

ERFOLG BRAUCHT EIN GESICHT!

Die 4 Schritte zur mehr Sichtbarkeit für Experten

Motto: Nach innen schauen, nach außen wirken

Du hast alles, was Du für Deinen Experten-Erfolg benötigst bereits in Dir oder Deinem Team. Du brauchst nichts von außen hinzufügen. Arbeite Dich schrittweise von Innen nach außen.

1. Klarheit über eine starke innere Positionierung.
2. Struktur durch ein durchdachtes Nutzenkonzept.
3. Reduktion auf das Wesentliche mithilfe eines Experten-Profiles und einer Positionierung
4. Sichtbarkeit nach außen.

1. Klarheit

Deine ersten Schritte:

Nach innen schauen, erkenne deine

- Ziele & Prioritäten
- Stärken & Schwäche
- Fähigkeiten & Erfahrungen
- Leidenschaften & Talente
- Chancen & Risiken

Bevor Du mit Deiner **Außen-Positionierung** startest, musst Du eine kraftvolle innere Positionierung aufbauen.

Diese besteht aus

- ... einem starken Willen, das Dich antreibt und nach vorne bringt.
- ... Deinem Können, das Dich einzigartig macht.
- ... Das Ausbremsende, das Deinen Experten-Erfolg derzeit noch hemmt, welches erkannt und gelöst werden muss.

Wer bist du?

Grundlegende persönliche Fragen klären und erörtern der

- Ausgangssituation
- Visionen
- privaten Ziele
- Stärken
- Werte

Welche fünf Werte sind zentral für mich?

... im Umgang mit Menschen?

... in der Kommunikation?

... im Umgang mit mir selbst?

Wer bist Du als Marke?

Grundlegende, marktrelevante Fragen klären und erörtern de

- Markenwerte
- Ziele
- Mission / Mission Statement
- Visionen
- Definition von inspirierenden Vorbildern
- Ideen für mehr Nachhaltigkeit

2. Struktur

Deine nächsten Schritte:

Lege los mit folgenden Punkten

- Identifiziere deine Lieblingskunden.
- Erstell dein Wunschkundenprofil.
- Entscheide dich für eine Zielgruppe.
- Identifikation der Kundenprobleme
- Welchen Mehrwerte kannst du liefern
- Entwickle kundenzentrierte Angebote
- Innovationspotential

Baue eine stimmige und **resonanzstarke Struktur** auf

Das wichtigste Zuerst: Deine Idealkunden

Das sind diejenigen Menschen und Unternehmen, die am meisten von Deinen Stärken profitieren, mit denen Du am liebsten arbeitest und die bereit sind Deine Leistungen entsprechend zu honorieren.

Die Beschreibung Deiner idealen Kunden ist die Basis und der erste Schritt auf dem Weg zu einem resonanzstarken Sichtbarkeitskonzept. Erst, wenn hier Klarheit herrscht, kannst Du Zeit und Energie auf diesen wirkungsvollsten Punkt ausrichten

Deinen Ideal-/Wunschkunden finden

Hier sind ein paar Fragen, die dir dabei helfen, deinen idealen Kunden zu identifizieren.

- Mit wem arbeitest du am liebsten? Wer inspiriert dich? Warum?
- Wer braucht deine Hilfe am dringendsten?
- Wer versteht, dass die Arbeit mit dir absolut wichtig ist?
- Wer bezahlt dich gern ohne deine Preis drücken zu wollen?
- Wer erzielt mit deiner Arbeit oder deinem Produkt die besten Ergebnisse?
- Wer empfiehlt dich gern und oft weiter?

Deine Zielgruppe

Deine Zielgruppe ist die Gruppe von Menschen oder Unternehmen, denen du dienen willst.

Deine Wunschkunden sind einzelne Personen innerhalb dieser Gruppe.

Deine Zielgruppe beschreibt die demographischen Merkmale deiner idealen Kunden.

Du brauchst eine klare Vorstellung davon, wen du erreichen willst.

Nur wenn du mit Kunden arbeitest, die dich inspirieren, wirst du deine beste Arbeit liefern.

Diese Frage ist genauso wichtig, denn deine Kunden reflektieren, wer du bist.

Deine Mehrwerte

Welche echten Mehrwerte bieten Du Deinen Idealkunden?

Qualität, Zuverlässigkeit und Kundenorientierung sind keine Merkmale, sondern Grundvoraussetzung für die Zusammenarbeit mit Dir.

