



Wie du deine persönliche Marke stärkst

· DAS WORKBOOK ·

Schön, dich kennenzulernen!

Willst du endlich mit deinem Business durchstarten, deine Reichweite erhöhen und Tag für Tag neue Kunden anziehen? Wünschst du dir eine visuelle Identität, die genau zu deinem Angebot, deinen Wunschkunden UND zu dir selbst passt?

Ich habe mir zum Ziel gesetzt, all den tollen kreativen Freiberuflerinnen, Entrepreneurinnen, Coaches und Bloggerinnen zu helfen – damit sie mit ihren kreativen Ideen, ihrer Passion, ein erfolgreiches Business aufbauen können!

In diesem Workbook findest du Anregungen, Tipps & Tricks sowie einige Übungen und eine Checkliste zum Stärken deiner persönlichen Marke. Wenn du noch Fragen dazu hast, meld dich gern über meine Webseite. Und nun wünsche ich dir ganz viel Spaß beim Durcharbeiten, viele AHA-Momente und natürlich jede Menge Inspiration für dein Business.

Julia

DIE AUTORIN

Ich bin Julia. Ich begleite selbstständige Frauen und Gründerinnen in die finanzielle Freiheit mit ihrem Onlinebusiness. Für mehr Zeit, mehr Einkommen und vor allem: mehr Spaß! Erreiche mit digitalen Produkten tausende Menschen und verändere ihr Leben mit deinem wertvollen Wissen. Tausche nicht mehr Zeit gegen Geld – sondern verdiene automatisiert, während du gerade deiner Lieblingsbeschäftigung nachgehst. Mehr über mich und meine Arbeit erfährst du auf meiner Webseite unter www.businessheldinnen.com



WAS IST EINE PERSÖNLICHE MARKE?

Welches Bild willst du im Kopf deiner KundInnen erzeugen? Welche Gefühle sprichst du bei ihnen an? Wie willst du wahrgenommen werden, was ist deine Message, dein ganz persönlicher Stil, deine authentische Stimme? Das alles macht den Kern deiner persönlichen Marke aus.

Das Branding deines Business bzw. deiner Webseite beinhaltet sowohl das visuelle Erscheinungsbild, Konzept, Schreibstil und Tonalität, als auch dich selbst als dessen Autor/-In und natürlich deine Message, die du mit deinem Business bzw. deiner Webseite vermitteln möchtest. Mit deinem Branding hebst du dich von der Masse ab und gibst deinem Business eine einzigartige Identität. Dadurch entsteht eine eindeutige, starke persönliche Marke. Auch für dich selbst ist eine möglichst klare Ausrichtung wichtig - so kannst du gezielt Layout, Name, Logo, Inhalte, Schreibstil & Co. daran ausrichten.

EIN STIMMIGES GESAMTBILD: ONLINE & OFFLINE

Wichtig ist, dass dein gesamter Auftritt (also online und offline!) einen roten Faden hat und in sich stimmig ist. Webseiten-Layout, Logo, Name, Schreibstil, Bildqualität, dein Profilfoto – das alles muss zusammenpassen und ein einheitliches Bild von dir vermitteln. Deine visuelle Identität spiegelt deine Arbeitsweise wider und sollte daher aufgeräumt, gut strukturiert und professionell gestaltet sein.

Deine Profile bei Twitter, Facebook, Pinterest, Instagram & Co. sollten alle einen einheitlichen Look haben. Verwende überall die gleichen Farben und Schriften, setze dein Logo und natürlich auch dein Portraitfoto ein. Versuche, auf allen Kanälen den gleichen Namen zu registrieren, damit du als einheitliche Marke wahrgenommen wirst.

So wie du auf deiner Webseite bzw. in den sozialen Medien überkommst, solltest du dich natürlich auch außerhalb des Internets verhalten. Deine Kommunikation am Telefon oder dein Verhalten auf Events, bei Workshops bzw. im Kundengespräch sollten zu 100% mit deinem visuellen Branding konform sein. Bleibe auch hierbei immer du selbst. Wenn du eher zurückhaltend bist, musst du dich nicht verbiegen.

Besondere persönliche Merkmale wie z.B. Introvertiertsein, Hochsensibilität o.ä. kannst du prima auch als Kernpunkt deiner Marke bzw. deines Angebotes verwenden und dich an Gleichgesinnte als Zielgruppe wenden.

WARUM IST DER AUFBAU EINER PERSÖNLICHEN MARKE SO WICHTIG?

Es gibt Milliarden von Webseiten. Millionen von Blogs, Facebook-Seiten, YouTube-Kanälen. Unzählige Flyer, Visitenkarten, Broschüren in jedem Café, an Infoständen, in Geschäften.

Warum sollten sich die Leute genau dein Business merken? Wie kannst du aus der Masse herausstechen und deinen potenziellen KundInnen und Lesern im Gedächtnis bleiben?

