben erstmal geschaut, passt das Angebot so noch zu Stephies heutiger Expertise, zu ihrer Ausrichtung und zu der Art, wie sie künftig arbeiten möchte.

Die zweite Perspektive, die wir uns da angeguckt haben, sind ihre Kunden und Kundinnen. Das heißt, was brauchen die konkret, damit sie im Programm tatsächlich die gewünschten Ergebnisse erreichen können? Welche Ergebnisse können wir versprechen? Wo arbeiten wir drauf hin?

Und welche Form der Begleitung hilft dabei wirklich? Und die dritte Perspektive, die wir uns noch angeguckt haben, war eben, welche Rolle soll das neue Programm künftig im Business spielen? Das heißt, wie unabhängig soll es von Stephies Zeit funktionieren? Welcher Aufwand, welches Geschäftsmodell ist dafür sinnvoll?

Und das sind, wie gesagt, diese drei Perspektiven, aus denen ich jedes wichtige Angebot erstmal anschaue, ganz egal, was wir eigentlich danach damit machen wollen. Denn was bringt dir ein Angebot, das deine Kunden und Kundinnen super finden, das dich aber einfach bei jeder Buchung so unglaublich viel von deiner Eins-zu-Eins-Zeit kostet, dass du es eigentlich gar nicht mehr richtig leisten kannst, selber gar keine Freude mehr dran hast. Und auch wenn du eine Buchung bekommst, dir dann nicht denkst, hey cool, es hat wer gebucht, sondern dir dann denkst, oh mein Gott, Das sind schon wieder so viele Termine, die damit zusammenhängen dann. Oder auf der anderen Seite ein Angebot, das du zwar selber großartig findest, aber das dann nicht die Ergebnisse bringt, die deine Kunden und Kundinnen brauchen.

Oder eben auch ein Angebot, das sich vielleicht einfach wirtschaftlich nicht rechnet. Und das waren die Themen, die wir, wie gesagt, erst mal bei Stephie angeguckt haben. Bei Britta war das noch so ein bisschen anders, weil da war ja die Frage nicht, wie sie KI integrieren kann oder wie sie einen neuen Kurs entwickelt, sondern da haben wir eben geguckt, wie ein bestehendes Programm noch besser, noch wirksamer werden kann. Aber auch trotzdem haben wir da im Hintergrund erstmal diese drei Perspektiven angeschaut, beziehungsweise ich

musste die für mich erstmal angucken, weil ich das Angebot von Britta und Britta selber ja noch nicht weiter kannte.

Und deswegen war es eben wichtig, da erstmal diese Ausgangsfragen zu haben, beziehungsweise unterschiedliche Ausgangsfragen zu haben. Aber um dann auf die richtige Lösung zu kommen, wirklich erstmal zu verstehen, was eigentlich die Frage hinter der Frage ist. Und dann gab es ja auch noch die dritte Folge bei den BizBesties und da ging es eben tatsächlich stark um mich und um mein Angebot. Wenn du den Podcast schon länger hörst oder auch den Newsletter liest, dann hast du ja vielleicht mitbekommen, dass ich mal auch meine Angebote und meine Positionierung weiterentwickelt habe.

Gar nicht unbedingt, weil ich jetzt sage, meine bisherige Expertise, also rund um Evergreen, Skalierung und auch KI, in irgendeiner Form jetzt unwichtig geworden wären, sondern weil mir noch klarer geworden ist, dass die Themen zwar mögliche Hebel sind, aber eben nicht immer die automatisch richtige Lösung. Und für mich ist dieser größere Zusammenhang eigentlich die strategische Weiterentwicklung oder auch die Neuentwicklung von einem richtig guten Angebot. Und diese Erkenntnis habe ich dann auch in der dritten BizBesties-Folge gemeinsam mit Stephie und mit Britta weitergedacht. Wir haben unter anderem über die verschiedenen Kaufanlässe gesprochen.

Also zum Beispiel, ich will KI integrieren oder ich will Evergreen Funnel aufbauen oder ich will weniger Leihtermine brauchen. Ich will bessere Ergebnisse, passendere Kunden oder Kundinnen. Ich will ein Angebot, das wieder richtig zu meiner heutigen Expertise passt. Und wo wir dann auch sehr in die Tiefe gegangen sind, ist, dass wir geschaut haben, wie wichtig es ist, auf der einen Seite die Menschen über eine konkrete Situation anzusprechen, abzuholen, statt die eben alle mit irgendeiner allgemeinen Botschaft nur anzusprechen.

