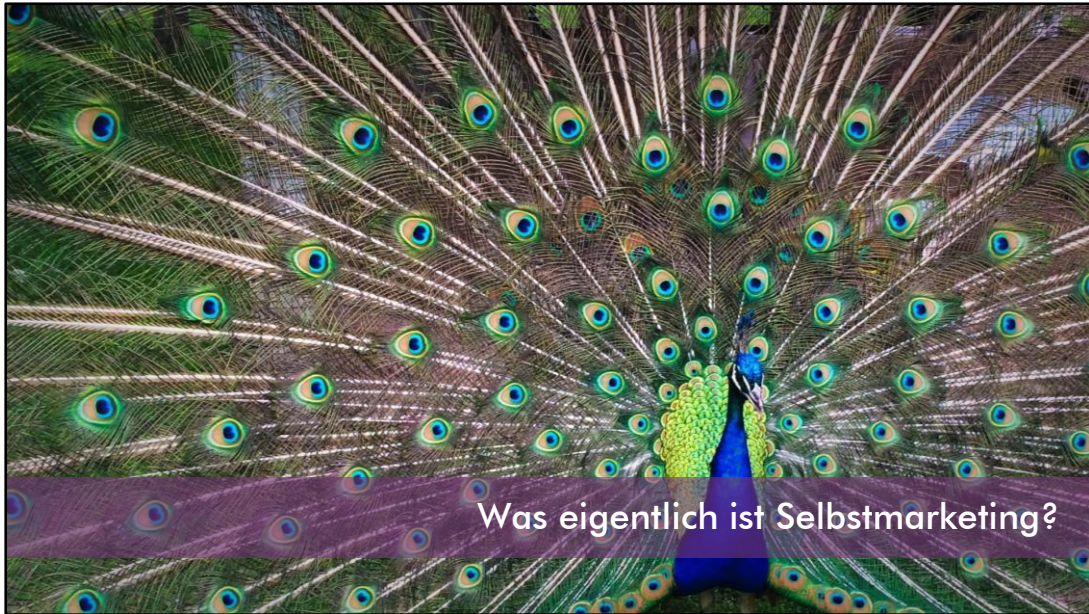




Was ist Selbstmarketing?

Mitarbeiter sind Verkäufer in „eigener Sache“. Sorgt ein Verkäufer dafür, dass sein Produkt vom Kunden wahrgenommen, gewollt und gekauft wird, hat das nichts mit Angeberei, sondern mit wirtschaftlichem Denken und Handeln zu tun.

Selbstmarketing hat auch nichts mit Wichtigtuerei zu tun und kann betrieben werden, ohne sich beim Vorgesetzten „einzuschleimen“. Häufig reicht es aus, sich auf bestimmte Ziele zu konzentrieren, entsprechende Maßnahmen zu planen und umzusetzen.

Ziel des Selbstmarketings ist bei Ihrer Zielgruppe ein Image von Ihrer Person zu entwickeln. Dieses Image führt dazu, dass diese auf Sie aufmerksam wird und bereit ist, in Sie zu investieren.

Selbstmarketing funktioniert nicht, ohne entsprechende Leistung. Es geht dabei also nicht ums Blenden! Wer erfolgreich sein will, braucht als Fundament für die Eigenvermarktung ein gutes Produkt und das sind Sie selbst!

