



Selbstvermarktung von Jungunternehmern

Intensivierungskurs 1 aus Unternehmensgründung
Mag. Jörg Neuhauser



Warum?

soft skills vs. hard facts

Uni und die Persönlichkeit
Mal was Anderes
Focus Unternehmertum



Erkennen andere wie gut Sie sind?



Positionieren Sie sich selbst,
bevor es andere tun!



Erfolg = (Fach)Wissen x Selbstmarketing



Um erfolgreich zu sein, genügt es nicht
mehr, nur gut zu sein –
die anderen müssen das auch
wissen.
sehen.
merken.

(Vergleichbare Qualifikationen machen Selbstmarketing notwendig!)



Wer sich nicht inszeniert, fällt nicht auf -
auch wenn Talente und Leistungen
herausragend sind.

Die gute Nachricht ist:
Eine positive Ausstrahlung ist uns nicht
angeboren, sondern lässt sich erlernen.



Doch Vorsicht:

Nicht zu laut mit sich selbst werben!

Wird oft als Unsicherheit interpretiert.

Definition Selbstvermarktung



- **Selbstmarketing**
- **Self Marketing**
- **Ego-Marketing**
- ...
- Ansätze der systematischen und bewussten Selbstvermarktung

Definition Selbstvermarktung



Selbstkritische Übertragung der Erkenntnisse des Marketing für Sach- oder Dienstleistungen auf die eigene Person.

→ 4 P's

Definition Selbstvermarktung



Sprechen wir von Selbstmarketing

Der Begriff Selbstvermarktung führt in mancherlei Hinsicht zu Verwirrung.

Die Marke ICH



Ziel =

die eigene Person als
Markenpersönlichkeit etablieren

Die Marke ICH



Was in der Produktwerbung die Marken erfolgreich macht, kann auch zur Profilierung der eigenen Person dienen...

Die Marke ICH



Selbstmarketing=
bewusste Betonung der eigenen Stärken.

...nicht das künstliche Verstellen.

Die Marke ICH



Jede Person steht in ihrem sozialen Umfeld für Eigenschaften, Fähigkeiten und das damit verbundene Wissen.

Die Marke ICH



Die Stärken gilt es, im Rahmen des Selbstmarketing herauszuarbeiten und bewusster (als bisher) zu unterstreichen.

Stärken stärken und Schwächen schwächen

Die Marke ICH



Warum eine Marke aufbauen?

Die Marke ICH



Warum eine Marke aufbauen?

- Eine Marke schafft Vertrauen und Differenzierung zugleich
- Durch Marken erfolgt eine Orientierung im Angebot

Die Marke ICH



Elemente des Selbstmarketing

- Wiedererkennungswert erhöhen
- Kontinuität in der Persönlichkeit

Elemente der Marke ICH



Elemente der Marke ICH



- Accessoires wie Uhren, Krawattennadeln u. ä.
- Wiedererkennbare Stilelemente im Schriftverkehr
- Farben und Formen, z. B. schwarze Anzüge
- Umgangsformen
- Gestik
- Mimik

.....Beispiele?

Elemente der Marke ICH



Exkurs:

Kommunikation im Selbstmarketing:
durch Netzwerke (Privat- und Geschäftskontakte)
können Multiplikatoren gewonnen werden, welche
die einzigartigen Eigenschaften der Person
erkennen und weiter tragen.



Man muss sein Leben aus dem Holz
schnitzen, das man zur Verfügung hat.
(Theodor Storm)

Das macht Persönlichkeit!

Selbstmarketingprozess



Für den Einsatz von Selbstmarketing an der eigenen Person empfiehlt sich - wie im Produktmarketing - zunächst eine **Bestandsaufnahme**.

Selbstmarketingprozess



Bestandsaufnahme:

- Wer bin ich?
- Wo stehe ich?
- Wo will ich hin?

Klarheit schaffen



Das Motto (Was spornt mich an?)

Das Ziel (Was will ich erreichen?)

Die Zielgruppe (Wen will ich überzeugen?)

Die Themen (Worüber weiß ich wirklich gut Bescheid?)

Die Bühnen (Wo kann ich strahlen, mich präsentieren?)



USP definieren

Unique selling proposition = Alleinstellungsmerkmal

Bestandaufnahme



- Identifikation der Stärken und Schwächen
- Klärung von Selbst- und Fremdbild

Selbst/Fremdbild



- **Selbstbild** heißt das Bild, das jemand von sich selbst hat bzw. macht.
- Gegensatz: Fremdbild oder Außenwahrnehmung:
die Bilder, die andere von einem haben.

Zielplanung



Hier sind die Visionen und Meilensteine zu definieren, z.B.