Aber wir haben eben auch gesehen, dass häufig die Lösung selber oder das Vorgehen selber danach sehr ähnlich sein kann. Wie gesagt, dieser Blick auf diese drei Perspektiven, um dann eben zu gucken, was ist es tatsächlich, was das Angebot heute braucht. Und auch bei meiner eigenen Neuausrichtung ist mir einfach nochmal extrem bewusst geworden, wie wertvoll das dann sein kann, wenn da einfach von außen nochmal jemand aufs eigene Business schaut. Denn

selbst wenn du fachlich unglaublich gut bist, wenn du absoluter Experte, Expertin in deinem Bereich bist, dann ist es einfach oft so leider, dass wir bei den eigenen Angeboten manchmal vor lauter Möglichkeiten gar nicht mehr richtig sehen und einschätzen können, was gerade wirklich das Entscheidende ist.

Und deswegen haben wir verschiedene Momente gehabt in den Folgen bei den BizBesties, wo wir gesagt haben, okay, eigentlich ganz unterschiedliche Themen, aber irgendwie ist es immer wieder wichtig, auf die Basis zurückzukommen, um wirklich zu überlegen, okay, was löst das Problem oder die Weiterentwicklung da wirklich? Was ist das, was das Angebot da in dem Moment wirklich braucht? Und wo auch immer du gerade stehst, vielleicht die Überlegung, ob du eben KI-Coach in ein bestehendes Programm integrieren sollst. Vielleicht ist dein Ziel, auch weniger Live-Termine zu haben, aber so, dass die Teilnehmer, Teilnehmerinnen trotzdem richtig gute Ergebnisse erreichen.

Vielleicht hast du bereits ein Funnel, hast den Funnel auch optimiert, aber das Angebot verkauft sich trotzdem nicht so, wie gewünscht. Oder es hat sich deine Expertise wie bei Stephie weiterentwickelt, aber das Angebot ist eben noch auf dem Status von vor ein paar Jahren, was das Angebot nicht schlecht macht, aber es passt dann halt einfach nicht mehr optimal zu deiner heutigen Expertise. Und bei allen stellt sich dann immer die Frage, ganz egal, was davon auf dich zutrifft, Was braucht das Angebot heute wirklich? Was funktioniert schon richtig gut?

Was sollte da unbedingt bleiben? Und wo liegt der tatsächliche Engpass? Und eben ganz wichtig, welcher der vielen möglichen Hebel ist für deine Situation jetzt wirklich sinnvoll? Denn mein Ansatz ist eben auch immer, nicht alles neu zu entwickeln.

Denn das ist eigentlich fast nie notwendig. Du kennst bestimmt dieses Pareto-Prinzip, 80-20-Regel, dass man sagt, dass 80 Prozent des Ergebnisses von 20 Prozent der Tätigkeiten kommen. Aber hier ist es natürlich wichtig zu gucken, was sind denn die richtigen 20 Prozent, damit du 80 Prozent von deinem Ergebnis kriegen kannst. Und eben für mich ist da ganz wichtig, nicht automatisch alles neu zu entwickeln, auch nicht einfach blind jedem Trend hinterher zu laufen.

Ganz wichtig auch, nicht an fünf verschiedenen Stellen gleichzeitig optimieren, weil du nachher keine Ahnung hast, was vielleicht irgendwelche Veränderungen ausgelöst hat, sondern wirklich das Potenzial sichtbar machen und dann auf die Veränderungen konzentrieren, die jetzt wirklich relevant sind. Und vielleicht ist die beste Weiterentwicklung Deines Angebots sogar viel kleiner, als Du gerade denkst. Es muss gar nicht immer dieser riesige Berg sein. Aber dafür musst Du natürlich zuerst wissen, was Du überhaupt verändern solltest.

Wenn du jetzt diese strategische Weiterentwicklung für dein eigenes Angebot angehen willst, dann könnte ich mir vorstellen, dass unterschiedliche Wege für dich die richtigen sein können. Denn ich habe zum Beispiel ganz unterschiedliche Kunden und Kundinnen. Die einen, die wollen am liebsten alles selbst entwickeln. Manche möchten, dass ich einfach die Strategie für sie entwickle.

Und andere wiederum möchten gerne über einen längeren Zeitraum mit mir gemeinsam das Ganze entwickeln und umsetzen. Und genau deswegen gibt es da auch drei Möglichkeiten bei mir. Das eine, die self-guided Variante, ist mein Evergreen Flow Programm. Das ist wirklich optimal für Experten und Expertinnen, die ihre Weiterentwicklung und die ihres Angebotes selbst in die Hand nehmen möchten.

Denn du arbeitest darin an meinem strukturierten Prozess mit Scale Codes und der Unterstützung der Simone AI. Das ist aus meiner Sicht richtig gut, wenn du eben gerne selbst gestaltest, wenn du gerne Entscheidungen erarbeitest, wenn du gerne in deinem komplett eigenen Tempo vorgehen möchtest, denn du bekommst in dem Programm meine Denkweise, meinen Prozess, aber ohne, dass du eben jetzt eine 1 zu 1 Zusammenarbeit mit mir buchen müsstest dazu. Du kannst das also ganz in deinem Tempo machen, ganz auf deine Art, immer wieder reinschauen.

