

Eine Nische besteht aus drei Angaben: **wer**, **wann** und **was daran besonders ist**. Der dritte Punkt ist der, den ein Außenstehender nicht erfinden kann, und deshalb der wertvollste. Füll dieses Blatt aus, bevor Du das erste Motiv gestaltest.

1 Drei Gruppen, die Du kennst

Kennen heißt: Du weißt, worüber sie sich ärgern und worüber sie lachen. Beruf, Verein, Hobby, Lebenslage. Notier zu jeder Gruppe, woher Du sie kennst.

NR.	PERSONENGRUPPE	WOHER DU SIE KENNST
1		
2		
3		

2 Anlässe je Gruppe

Ein Anlass hat einen Termin oder einen Auslöser: Examen, Abschied, Jubiläum, Geburt, bestandene Prüfung, Renteneintritt. Zwei bis drei je Gruppe.

GRUPPE	ANLASS	WER KAUFTE, WER BEKOMMT ES
1		
1		
2		
2		
3		
3		

Der Insider-Test: Zeig Deine Idee jemandem aus der Gruppe und jemandem außerhalb. Versteht der Außenstehende sofort, worum es geht, ist das Motiv zu allgemein. Grinst der Insider und fragt der Außenstehende nach, hast Du getroffen.

3 Zehn Motividee als Satz

Nicht als Stichwort, sondern aus Sicht des Käufers: „Ich verschenke das an meine Kollegin, die nach zwanzig Jahren aufhört.“ Der Satz enthält Person, Anlass und Ton.

4 Die Prüfung

Für Deine drei besten Ideen. Suchvorschläge findest Du, indem Du den Begriff in Etsys Suchfeld tippst und die Vorschläge liest. Trefferzahl steht über den Ergebnissen.

MOTIVIDEE	VORSCHLAG DA?	TREFFER	LETZTE BEW.	ERGEBNIS
-----------	------------------	---------	----------------	----------

So liest Du die Spalten: Erscheint Deine Formulierung in den Suchvorschlägen, wird danach gesucht. Unter 1.000 Treffern ist dünn, über 50.000 ein Massenmarkt. Sind die letzten Bewertungen der ersten Treffer jünger als vier Wochen, wird dort aktuell gekauft.

5 Deine Entscheidung

Zielgruppe

Anlass

Das Besondere, das nur Insider kennen

Warum gerade diese Gruppe

Rechne nach: Bei acht Euro Marge und 300 Euro Zielgewinn im Monat brauchst Du gut ein Verkauf am Tag. Eine einzelne Nische trägt das selten. Was es trägt, ist ein Verfahren, das Du nach der ersten Gruppe auf die zweite anwendest.