- Du kennst genau ihr Problem und hast die maßgeschneiderte Lösung dafür
- Deine ganz persönliche Art spricht sie mehr an als die der Mitbewerber
- Du hast einen ganz besonderen (einzigartigen) Lösungsansatz, den es nur bei dir gibt
- Du bist ihnen sympathisch. Sie bauen eine Beziehung zu dir auf und entwickeln Vertrauen zu dir

„Manche Marken sind
wie Freunde. Manchmal
begleiten sie uns ein
ganzes Leben lang.“

Deine Kunden bauen im besten Falle eine (virtuelle) Beziehung zu dir auf. Sie mögen deinen Stil, die Art wie du schreibst, deine Inhalte und das, was sie von deiner Persönlichkeit mitbekommen. Dadurch entsteht Vertrauen. Und jemanden, dem sie vertrauen, der ihnen sympathisch ist und der auch noch die Lösung für ihr Problem hat, merken sie sich natürlich.

Doch das ist nur ein Teil deiner persönlichen Marke. Denn wichtig ist auch, dass du deinen eigenen Stil, deine visuelle Identität einheitlich und konstant auf all deinen Kanälen verwendest.

WER BIST DU UND WAS IST DEINE MISSION?

Eine persönliche Marke zu werden bedeutet nicht, dass du dich verbiegen und Jemanden darstellen sollst, der du nicht bist. Es geht hier einzig und allein um Authentizität. Darum, du selbst zu sein. Deine Persönlichkeit zeigt sich zum Beispiel in deinem Stil (deine Kleidung, deine Wohnungseinrichtung, bevorzugte Bücher & Filme und vieles mehr) und deiner Präsenz. Der Art wie du sprichst, wie du die Dinge angehst, deiner gesamten Lebenseinstellung. Deine Körpersprache, deine Ausdrucksweise und wie du mit anderen Menschen umgehst.

Die nachfolgenden Fragen dienen als Inspiration für dein Personal Branding. Du kannst die Antworten auf deiner „Über mich“ bzw. „About“-Seite verwenden, aber auch in Blogbeiträgen als persönliche Hintergrund-Informationen einbinden.

Der eigene Stil ist meist eine Kombination verschiedener Faktoren, nicht ein einzelnes Merkmal ansich. Jeder Mensch vereint verschiedenste Interessen und auch Gegensätze in sich, die in deinem Business bzw. deinen Kommunikationsmitteln durchaus auch Thema sein können. Durch deren Kombination entsteht Individualität und es bildet sich eine konkrete persönliche Positionierung heraus.

WER BIST DU? WAS MACHT DICH EINZIGARTIG?

WAS SIND DEINE WERTE, WOFÜR STEHST DU?

WAS IST DEINE BOTSCHAFT?

**WAS MÖCHTEST DU MIT DEINER ARBEIT ERREICHEN? WELCHE VERÄNDERUNGEN
WILLST DU IN DIE WELT BRINGEN?**

WAS KANNST DU BESONDERS GUT?

WAS IST DEIN ANGEBOT?

WER IST DEINE ZIELGRUPPE?

WIE KANNST DU DEINEN STIL MITHILFE DEINER TEXTE & BILDER KOMMUNIZIEREN?

„Eine erfolgreiche
Marke ist so unver-
wechselbar wie ein
Fingerabdruck.“

GUNTHER BERLIN

BAUE EINE PERSÖNLICHE VERBINDUNG AUF!

Menschen sind soziale Wesen. Deine Leser und potentiellen Kund/-innen möchten eine Verbindung und Vertrauen zu dir aufbauen. Die „Über mich“-Seite ist die meistgeklickte Seite auf Webseiten! Wer schreibt diese Webseite? Ist er oder sie authentisch und ehrlich? Auf welchen Erfahrungen basieren seine bzw. ihre Artikel? Was ist seine bzw. ihre ganz persönliche Geschichte?

Deshalb sind auch mindestens ein Foto von dir, sowie eine funktionierende E-Mailadresse auf deiner Webseite essentiell wichtig. Jemand, der sich versteckt und nicht erreichbar bzw. unnahbar ist, bleibt den Lesern fremd. Sie bauen keinerlei Beziehung auf und suchen sich lieber eine andere Webseite, bei der wir wissen wer dahinter steckt.

Das bedeutet nicht, dass du auf deiner Webseite blank ziehen und alles über dich preisgeben musst. Ein paar professionelle Fotos, eine ehrliche About-Seite und authentisch geschriebene Texte (gespickt mit ein paar deiner eigenen Erfahrungen) reichen völlig aus. Je ehrlicher du auftrittst, desto mehr Vertrauen können deine Leser zu dir aufbauen und umso stärker wird deine Positionierung bzw. deine persönliche Marke erinnert und wiedererkannt.

Achte aber auch hier wieder darauf, dich nicht zu verbiegen. Wenn es absolut nicht dein Ding ist, dich „öffentlich“ im Internet zu zeigen und du dich dabei sehr unwohl fühlst, dann erzwinge es nicht. Bleibe bei allem was du tust du selbst.

