

# Ein gigantisches Potenzial



Alexandra Herzog-Windeck – Marketing mit Intuition und Verstand

„Ihr  
Unterbewusstsein  
ist Ihr  
größter  
Hebel!“



In ihrem gerade erschienen Buch „Das Sprechende Unternehmen – Wie Sie Ihr Unterbewusstsein für Ihren Geschäftserfolg nutzen“ zeigt die Unternehmensberaterin Alexandra Herzog-Windeck, wie die Arbeit mit dem Unterbewusstsein zu besseren Ergebnissen in den zahlreichen Entscheidungssituationen des Business-Alltags führt. Stolpersteine werden identifiziert und Lösungswege aufgezeigt. Viele Beispiele, Übungen und unterhaltsame Dialoge lassen Sie die Verfahren schnell selbst anwenden. Alexandra Herzog-Windeck bietet auch Seminare, Beratungen und Coachings zum Thema an. Weitere Infos unter: [www.herzog-windeck.de](http://www.herzog-windeck.de).

Alexandra Herzog-Windeck

## Das Sprechende Unternehmen

**Forchheim (em/Is) Stellen Sie sich einmal vor, Ihr Unternehmen könnte sprechen, Sie könnten ihm zuhören, sich mit ihm unterhalten wie mit einem Vertrauten, Freund oder Berater. Vielleicht finden Sie den Gedanken etwas seltsam. Unternehmen reden doch nicht. Oder doch? Was passiert, wenn Sie sich auf die Idee, dass Sie mit Ihrem Unternehmen sprechen können, einlassen?**

Es geht bei diesem „Experiment“ darum, unterbewusste Informationen in Ihr Bewusstsein zu holen. Denn es besteht ein direkter Zusammenhang zwischen Ihrem Unterbewusstsein und Ihren Geschäftsergebnissen, zwischen Ihren unbewussten Überzeugungen und Ihren Erfolgen im Marketing, zwischen Ihren Erfolgserwartungen und Ihrem Wachstum. Wenn Sie sich mit dem Sprechenden Unternehmen oder auch mit Ihren Zielen, Ihren Produkten oder Ihrer Werbung unterhalten, kommen Sie an diese unterbewussten Inhalte heran. Dies ist überaus erhellend: Sie bekommen ein Unternehmen, das berät und empfiehlt und Verborgenes aufdeckt. Kurz einen Partner, wie Sie ihn sich nur wünschen können.

Wobei die Hauptinformationen unseres Unterbewusstseins in den ersten sieben Jahren aufgenommen werden. Diese Aufnahme beginnt schon im Mutterleib und hört dann nie mehr auf. Jede Zelle nimmt Signale von außen auf, vom Umfeld und von der Umgebung – dies nennt man Programmierung. Wir haben Programmierungen zu allen möglichen Themen, auch zu Stichworten wie Geld, Absatz, Umsatz, Unternehmens- oder Produktpositionierung, zu Kunden, Zielgruppen und Werbung. Stimmen unsere unbewussten Überzeugungen mit unseren bewussten Zielen überein, dann ist unser Unterbewusstsein der stärksten Helfer, den wir uns wünschen können. Ist die Übereinstimmung gering, behindert es uns bei der Zielerreichung.

### Nicht nur planen – erreichen!

Planung ist in Unternehmen unverzichtbar: Egal, ob es um Umsatz- oder Absatzzahlen, Termine und Deadlines, Meilensteine oder Werbeaktionen geht. Mithilfe von Statistiken, Mediadaten und retrospektiven Analysen werden Zahlen und Ziele festgesetzt, die in sich stimmig und logisch sein sollen. Allein mit dem Kopf kann man hier viel erreichen, wenn man sich nichts vormacht. Aber genau hier ist der Hund begraben, denn Papier ist geduldig: Wie oft sind Ziele schon gesetzt, aber nie erreicht worden, geplant aber nie erfüllt.

