Hallo ihr Lieben, in diesem Video geht es darum, wie du zu deinem mindestens 1000 Euro Wertprogramm kommst. Und hinter mir siehst du ein Theater, also dieses Spielwerk ist das Theater und hier, das ist hier der Saal in diesem Theater, das ist die Bühne und da sind einfach die verschiedenen Türen, wo die Menschen zu uns reinkommen können. Und es ist extrem wichtig zu verstehen, dass dein Programm oder dass du immer wieder das gleiche spielst. Du spielst immer wieder dein eigenes Programm, wenn das aus deiner Berufung heraus abgeleitet wurde. Das ist extrem wichtig. Dein Programm, was du mit Menschen machst, ist immer wieder das Gleiche. Dafür ist die Beschreibung dein Berufungssatz, dass du nie im Leben machst, was anderes. Du hast das schon immer getan, aber unbewusst oder nur in Sequenzen, nur in Teilen. Und das wird sich auch nicht verändern. Das ist etwas, was dein Schiff verdient gegeben hat, wo du mit extrem wenig Aufwand extrem viel bewirken kannst. Und dieses Spiel oder dieses Programm oder dieses Symphonie spielst du immer wieder auf deiner Bühne. Was ganz wichtig ist, was ich hier echt betonen möchte, das ist, dass dieses Programm, dieses 1000 Euro Wertprogramm aus deiner Berufung abgeleitet wird. Weil wenn das Licht aus deiner Berufung abgeleitet wird, dann zählt hier ein Bild ein, du tanzt auf vielen Hochzeiten, du bist beschäftigt, du bist aktiv, vielleicht bist du auch getrieben, aber du weißt nicht, welche Hochzeit ist deine Hochzeit, du weißt nicht, wer dein Bräutigam ist und dann gibt es einfach nur Bewirrungen. Und es ist ein Unterschied, ob du auf vielen Hochzeiten tanzt, ja, dann bist du nicht hier auf dieser Bühne, quasi sondern auf anderen Baustellen unterwegs oder ob du auf deiner eigenen Hochzeit viel tanzt. Das ist gut. Du darfst viel tanzen auf deiner eigenen Hochzeit. Es geht gar nicht darum, dass wir leben ohne Auswirkungen, ohne Einfluss, ohne unsere Botschaft. Es geht wirklich darum, dass wir etwas bewegen, aber es geht darum, dass wir auch unsere Hochzeit tanzen, quasi dass wir unseres machen. Und es ist wirklich ein großer Unterschied, ob ich auf vielen Hochzeiten tanze oder auf meine Hochzeit viel tanze. Und mach dich da nicht verwirkt, wenn du dich immer wieder auf diese innere Führung einlässt und ich führen wässt, wenn du immer wieder auf dein Herz hörst, dann führt dein Vater im Himmel dich automatisch. Also, da mach wirklich bitte gar keine große Gedanken, sondern verlass dich einfach darauf, dass du Stück für Stück immer mehr erkennst durch diese innere Führung. Wenn dich aber immer wieder dein Konto stand oder die Erwartungen anderen oder die Erwartungen deiner Kunden oder die Erwartungen des Marktes und so weiter und so fortführen, ohne diese innere Bestätigung in dir. Also, du spürst, das ist eine gute Idee oder das machen viele. Da verdienen viele gutes Geld, könnte ich mal auch machen. Das ist keine innere Führung. Da bist du wahrscheinlich auf einer anderen Hochzeit tätig. Gut. Also, das ist zu deinem Programm. Und dein Programm ist 100 Prozent auf dieser Bühne. Aber es kann sein, dass du von deinem ganzen Programm nur 30 Prozent anbietest oder nur 60 Prozent anbietest. Und es kann sein, dass du bestimmten Menschen 100 Prozent anbietest. Also, du musst nicht immer das ganze Angebot geben. Es gibt Zeiten, wo du sagst, ich habe jetzt Lust, den Fokus nur darauf zu legen oder nur darauf zu legen. Und dann bietest du nur 30, 60 Prozent zum Beispiel von deinem ganzen Programm an. Dazu werde ich noch in dem anderen Video mehr Beispiele nennen. Und es ist auch extrem wichtig, dass du Kunden haben wirst, die zum Beispiel du gibst 100 Prozent oder du gibst 30 oder 60 Prozent. Wuscht, wie viel du gibst. Alles, was du gibst, ist quasi ein Ganzes. Aber deine Kunden werden davon vielleicht nur 10 Prozent nehmen oder nur 50 Prozent nehmen oder nur 70 Prozent nehmen. Das heißt, auch wenn wir ein Ganzes geben, in sich, die Kunden von uns haben für sichtige Verantwortung, damit sie so viel wie möglich von uns