Checkliste zum Aufbau deiner persönlichen Marke

- Definiere deine Mission, deine Message. Wer bist du und wofür stehst du? Wie möchtest du anderen Menschen helfen? Was möchtest du in die Welt bringen?

- Definiere deine Wunschkunden. An wen richtet sich dein Angebot? Wem genau möchtest du helfen? Was sind seine / ihre Bedürfnisse? Was kennzeichnet deine Wunschkunden?

- Definiere dein Angebot. Das können eigene Produkte wie Bücher, Kurse / Workshops, Filme, Musik usw. aber natürlich auch Service-Pakete sein (alle Arten von Dienstleistungen, Coaching etc). Wie genau hilfst du deinen Wunschkunden? Was bietest du an? Wie kannst du die Probleme deiner Wunschkunden am Effektivsten und authentisch in deinem Stil lösen?

- Finde einen passenden Namen für dein Business bzw. dein Angebot. Tipps zur Namensfindung findest du im Blog unter <https://www.businessheldinnen.com/wie-du-einen-namen-fuer-dein-business-findest>

- Mach dir Gedanken zu deinem visuellen Erscheinungsbild. Wie kannst du deine Mission, deinen eigenen Stil und dein Angebot visuell darstellen? Welches Symbol könnte passen und in dein Logo einfließen? Welche Farben unterstreichen deine Botschaft und sprechen deine Zielgruppe an? Welche Schriftarten passen zu dir und deinem Business?

- Definiere deine Bildsprache und deine Tonalität. Soll das Gesamtbild deiner visuellen Identität eher hell, mittel oder dunkel sein? Eher bunt oder farblich reduziert? Verwendest du lieber Fotos oder Grafiken / Illustrationen? Klar und minimalistisch oder pompös und verschnörkelt? Wie kannst du deinen eigenen Stil in deine Texte einfließen lassen? Möchtest du deine Kunden duzen oder siezen?

- Erstelle deine Webseite bzw. lass sie vom Profi erstellen. Deine Webseite sollte sowohl zu dir und deinem Stil passen, als auch deine Botschaft transportieren und deine Zielgruppe ansprechen. Hole deine Wunschkunden dort ab wo sie gerade stehen. Welches Problem kannst du für sie lösen? Warum bist du die Richtige, um ihnen zu helfen? Sorge dafür, dass diese Informationen auf den ersten Blick sichtbar sind.

- Definiere die Art deiner Inhalte sowie die Kanäle für die Kommunikation mit deinen Kunden. Möchtest du nur schreiben oder auch Audio- oder Videoinhalte bereitstellen? Arbeitest du mehr mit visuellen Elementen und benötigst dafür hochwertige Fotos und/oder Grafiken? Welche Kanäle bzw. Plattformen bespielst du zusätzlich zu deiner Webseite? Oder beschränkst du dich auf eine Plattform? Wo und wie erreichst du überhaupt deine Wunschkunden? Versendest du einen Newsletter und wenn ja mit welchem Inhalt? Gibt es kostenfreie Inhalte bei dir und wenn ja, welche?

- Baue eine persönliche Verbindung zu deinen Wunschkunden auf. Sei präsent und sichtbar. Gib Hilfestellungen, beantworte Fragen, verstecke dich nicht. Beteilige dich z.B. aktiv in Gruppen (Facebook) oder Foren, kommentiere in anderen Blogs, veröffentliche Gastbeiträge oder veranstalte Workshops / Seminare. Überlege dir: Wie kannst ich meinen Wunschkunden im Gedächtnis bleiben? Wie kann ich Vertrauen aufbauen? Du bist die Expertin für dein Thema, dein Angebot. Wie kannst du dieses Bild von dir deinen Wunschkunden vermitteln? Vielleicht kannst du als Speakerin bei (Online-)Kongressen auftreten?



Bleibe authentisch. Konzentriere dich auf dich, deine Mission und dein Angebot. Deine ganz persönlichen Stärken, deinen eigenen Stil. Versuche, nicht zu viel nach links und rechts zu schauen und dich von den Angeboten anderer Selbstständiger beeinflussen zu lassen. Du machst DEIN Ding. Auf deine ganz persönliche Art und Weise. Es gibt in fast jedem Bereich zahlreiche Mitbewerber, doch lass dich davon nicht verunsichern. Menschen kaufen von Menschen. Deine Kunden kommen zu DIR, weil sie DEINE Lösung wollen. Weil sie Vertrauen zu dir haben, dich sympathisch finden und deine ganz persönliche Art lieben. Bleibe dir treu und baue dir so einen zu dir passenden Kundenstamm auf.

Hast du noch Fragen zu den Inhalten des Workbooks oder brauchst du Hilfe beim Auf- und Ausbau deines Business? Meld dich gern via Email an julia@businessheldinnen.com - Ich freue mich auf dich!



Vielen Dank!