- *Wie will ich nächstes Jahr gesehen werden?,*
- *Wie möchte ich in 10 Jahren leben?,*
- *Welche Spuren möchte ich hinterlassen?*

Schwierigkeit: Ziel



S
M
A
R
T

Gute Ziele sind:



- S spezifisch (klar definiert)
- M messbar
- A attraktiv
- R realistisch
- T terminiert

Gute Ziele sind:



Überfordernd

Unterfordernd

Gute Ziele sind:



Überfordernd

Herausfordernd

Unterfordernd

Strategieformulierung



- Definition der Ziel-Mittel-Beziehungen.
- Der bewusste Einsatz von Mitteln zur Unterstreichnung der Persönlichkeit sowie das zielgerichtete Engagement zur Realisierung der Vision stehen im Mittelpunkt der Selbstmarketingstrategie.

SOLL-IST-Analyse



SOLL-IST-Analyse



IST	SOLL
Wege zum SOLL	Widerstände

Exemplarisch...


Regeln d. Selbstvermarktung



- Versuchen Sie Ihren "Marktwert" festzustellen

Exemplarisch...

Regeln d. Selbstvermarktung



- Versuchen Sie Ihren "Marktwert" festzustellen
- Definieren Sie Ziele für sich

Exemplarisch...

Regeln d. Selbstvermarktung



- Versuchen Sie Ihren "Marktwert" festzustellen
- Definieren Sie Ziele für sich
- Stellen Sie fest, wo Ihre persönlichen Stärken am dringendsten gebraucht werden

Exemplarisch...

Regeln d. Selbstvermarktung



- Versuchen Sie Ihren "Marktwert" festzustellen
- Definieren Sie Ziele für sich
- Stellen Sie fest, wo Ihre persönlichen Stärken am dringendsten gebraucht werden
- Entwickeln Sie Ihre Problemlösungskompetenz

Exemplarisch...


Regeln d. Selbstvermarktung



- Versuchen Sie Ihren "Marktwert" festzustellen
- Definieren Sie Ziele für sich
- Stellen Sie fest, wo Ihre persönlichen Stärken am dringendsten gebraucht werden
- Entwickeln Sie Ihre Problemlösungskompetenz
- Bewegen Sie sich auf Ihre Zielgruppe zu

Exemplarisch...

Regeln d. Selbstvermarktung



- Versuchen Sie Ihren "Marktwert" festzustellen
- Definieren Sie Ziele für sich
- Stellen Sie fest, wo Ihre persönlichen Stärken am dringendsten gebraucht werden
- Entwickeln Sie Ihre Problemlösungskompetenz
- Bewegen Sie sich auf Ihre Zielgruppe zu
- Sichern Sie die Qualität Ihrer Leistungen und entwickeln sich weiter

Exemplarisch...

Regeln d. Selbstvermarktung



- Versuchen Sie Ihren "Marktwert" festzustellen
- Definieren Sie Ziele für sich
- Stellen Sie fest, wo Ihre persönlichen Stärken am dringendsten gebraucht werden
- Entwickeln Sie Ihre Problemlösungskompetenz
- Bewegen Sie sich auf Ihre Zielgruppe zu
- Sichern Sie die Qualität Ihrer Leistungen und entwickeln sich weiter
- Verlangen Sie für Ihre Leistungen einen angemessenen Preis

Exemplarisch...

Regeln d. Selbstvermarktung



- Versuchen Sie Ihren "Marktwert" festzustellen
- Definieren Sie Ziele für sich
- Stellen Sie fest, wo Ihre persönlichen Stärken am dringendsten gebraucht werden
- Entwickeln Sie Ihre Problemlösungskompetenz
- Bewegen Sie sich auf Ihre Zielgruppe zu
- Sichern Sie die Qualität Ihrer Leistungen und entwickeln sich weiter
- Verlangen Sie für Ihre Leistungen einen angemessenen Preis
- Netzwerken Sie mit anderen Erfolgreichen.

Gedanken



- Wer kopiert verliert
- Achtung vor Vorbildern
- Es gibt keine Regeln!
- Nie sich selbst verlieren...

Aufgabe Gruppe 1



- Umlegen der Faktoren Product und Price aus dem allgemeinen Marketing auf das Selbstmarketing
Analogien, Sinnhaftigkeit, Relevanzen,...

Aufgabe Gruppe 2



- Umlegen der Faktoren Place und Promotion aus dem allgemeinen Marketing auf das Selbstmarketing
Analogien, Sinnhaftigkeit, Relevanzen,...

Aufgabe Gruppe 3



- Evaluieren von Präsentationsmöglichkeiten und –plattformen (on- und offline)
Welche gibt es?
Was bringt es?
Wie damit umgehen?

Aufgabe Gruppe 4



- Was brauche ich fürs Selbstmarketing?
Ein Leitfaden zum Starten!
Analyse (Was alles? Wie?), Ziele,
Definition, Strategieansätze

Ergebnis



- Präsentation mind. 15 Minuten
- Schriftliche Unterlage
- Nutzen!!!

Literatur



- Carnegie, Dale, *Wie man Freunde gewinnt*,
- Herbst, Dieter, *Der Mensch als Marke*,
- Seidl, Conrad / Beutelmeyer, Werner,
Die Marke ICH
- Michael Böhm, *EGO-Marketing*



upart

Werbung und Kommunikation GmbH