nehmen können. Aber das ist nicht unsere Verantwortung. Das ist extrem wichtig. Wir können das Ganze geben, aber wir können die Menschen, die Kunden nicht manipulieren, dass sie wirklich das Ganze nehmen. Vielleicht sind sie noch nicht so weit oder vielleicht haben sie bei dir gebucht und danach kommt eine Krankheit oder kommt eine Scheidung. Oder mit den Kindern ist was los oder sie zweifeln total an sich. Also es gibt immer wieder Faktoren, die uns auch behindern, dass wir das volle nehmen können, was uns angeboten wurde. Gut, das ist auch extrem wichtig. Und in diesem Programm gehören deine Methoden auch rein. Das heißt, wenn du eine Ausbildung gemacht hast, zum Beispiel Richtung Familienaufstellung oder Richtung Ernährung oder Richtung Yoga oder Richtung Malen oder was auch immer. Hierher gehören auch deine in dieses Programm, gehören quasi diese Methoden rein. Und Methoden, die wir gelernt haben von anderen und unsere eigenen Methoden, die wir dann unseren Kunden immer wieder helfen zu entwickeln, wären sie ihren ersten 3, 4, 5, 6 Kunden haben. Das ist extrem wichtig. Das heißt, in diesem Programm ist es ein Gemisch am Anfang. Du hast da Methoden, die du von anderen gelernt hast und du wirst auch deine eigenen Methoden entwickeln. Das ist auch extrem schön und wertvoll. Und in der Kommunikation ist es extrem wichtig, dass wir nicht über diese Methoden reden, weil wenn wir über diese Methoden reden und du hast eine Ausbildung gemacht und das haben auch noch tausend andere Menschen gemacht und sie reden auch über diese Ausbildung, dann bist du vergleichbar. Und die Menschen denken, dass die Methode die Lösung ist für sie. Aber ehrlich gesagt, die Methode ist nicht die Lösung für sie, sondern die Lösung bist du mit deinen gelernten und eigenen Methoden. Das ist extrem wichtig. Das heißt, wenn wir in der Kommunikation hier die Methoden ständig benutzen und sagen, ja, die Methode kannst du bei mir lernen. Und ich mache Familienausstellungen oder ich bin systemischer Coach oder ich bin Joghalehrerin oder ich bin Kunstlehrerin oder was auch immer, dann bist du in einer Welt, wo noch viele andere Menschen sind. Und obwohl du ganz anders bist, obwohl du auch deine eigenen Methoden entwickeln wirst, obwohl nicht die Methode, sondern du selbst, deine Intuition, deine Feedbacks, deine Gaben wirklich die Durchbrüche für die Kunden bringen werden. Die Kunden, die das nicht wissen, können zwischen dir und anderen keinen Unterschied machen. Und deshalb werden sie zum Beispiel sich orientieren nach dem Preis. Und das wäre natürlich ja mehr Schade für deine Kunden. Okay, also das ist dazu. Und was wir aber kommunizieren, das ist ganz, ganz wichtig, dass wir aus unserer Berufung selbst bestimmte Probleme herausnehmen. Und wir sagen, wir sind Problemlöser für das und das. Das ist diese Tür. Also diese Türen sind verschiedene Eingänge in dieses Theater zu den verschiedenen Sitzen, damit die Menschen erkennen, okay, wofür bist du da? Was haben sie davon, dass es dich gibt? Nicht deine Methode. Was haben sie davon, dass es dich gibt? Und auf diese Türe hängen wir immer wieder Schilder auf. Und diese Schilder, auf dem ein bestimmtes Problem ist, führen die Menschen zu uns rein in dieses Theater. Zum Beispiel in unserem Verein haben wir ein Schild aufgehängt, was extrem gut funktioniert hat. Und das war Kritik. Also was passiert, wie kannst du mit Kritik umgehen? Was passiert, wenn du kritisiert wirst? Wie kannst du Kritik frei werden? Wie kannst du Kritik neutralisieren? Und als wir das angeboten haben, als Live-Sendung, dann haben wir 600 Zuschauer gehabt in einer Gruppe von 900 Menschen. Das heißt, das Thema ist richtig gut angekommen, nur weil wir das Thema Kritik auf diese Tür geschrieben haben. Ein anderes Live-Video, was richtig gut angekommen ist, das ist zum Beispiel hier diese Tür, da haben wir auf dieses Schild aufgeschrieben, wie du deinem cholerischen Chef Grenzen setzen kannst. Wiederum fast die gleiche Zahlen, ein bisschen weniger, aber fast die