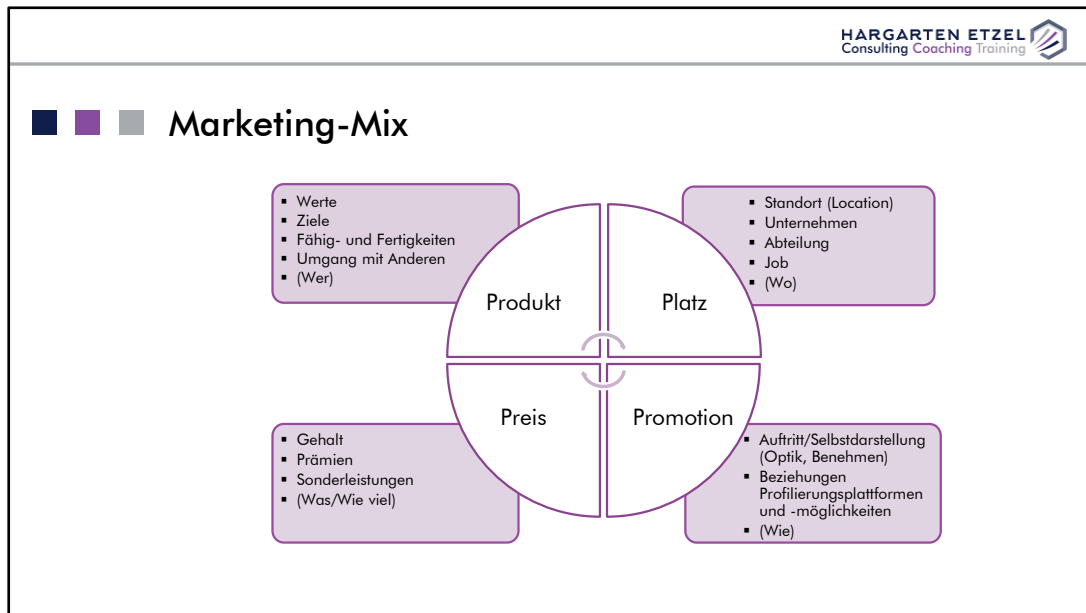
- Selbstmarketing ist Werben für die eigene Person mit dem Ziel sichtbar zu werden.
- Sich selbst und seine Leistung positiv präsentieren
- Selbstmarketing bedeutet jederzeit einen guten Eindruck zu hinterlassen.
- Netzwerke und Beziehungen aufbauen



Hinderliche Glaubenssätze stehen Ihnen beim Selbstmarketing im Weg

Paararbeit Skript, Seite 9!

- Man sieht doch, dass ich gute Leistung bringe
Mögliche Lösung: Wer ist man? Wer sieht was ich kann?
- Eigenlob stinkt
Mögliche Lösung: Freu Dich gemeinsam über eine gelungene Aufgabe
Klappern gehört zum Handwerk, Nicht in den Hintergrund drängen lassen
- Nicht in den Vordergrund drängeln
Mögliche Lösung: Sei präsent
- Selbstmarketing ist was für Angeber
Mögliche Lösung: Mitarbeiter sind Verkäufer in eigener Sache
- Immer schön bescheiden bleiben
Mögliche Lösung: Keine falsche Bescheidenheit



Der Marketingmix

Haben Sie sich bereits mit Produkt-Marketing befasst, kennen Sie vielleicht den Begriff Marketing-Mix.

Die klassischen Instrumente des Marketing-Mix sind die vier „P“ (englisch für **Product, Place, Promotion, Price**). Diese stellen sich wie folgt dar:

- **Produkt:** mit Produktversprechen, Besonderheiten, und Verpackung (**Wer**)
- **Platz:** (Distribution)Wo soll das Produkt angeboten werden und wie kommt das Produkt in den Handel oder an den Kunden (**Wo**)
- **Promotion:** (Verkaufsförderung)um das Produkt bekanntzumachen (Wie)
- **Preis:** den das Produkt erzielen soll (Wie viel)

■ ■ ■ Zieldefinition

Spezifisch

Das Ziel muss konkret, eindeutig und präzise formuliert sein.

Messbar

Das Ziel muss überprüfbar sein.

Atraktiv

Das Ziel muss von Ihnen selbst beeinflussbar sein.

Das A kann auch für akzeptabel oder aktiv beeinflussbar stehen.

Realistisch

Das Ziel muss hoch gesteckt aber trotzdem erreichbar sein.

