



Stell' Dein Licht nicht unter den Scheffel. Heb' es hoch. Dann sehen es alle!

Für Viele ist der Weg am ersten Hindernis zu Ende.

Für Erfolgreiche fängt er jetzt erst an. *Unbekannter Autor*

Der 5. Erfolgsbaustein: Jetzt wird Ihr Persönlichkeits-Paket zur Marke!

Wirkungsvolle Marke ICH – die Marke ist mehr als ein Produkt, sie ist eine perfekte Mischung einzigartiger Faktoren. Marken sind Persönlichkeiten, die klare Akzente setzen, denn: Marken

- erheben einen Anspruch
- vermitteln Werte, Sicherheit, Qualität
- schaffen Emotionen, Vertrauen, etwas Begehrtes
- sind unnachahmlich, ein Prestigeobjekt
- machen den Unterschied, sind als Original einzigartig

Alles klar! Oder doch nicht? Dann lesen Sie weiter.

Papier und Stift:

Wir starten los mit der 1. Kreativ-Aufgabe

Wählen Sie 2 Marken aus, die Sie kennen: 1 Produktmarke und 1 Personenmarke. Notieren Sie pro Marke Antworten auf folgende Fragen:

- Warum haben Sie gerade diese Marke gewählt?
- Was zeichnet diese Marke besonders aus?
- Wofür steht diese Marke?
- Was unterscheidet diese Marke vom Wettbewerb?

Betrachten Sie nun diese Ergebnisse und spüren Sie hinein, wie viel Kraft diese Marke hat. Zieht diese Kraft? Sehen Sie Klarheit und Richtung? Fein, dann behalten Sie das in Gedanken und konzentrieren Sie sich bei den folgenden Punkten jetzt ganz auf sich selbst.

Gibt es eine 2. Chance für den 1. Eindruck?

JEIN. Die beiden Schlüsselfragen: „Wie werden Sie wahrgenommen?“ und „Wie wollen Sie wahrgenommen werden?“ Schätzen Sie sich selbst ein: Passt das zusammen? Wenn nicht, dann lassen Sie uns Ihre Marke schärfen, damit in Zukunft der 1. Eindruck gewinnt. Papier und Stift – nun geht's um folgende Fragen:

SIE sind das Produkt! SIE sind Ihre Dienstleistung!

- Wodurch unterscheiden Sie sich von Anderen? Was ist Ihr USP (Unique Selling Proposition – Ihr Alleinstellungsmerkmal)
- Was können Sie am besten? Wo liegt Ihr Talent?
- Ihre Marke ICH ist mehr als nur das Produkt! Nämlich?

- In welchem Umfeld können Sie Ihre Marke samt Talent & Stärken am besten einsetzen? (Zielgruppe? Interessensgruppe? In Ihrem Team? ...)

- Welche Emotionen soll Ihre Marke ICH schaffen?

- Wo liegt der (Zusatz-)Nutzen für Ihren Kunden? (Wirkung statt Produkt)

Nehmen Sie sich Zeit. Seien Sie erfrischend anders. Nur nicht schüchtern. Erregen Sie Aufmerksamkeit. Bescheidenheit ist keine Zier! Haben Sie diese Fragen ausreichend und punktgenau beantwortet, wartet noch eine wichtige, da sehr wirkungsvolle Aufgabe auf Sie:

Wichtige Querchecks

Ihre Marke ICH ist Teil Ihrer Werte-Kultur

Der Quercheck bezüglich „Authentizität und Glaubwürdigkeit“ ist wohl einer der wichtigsten. Lesen Sie nochmals Ihre Antworten und hören Sie auf Ihr Bauchgefühl. Sind das wirklich SIE? Ihre Personenmarke spiegelt mehr als alles andere Ihre Kultur, Ihre Werte und Ihre Kernaussagen wider. Ist dieser Quercheck nicht stimmig, würde Ihr Umfeld das sofort spüren, Ihre Auftraggeber sowieso. Zudem sollten Sie mit überlegen: „Passt meine Kultur zu jener meines Auftraggebers? Soll das so sein?“

Der Ursprung Ihrer Marke unterstreicht Ihre Kernaussage

Ein Süd-Europäer, der Sushi verkauft? Ein Japaner, der das beste Kebab anpreist? Was auch immer das Produkt/die Dienstleistung Ihrer Marke ist, seien Sie sich bewusst, dass der Ursprung wirkt! Welcher ist der Ihre? Sie haben es in der Hand, diesen aktiv zu nützen.

Marken haben ihren Preis. Welchen Markenwert haben Sie?

Wer kennt dies nicht: Für Markenprodukte wird mehr Geld ausgegeben als für „No-Name-Produkte“. Auch wenn „Geiz geil“ sein mag: Fokussieren Sie sich immer wieder auf den (Zusatz-)Nutzen, den Ihr Auftraggeber hat, wenn er gerade Sie engagiert. Denn: Steht der Nutzen für den Kunden im Vordergrund, tritt der Preis in seiner Wichtigkeit zurück. Denn dann gilt: „Ich will!“

Gönnen Sie sich nun nochmals den Blick auf Ihre Antworten, die Ihre Marke konkretisieren. Nützen Sie die nächsten Stunden und Tage, um sie weiter zu schärfen und – bei neuen Ideen – zu konkretisieren.

Beginnen Sie, Ihre Marke und die damit verbundenen Werte bewusst zu leben. Damit werden Sie sichtbar und kommen ins Licht:

Einzigartig – besonders – unverwechselbar!

Einfach selbst.bewusst!

7 Erfolgsbausteine für's selbst.bewusst.sein

Die gute Nachricht: selbst.bewusst.sein ist wie ein Muskel, den man trainieren kann! Wie im Sport sind jedoch bis ins Ziel, bis zur Siegesfeier einige Etappenziele zu absolvieren. Ich habe 7 Erfolgsbausteine ausgemacht. Einer nach dem anderen muss betreten werden, Schritt für Schritt, um den Erfolg auf sichere Basis zu stellen. Einen davon zu vernachlässigen, wäre fatal. Man würde sich dadurch eines wesentlichen Erfolgskriteriums berauben: Das gilt für uns als Einzelpersonen, für Unternehmen, aber auch für unsere Gesellschaft.

Wir brauchen Menschen mit Strahlkraft. Heute mehr denn je.

Erfolgsbaustein Nr.5:

