WORKBOOK

Erst dein Leben.
Dann dein Preis.

Der Wunschleben-Preisrechner: dein Preis,
gerechnet von deinem Leben aus. Nicht vom Markt.

Dieses Workbook gehört

Begonnen am

Mit Susanne Büttner, trust marketing

BEVOR DU STARTEST

So nutzt du *dieses Workbook*

Du brauchst etwa 60 Minuten, einen Stift und den Preisrechner.
Ein Cappuccino schadet auch nicht.

1 **Öffne den Preisrechner.**
Trag deine Zahlen ein. Die ehrlichen, nicht die geschönten.

2 **Übertrag deine Ergebnisse auf Seite 4.**
Dann weißt du schwarz auf weiß, wo du gerade stehst.

3 **Arbeite dich durch die Seiten 5 bis 12.**
Du musst nicht alles an einem Tag schaffen. Eine Seite am Morgen reicht völlig.

Am Ende weißt du, welchen Preis du brauchst, wie viele Kunden dafür reichen und wie du ihn ruhig und sicher nennst.

DEIN LEBEN

Wie soll *deine Woche* aussehen?

Bevor du über Preise nachdenkst, leg fest, wofür du arbeitest.
Trag für jeden Tag ein, was dort Platz haben soll.

Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
☐ Arbeit	☐ Arbeit	☐ Arbeit	☐ Arbeit	☐ Arbeit	☐ Arbeit	☐ Arbeit
☐ Frei	☐ Frei	☐ Frei	☐ Frei	☐ Frei	☐ Frei	☐ Frei

So viele Tage möchte ich arbeiten

So viele Wochen im Jahr gehören mir

Woran merke ich am Freitag, dass die Woche gut war?

Was soll in meiner Wunschwoche endlich Platz haben?

DEINE ZAHLEN

Deine Zahlen *aus dem Rechner*

Übertrag hier, was du in den Preisrechner eingegeben hast und was er dir zeigt.

DEINE EINGABEN	DEIN WERT
Wunsch-Netto pro Monat	€
Steuern und Versicherungen	%
Betriebskosten pro Monat	€
Puffer für Rücklagen	%
Mein Umsatzziel pro Monat	€
Preis meines Pakets	€
Mein Zusatzprodukt: Preis × Verkäufe	€
Mein heutiger Preis pro Termin	€

DEINE ERGEBNISSE	EINZELTERMINE	MEIN PAKET
Verkäufe bzw. Kunden im Monat		
Neue Kunden pro Woche		
Umsatz im Monat	€	**€**

So viele Verkäufe spare ich mir

Das mache ich mit der gewonnenen Zeit

Mein erster Gedanke, als ich das Ergebnis gesehen habe

DEINE ZAHLEN

Wo deine Zeit *wirklich* hingeht

Schätz für eine typische Woche, wie viele Stunden in welchen Bereich fließen. Ehrlich, nicht ideal.

BEREICH	STD. PRO WOCHE	DARF WEG
Kundenarbeit (bezahlt)		
Vor- und Nachbereitung		☐
Anfragen, E-Mails, Telefon		☐
Marketing und Social Media		☐
Verwaltung und Buchhaltung		☐
Weiterbildung		☐
Kostenlose Gespräche		☐
Sonstiges		☐
Summe		

Dein Anteil bezahlter Kundenzeit = Kundenarbeit ÷ Summe × 100 = _____ %

Liegt er unter 50 %, steckt hier dein schnellster Hebel. Ganz ohne Preisgespräch.

Diese drei Dinge lasse ich ab sofort weg

DEINE STELLSCHRAUBEN

Drei Wege zu *weniger Kunden*

Weniger Kunden bei gleichem Umsatz gelingt über drei Stellschrauben. Oft reicht schon eine davon.

Das Ergebnis

Ein höherer Preis braucht ein größeres Ergebnis. Frag dich: Was ist für deine Kunden danach wirklich anders? Je klarer die Verwandlung, desto leichter der Preis.

Mein erster Schritt

Die Form

Nicht alles muss 1:1 sein. Gruppe, Programm, Workbook oder Kurs: So wächst dein Paket, ohne dass deine Zeit mitwächst.

Mein erster Schritt

Das Zusatzprodukt

Ein kleines Produkt, einmal erstellt, trägt jeden Monat zu deinem Ziel bei. Und es öffnet vielen die Tür zu deinem Paket.

Mein erster Schritt

DEINE STELLSCHRAUBEN

Vom Termin *zum Paket*

Menschen kaufen keine Stunden. Sie kaufen ein Ergebnis. Ein Paket macht es sichtbar und schützt dich vor dem Preisvergleich pro Termin.

Statt

~~130 € pro Termin~~

Lieber

„Neustart“: 3 Monate, 1.590 €

Name meines Pakets

Für wen ist es?

Welches Problem löst es?

Was ist danach anders?

Was ist enthalten (Begleitung, Workbook, Kurs, Tools), und wie lange dauert es?