Terminierbar

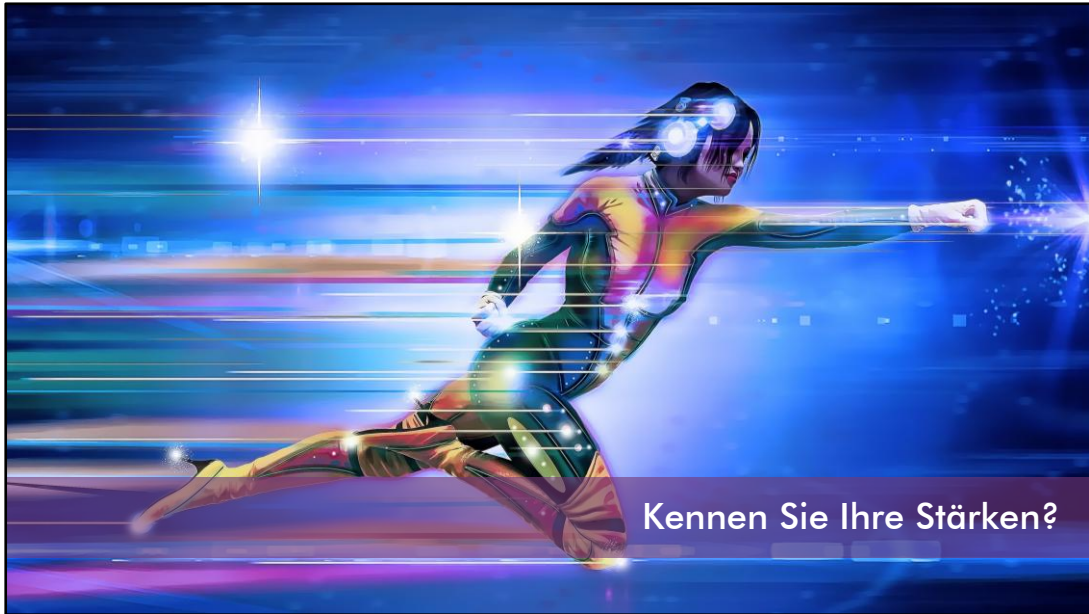
Das Ziel muss klar definierte Zeitangaben besitzen.

Die folgenden Fragen können Ihnen bei der Zieldefinition helfen: (S.14 im Skript)

- Was genau wollen Sie erreichen?
- Welche langfristigen beruflichen Entwicklungsziele haben Sie?
- Was wollen Sie in einem Jahr, in drei Jahren, in fünf Jahren beruflich erreicht haben?
- Warum wollen Sie diese Ziele erreichen?
- Was müssen oder können Sie tun?
- Was sind Sie bereit zu tun, was nicht?
- Was wollen Sie künftig nicht mehr tun?
- (Wie) sind diese beruflichen Ziele mit Ihrer privaten Lebensplanung vereinbar?
- Unterstützt Ihr(e) Lebenspartner(in) bzw. Ihre Familie Sie bei Ihrer Karriereplanung?
- Wie realistisch ist das Erreichen Ihrer Ziele in Ihrer momentanen Position?

Ein permanenter Zielsetzungsprozess vollzieht sich in 4 Schritten:

1. Ziele definieren
2. Maßnahmen planen
3. Aktivitäten durchführen
4. Zielerreichung kontrollieren



Stärken stärken oder Schwächen schwächen?

Frage an die Gruppe je 2 -3 Personen:

Runde 1: Was können Sie im Job gut?

Runde 2: Was können Sie nicht so gut?

Meistens kennen die Personen ihr Schwächen, nicht jedoch ihre Stärken.

Dabei helfen Stärken Ihnen Prioritäten zu setzen, denn wer weiß, was er gut kann, bemüht sich meistens um Aufgaben, bei denen er seine Stärken einbringen kann und versucht andere Aufgaben zurückstellen.

Erfolgreiche Mitarbeiter suchen sich meist Aufgaben, die ihren Stärken entsprechen, machen einen guten Job und werden dadurch noch erfolgreicher.

Der Einsatz Ihrer Stärken ist für Sie entspannender, denn die Aufgaben gehen Ihnen leichter von der Hand. Viele erfolgreiche Menschen haben irgendwann eine (einzige) persönliche Stärke entdeckt und diese konsequent gefördert.

Außerdem ist es viel motivierender und einfacher, persönliche Stärken auszubauen, als ständig an den Schwächen „herumzudoktern“.

Übung auf Seite 21 ca. 10 Minuten