gleiche Zahlen. Und das heißt, dieses Thema ist richtig begehrt. Und aus dem können wir zum Beispiel jetzt ein Produkt entwickeln. Und die Probleme sind das, was die Menschen ansprechen, weil sie Probleme haben. Sie interessieren sich dafür, wie diese Probleme gelöst werden und sie interessieren sich nicht dafür, welche Methoden es gibt. Das interessiert sie echt nicht, sondern sie haben Schmerz und diesen Schmerz möchten sie im Rücken zum Beispiel nicht mehr haben. Und sie haben seelischen Schmerz und diesen Schmerz möchten sie nicht mehr haben. Und das ist das, was die Menschen dann abholen. Und dann werden wir, das kommt in diesem anderen Video, was ich schon erwähnt habe, wenn ich sage, ich möchte dieses Problem mit der Kritik lösen, dann mache ich da Gedanken, wie ich mit diesem Programm, was immer das Gleiche ist, dieses Problem lösen kann. Oder hier, wenn ich über den kolirischen Chef spreche, damit haben wir wieder ganz andere Menschen abgeholt. Und dann mache ich wieder Gedanken, wie ich mit unserem Programm diesen Menschen helfen kann. Oder was extrem gut angekommen ist, auch zum Beispiel, das ist jetzt die dritte Tür in unserem Verein Wertschätzungsklub, wie die Singles ihre quälende Sinnstück nach einem Partnerin Vorfreude verwandeln können. Und es ist wiederum, wir haben mit dem gleichen Programm auch Ihnen schon geholfen, aber wir haben hier ganz andere Menschen dadurch abgeholt. Und diese drei Themen waren die Rennaert-Themen letztes Jahr in unserem Verein. Und in diesem Jahr werden wir dafür kleine Produkte kreieren. Gut, also das ist quasi, was ich erklären wollte, dass hier durch diese Türen die Menschen reinkommen. Und dann holen wir sie durch diese Probleme ab, was sie wissen, was sie kennen, was sie spüren, was sie, ich sage nur das Problem und sie wissen, ja, das bin ich. Und danach geben wir Ihnen immer wieder, entweder unser 100-Prozent-Programm oder nur ein Teil davon, was für dieses Problem relevant ist. Und dann siehst du hier verschiedene Farben bei den verschiedenen Sitzungen. Hier ist es grün, hier ist es rot, hier ist es blau. Und die Logen habe ich jetzt nicht aufgeschrieben. Das heißt, es gibt Menschen, die nicht so sehr in unserer Ernährung sind. Ich könnte sagen, zum Beispiel, wenn wir ein Buch schreiben, dann sind die Leser von dem Buch hier hinten im Theater. Davon können wir auch ganz, ganz viele haben oder ein digitales Produkt, wo wir, was wir einmal produzieren und und und keinen, wie soll ich sagen, danach keinen Aufwand mehr in Zeit oder in Energie haben. Das sind hier diese, diese Besucher quasi in deinem Theater. Dann gibt es Menschen, die einfach mehr von dir sehen wollen. Sie möchten näher sein zu deiner Bühne. Und hier sind sie hier mitten im Theater. Und dann gibt es so die ersten zwei Reier, das sind ganz, ganz wichtige Kunden für dich, mit denen machst du vielleicht auch Gruppencoaching, wo nur sechs Menschen oder zwölf Menschen da sind. Also das ist einfach so ein kleinerer Kreis. Und dann gibt es vielleicht die logen Plätze. Wir haben immer wieder für drei Menschen, auch wenn wir jetzt vier haben, mach nichts, aber für drei Menschen haben wir eingeplant, eins zu eins coaching. Und das sind halt die logen Plätze. Und mit diesem Video wollte ich dir erzählen, dass es extrem leicht ist, für uns das Programm zu kreieren, weil wir dazu eigentlich nur unseren Berufungssatz brauchen. Natürlich mit den Sehnsüchten zusammen. Und dann werden wir auch austesten können durch die Gespräche mit den Menschen, die wir schon kennen, oder durch Post mit unserer Community, die wir schon haben. Also immer wieder aus dem, was wir bereits haben, werden wir austesten. Was ist das, was bei den Menschen am meisten ankommt, hier zum Beispiel bei diesem Schild? Was welches Problem drückt sie so wirklich, wo sie sagen, oh, das will ich schon gestern verwendet haben? Sehr gut. In diesem Sinn habe ich jetzt alles gesagt, was ich hier aufgeschrieben habe. Und dann sehen wir uns im nächsten Video. Bis bald, tschüss!