Mein Paketpreis in €

So viele Kunden brauche ich im Monat

DEIN PREISGESPRÄCH

Den Preis nennen. *Ruhig und sicher.*

Dein Preis ist kein Geständnis. Er ist eine Information. Diese fünf Sätze helfen dir dabei.

„Das Paket kostet 1.590 €. Darin ist alles enthalten, was du für dein Ziel brauchst.“

„Für dieses Ergebnis arbeiten wir drei Monate zusammen. Die Investition liegt bei 1.590 €.“

„Ich arbeite in Paketen, weil Veränderung Zeit braucht. Das Paket kostet 1.590 €. “

„Du kannst den Betrag auf einmal oder in drei Raten zahlen.“

„Passt das für dich?“

Danach: Pause. Lass den Satz wirken. Kein „nur“, kein „eigentlich“, keine Entschuldigung. Wer jetzt redet, verhandelt gegen sich selbst.

Mein Satz, mit meinem Paket und meinem Preis

DEIN PREISGESPRÄCH

Wenn jemand sagt: *„Zu teuer.“*

„Zu teuer“ heißt selten Nein. Meistens heißt es: Ich sehe den Wert noch nicht. Hier sind drei Antworten, ganz ohne Rabatt.

Nachfragen

„Zu teuer im Vergleich wozu?“ oder: „Was genau lässt dich zögern?“

Meine Version

Verkleinern statt verbilligen

„Wir können kleiner starten, mit vier statt acht Terminen.“

Meine Version

Den Wert sichtbar machen

„Was kostet es dich, wenn in einem Jahr alles noch genauso ist wie heute?“

Meine Version

Und wenn es trotzdem nicht passt: Das ist in Ordnung. Nicht jeder Mensch ist dein Kunde. Das ist der Sinn einer klaren Positionierung.

DEIN PREISGESPRÄCH

Bestandskunden *gut informieren*

Bestehende Kunden verdienen Vorlauf. Zwei bis drei Monate sind fair. Diese Vorlage kannst du direkt anpassen.

Liebe [Name],

seit [Jahr] begleite ich dich bei [Thema], und ich freue mich über jede Stunde unserer Zusammenarbeit.

Ab dem [Datum] passe ich meine Preise an. Für dich bedeutet das: [neuer Preis] statt [bisheriger Preis]. So kann ich mir weiter die Zeit für dich nehmen, die gute Arbeit braucht.

Bis zum [Datum] gilt für dich noch der bisherige Preis. Wenn du Fragen hast, sprich mich einfach an.

Herzlich
[Dein Name]

DEINE CHECKLISTE

- [ ] Datum für die Preisanpassung festgelegt
- [ ] Neue Preise auf der Website
- [ ] Brief an alle Bestandskunden verschickt
- [ ] Antworten auf Rückfragen vorbereitet (Seite 9)

DEINE UMSETZUNG

Lass die KI *deinen Angebotstext* schreiben

Kopier diesen Prompt in Claude oder ChatGPT und ersetz die Klammern mit deinen Antworten von Seite 7. Dein erster Entwurf steht in wenigen Minuten.

DEIN PROMPT ZUM KOPIEREN

Du bist eine erfahrene Texterin für Selbstständige. Schreib einen kurzen Angebotstext für meine Website.

Mein Paket heißt: [Name]
Es ist für: [Zielgruppe]
Es löst dieses Problem: [Problem]
Danach ist anders: [Ergebnis]
Enthalten sind: [Leistungen]
Dauer: [Dauer]
Preis: [Preis] €

Schreib in der Du-Form, warm, klar und ohne Übertreibungen. Keine Verknappung, kein Druck. Aufbau: eine Überschrift mit dem Ergebnis, drei Sätze zum Problem, drei Sätze zum Ergebnis, eine Liste der Leistungen, der Preis, ein freundlicher nächster Schritt. Höchstens 200 Wörter.

SO PRÜFST DU DEN ENTWURF

- [ ] Klingt es nach mir?
- [ ] Versteht man in fünf Sekunden, für wen es ist?
- [ ] Steht der Preis klar da, ohne Entschuldigung?
- [ ] Gibt es genau einen nächsten Schritt?

DEIN FAHRPLAN

Deine nächsten *30 Tage*

Ein Schritt pro Woche. Mehr braucht es nicht, damit dein neuer Preis wirklich ankommt.

1	**Neuen Preis festlegen und Paket formulieren** Woche 1, Seiten 4 bis 7	☐ erledigt
2	**Website und Angebotstext anpassen** Woche 2, Seite 11	☐ erledigt
3	**Neue Anfragen zum neuen Preis beantworten** Woche 3, Seiten 8 und 9	☐ erledigt
4	**Bestandskunden informieren** Woche 4, Seite 10	☐ erledigt

Du möchtest dein Ergebnis gemeinsam anschauen?

Im Cappuccino Call schauen wir 30 Minuten auf deine Zahlen. Drei Impulse, ohne Verkaufstheater.

TRUSTMARKETING.DE/TELEFONAT

A presto,
Susanne