Wenn du sagst, eigentlich fände ich aber viel cooler, wenn du für mich eine geniale Strategie entwickelst, dann würde ich das sehr gerne im Potenzial intensiv machen. Das ist für Experten, Expertinnen, die wirklich meinen individuellen strategischen Blick und ein konkretes, persönliches Konzept haben

wollen, also sozusagen die Done-for-you-Lösung. Das ist richtig gut, wenn du ein wichtiges Angebot hast und vielleicht sogar schon Ideen hast, in welche Richtung sich da was entwickeln soll. Denn was wir dann machen ist, dass ich von dir Informationen kriege, aber ich schaue mir dann deine Situation, die Unterlagen an, wir besprechen das Vorhaben auch gemeinsam, aber ich entwickle dann für dich anschließend die strategische Lösung und das ganz individuelle Konzept für dich.

Das heißt, du kriegst nicht nur irgendwelche Gedanken oder Tipps von mir, sondern ein ganz individuell abgestimmtes Konzept und eine konkrete Roadmap dazu. Die operative Umsetzung, die bleibt bei dir, aber du weißt eben danach ganz genau, was du wie, in welche Reihenfolge und wann optimal machst, sodass es am besten zu dir passt und du eben deine Ziele damit erreichst. Das ist aus meiner Sicht gerade dann richtig gut, wenn du vielleicht schon sehr, sehr viel ausprobiert hast und einfach keine Lust hast, jetzt monatelang noch alle Möglichkeiten selber zu durchdenken. Dann könnte das Potential Intensiv als dann-for-you-Lösung wirklich eine gute Variante für dich sein.

Die dritte Methode ist dann das Mentoring, das heißt dann with you, da arbeiten wir zusammen. Das ist aus meiner Sicht wirklich richtig gut, wenn es um größere, umfassendere Vorhaben geht, also wenn vielleicht mehrere Entscheidungen auch zusammenhängen, wenn die Entwicklung, die Umsetzung, du die gerne über einen etwas längeren Zeitraum gemeinsam mit mir machen möchtest, denn da arbeiten wir sehr intensiv und strategisch zusammen. Wir machen das da gemeinsam und ich begleite eben die Entscheidung und Entwicklung von dem Ganzen. Und ganz wichtig ist auch, du musst jetzt nicht wissen, was vielleicht der richtige Weg für dich ist.

Die Links werde ich dir natürlich auch jeweils in den Show Notes verlinken, aber wir können das natürlich auch sehr gerne gemeinsam einschätzen. Das heißt, schreib mir gerne zwei, drei Sätze zu deinem Angebot, zu deinem Vorhaben an sw.simoneweisenbach.com und ich sage dir dann sehr gerne, was ich dir in deiner Situation empfehlen würde. Was ich möchte, was von dieser Folge auf alle Fälle bei dir hängenbleiben soll. Wenn du dich also fragst, ist ein KI-Coach in deinem Lernangebot sinnvoll?

Ja, das kann er absolut sein, aber eben nicht automatisch. Und vielleicht ist der wichtigste Schritt gerade nicht die direkte Integration von KI, sondern vielleicht ist es doch auch eine andere Veränderung am Angebot. Denn, wie wir es ganz am Anfang auch gesagt haben, es ist unglaublich spannend, welche Möglichkeiten wir heute durch KI haben, aber noch spannender ist aus meiner Sicht wirklich die Frage, was wir mit diesen vielen Möglichkeiten tatsächlich besser machen können. Und manchmal ist die beste Entscheidung auch, eine bestimmte Technologie an einer bestimmten Stelle vielleicht bewusst nicht einzusetzen, sondern vielleicht doch was ganz anderes am Angebot zu verändern.

Wenn du gerne mal ganz konkret erleben möchtest, wie ich an solche Fragestellungen rangehe, dann kann ich dir nur noch mal empfehlen, in die drei Folgen beim BizBesties Brunch Podcast reinzuhören. Vor allen Dingen in der Folge mit Stephie kannst du uns dabei zuhören, wie wir ihr neues Programm gemeinsam durchdenken. Ich habe dir alle drei Folgen auch mit in den Show Notes verlinkt und wie gesagt, kann sie dir nur sehr ans Herz legen. Die beiden haben da wirklich ein ganz ganz tolles Format aufgebaut.

Soweit erstmal für heute. Ich freue mich sehr, dass du mit dabei warst und wir hören uns ganz bald wieder. Mach's erstmal gut. Bis dann.

Ciao, ciao.