Dahinter kann sich viel verstecken: Angst vor Erfolg oder übergroßen Druck. Oder den Zielen wird unbewusst eine Bedeutung zugeschrieben, die der Zielerreichung im Wege steht – etwa wenn Geld mit „sich zu Tode arbeiten“ gleichgesetzt wird oder Umsatz mit Freiheitsverlust. Und dann gibt es auch noch die Ziele, die nicht angegangen werden, weil schlichtweg zu wenig Mut da ist, zu Familie, Angestellten oder anderen Projekten „Nein“ zuzusagen. Die Lösungen sind hier jeweils unterschiedlich: Wo beim einen Geduld gefragt ist, muss der andere

die Verwechslung auflösen und der nächste den Mut aufbringen, auch Entscheidungen, die für andere unbequem sind, durchzuziehen.

### Wissen, was der Kunden will

Auch bei der Positionierung eines Unternehmens oder eines Produktes kann das Sprechende Unternehmen helfen. Worin sind wir besonders gut? Wo sind wir einzigartig? Wo heben wir uns vom Wettbewerb ab? Was will der Kunde wirklich? All das sind Fragen, die im Laufe eines Positionierungsprozesses beantwortet werden müssen. Das Problem ist nur, aufgrund des Zeitdrucks ist meist nicht genügend Platz für aufwändige Recherchen und der Kunde weiß selbst oft nicht, warum er sich so oder so entscheidet, oder will es nicht sagen. Auf Unternehmensseite ist es zuweilen schwierig, in die berühmten „Mokassins“ des anderen, respektive der Zielgruppe, zu schlüpfen. Und genau hier ist das Sprechende Unternehmen unschlagbar: Über das Unterbewusstsein können Sie erfahren, was der Kunde wirklich will, welche Produktbestandteile ihn tatsächlich am meisten interessieren – und nicht was er vorgibt zu wollen. Sie können das zudem bei jeder Art von „Zielgruppe“ anwenden, egal, ob es sich um eine bestimmte Branche, ein Zielgruppensegment oder um ein bestimmtes Unternehmen handelt.

### Echt, authentisch und glaubwürdig

Auch bei der Werbung hat das Sprechende Unternehmen ein Wörtchen mitzureden. Es hilft bei der Auswahl der passendsten Idee – unabhängig davon, ob es sich um Fotos, Entwürfe vom Grafiker oder Claims handelt. Sie sehen und erfahren, mit welcher Version Sie sich am wohlsten fühlen und auf welche Ihre Zielgruppe „abfährt“.

So gibt es Verpackungen, die sich beschweren, dass ihnen niemand glaubt; Claims, die jubeln, während der Unternehmer nicht überzeugt ist; Marketingprojekte, die ins Stocken geraten, weil der Unternehmer sich eigentlich nicht zeigen will. Oft liegt die Lösung ganz wo anders, als man denkt. Und es wird deutlich, wie komplex das Thema Werbung ist und dass weit mehr dahinter steckt, als einfach eine gute Gestaltung und ein großes Budget. Spätestens bei der Umsetzung stößt man auf Glaubenssätze wie „Das will der Kunden nicht“, „Das ist viel zu teuer“, „Das bringt doch nichts“, „Das verkauft sich nicht“, „Das ist zu viel Arbeit“, „Das geht so nicht“. Diese müssen aufgespürt und bewusst gemacht, gedreht und wieder im Unterbewusstsein verankert werden.

So oder so fangen Sie an, mit Ihrem Unternehmen zu sprechen. Die Arbeit mit dem Unterbewusstsein führt weiter, wenn der Verstand an seine Grenzen gekommen ist. Sie bringt Klarheit und Entscheidungssicherheit, macht schneller und zielgerichteter. Wenn Kopf-Wissen und Bauch-Gefühl sinnvoll miteinander kombiniert werden, entsteht nachhaltiger Unternehmenserfolg mit Leichtigkeit. Es ist ein neuer, verblüffender Weg, um mehr Nähe zu Markt und Kunden zu gewinnen, geniale Ideen zu finden und konsequent umzusetzen.