Konzentriere Dich auf wenige, aber **eindeutige Mehrwerte**, die Dich von deinen Mitbewerbern unterscheiden.

Bringe neben Deinen fachlichen auch Deine persönliche Mehrwerte, die Dich als Person oder Führungsteam auszeichnet ins Spiel. Dadurch erzeugst Du auch auf der emotionalen Ebene Resonanz.

3. Positionierung

Deine Schritte:

Beschreibe und lege fest

- Konkurrenzbeobachtung
- Einzigartigkeit (USP)
- Markenstory & „Elevator Pitch“
- Markenerlebnis (Berührungspunkte der potentiellen Kunden mit der Marke)
- Ganzheitliche Marketing- & Akquisestrategie

Ein Experten-Profil ist Dein Nutzenkonzept aus Sicht Deiner idealen Kunden (oder idealen Arbeitgebern), übersichtlich zusammengefasst und aufs Wesentliche reduziert.

Du beschreibst darin

- für wen Du am meisten bewirkt und mit wem Du am liebsten arbeitest (Idealkunden)
- was Du für Deine Idealkunden bewirkt, was Dich fachlich und menschlich auszeichnet (Mehrwerte)
- was Du Deinen Kunden empfehlst, um erfolgreicher zu werden oder ein bestimmtes Ziel zu erreichen (Experten-System)
- Dein Leistungsangebot, mit dem Du Deine Kunden unterstützt Dein Experten-System umzusetzen (Leistungspakete)

Was die Expertenpositionierung können muss:

- Ein durchdachtes, gut strukturiertes Experten-Profil, das innere und äußere Klarheit und Orientierung erzeugt.
- Sowohl auf der Kopf- als auch auf der Bauebene.
- Ist das Raster bzw. der rote Faden, der sich durch alle Marketing- und Verkaufsunterlagen zieht.
- Präsentiert und verkauft das Wesentliche, ist aus einem Guss.

Vorteile einer guten Positionierung:

- führt zu mehr Klarheit, Souveränität, Focus, Sicherheit und Substanz.
- führt zu einer höheren Sichtbarkeit und somit zu mehr und besseren Aufträgen durch die Wunschkunden.
- führt zu höherer Zufriedenheit und Sinnhaftigkeit.

Durch die Kombination Deiner klar definierten Idealkunden, Deiner Mehrwerte, Deines Experten-Systems und Deiner Leistungspakete, wirst Du absolut einzigartig und unterscheidest dich eindeutig von allen anderen Mitbewerbern!

4. Sichtbarkeit

Deine Schritte:

Der Weg nach außen, kreierte...

- Markenname
- Slogan
- Bildwelt (Konzeption / Strategie)
- Corporate Language
- Storytelling

Deine Positionierung ist der Schlüssel zu höherer Sichtbarkeit und mehr Erfolg.

eine Fachkompetenz allein reicht heute nicht mehr aus, um Kunden zu gewinnen.

Deshalb musst du auf Deine Individualität setzen – mit einer Marketingstrategie, die DICH in den Mittelpunkt stellt, die DEINE Persönlichkeit, DEIN Gesicht als Marke positioniert.

Ein wichtiger Part dieser Strategie ist dein visueller Auftritt mit perfekt aufeinander abgestimmten Fotos.

Was die Businessfotos können müssen:

- Deine vorher erarbeitete Positionierung muss sich in Deinem visuellen Auftritt und Fotos widerspiegeln und zeigen.
- Die eigene Positionierung durch angepasste Fotos emotional und sympathisch untermauern.
- Jeder Mensch hat seine Persönlichkeit – nur wer diese auf den Businessporträts auch sichtbar macht, kann so dem Betrachter ein Bild von der Person vermitteln.
- Du brauchst Fotos, mit denen Du Dein Business und Dich wirklich gut in Szene setzt.

Elementar für das Gelingen ist, dass im Vorfeld eine Abstimmung über Inhalt und Stil der Fotos stattfindet.

Ist es einmal gelungen, sich selbst und seinen Antrieb zu erkennen, ist auch die eigene Position am Markt meist schnell gefunden.

Das Ergebnis ist eine klare Marke. Sie ist das, WOFÜR jemand steht.

Oder anders gesagt:

»Das, was andere über mich erzählen, wenn ich selbst nicht dabei bin.«

Noch Fragen oder Feedback: Kontaktiere mich oder besuche meine Webseite:

neuessichten.com

Detlef Szillat | Tel +49 (0)228 22 37 80

Mobil +49 (0)171 3 65 07 90