

Erfolg ist einzig und alleine eine Frage der richtigen Strategie

(Teil 4-1) Stärken und Geschäftsfeld gehören zusammen

Warum gehören Stärken und Geschäftsfeld zusammen?

1 Ihre Stärken sollen zum Geschäftsfeld passen wie der Schlüssel zum Schloss

Ausgangspunkt ist das *Stärkenprofil*. Es ist wie ein *Schlüssel*, für den es nun das passende *Geschäftsfeld* zu finden gilt. Das so ermittelte Geschäftsfeld dient zunächst nur als grobe Orientierung.

2 Ihre größte Stärke ist nichts wert, wenn niemand bereit ist, dafür zu bezahlen

Darum gilt es ein Geschäftsfeld, also einen *Markt*, zu finden, *auf dem Sie Ihre Stärken optimal zur Geltung bringen können*. Fragen Sie sich also nach den möglichen Verwendungszwecken Ihrer speziellen Stärken.

3 Was Sie gut und gern tun, hat die beste Chance, zur Spitzenleistung zu werden

Auf dem Geschäftsfeld, das den ei-

genen Stärken am besten entspricht, agiert man von vornherein am sichersten und erfolgreichsten. Wichtig ist, dass Sie sich *mit Ihrem Geschäftsfeld voll identifizieren* können.

4. Ihre Geschäftsfelder sollen Sie selbst bestimmen und sich nicht von außen aufdrängen lassen

Viele Unternehmer lassen ihr Geschäftsfeld von außen bestimmen – entweder *von Kunden*, denen immer alles recht gemacht werden soll, oder *von Wettbewerbern*, die den Großteil des Marktes scheinbar unter Kontrolle haben.

5 Auf einem zunächst kleinen Geschäftsfeld Erster zu sein ist besser, als auf einem großen Durchschnitt zu sein

Wichtig ist, von vornherein ein Geschäftsfeld zu suchen, das genau den eigenen Kräften entspricht. Es ist besser, zunächst ein zu kleines als ein zu großes zu wählen.

Wie finden Sie Ihr erfolgversprechendstes Geschäftsfeld?

1 Leiten Sie aus Ihrem Stärkenprofil möglichst viele Geschäftsfelder ab

Oft können Sie das Geschäftsfeld direkt aus dem Stärkenprofil ableiten. Geben Sie dennoch die Suche nicht vorzeitig auf, sondern suchen Sie intensiv und methodisch weiter. Eine gewisse Genauigkeit ist notwendig. Sie sollte aber auch nicht übertrieben werden. Zunächst genügt eine grobe Orientierung.

2 Je enger Sie Ihr Geschäftsfeld definieren, desto schneller wächst Ihr Marktanteil

Je präziser Sie Ihr Geschäftsfeld definieren können, desto schneller haben Sie erste Erfolge, desto stärker steigt Ihre Motivation, und desto schneller das Wachstum. *Schnelle Anfangserfolge sind wichtig*. Sie ziehen eine Kettenreaktion anderer positiver Wirkungen nach sich.

3 Ihr Geschäftsfeld können Sie ausdehnen, wenn Sie Ihren Stärken treu bleiben

Zaudern Sie nicht, Ihr Geschäftsfeld zunächst sehr klein zu definieren! *Wenn Sie* einen Anfangserfolg erzielt haben, *die Marktnische also erschlossen haben*, können Sie Ihr Geschäftsfeld sukzessive ausdehnen.

4 Bedenken Sie stets: »Probieren geht über Studieren!«

Wälzen Sie Ihre potentiellen Geschäftsfelder nicht tage- und monatelang im Kopf herum, sondern machen Sie sich möglichst rasch an die Erprobung. *Machen Sie einen kleinen Schritt* in die grundsätzlich richtige Richtung *und setzen die dort gewonnenen Erfahrungen um*. D. h., Sie lassen sich – wenn nötig – von außen korrigieren und erproben dann auf dieselbe Weise den nächsten Schritt. *Damit begrenzen Sie Ihre Risiken auf ein Minimum*.