

Mensch, bist Du ne Marke?!

Diesen Satz mit Ausrufezeichen hört man mal, wenn jemand etwas sehr Spezielles tut und andere im ersten Moment zum Schmunzeln, Kopfschütteln oder sogar Verzweifeln bringt. Mein Partner ist auch so jemand. Er ist einfach anders als andere und genau das macht eine Marke aus. Ein Alleinstellungsmarkmal, etwas das in der Kombination keiner hat, keiner kann und keiner tut.

MARKE KENNEN.

In dem Sinne ist jeder von uns eine Marke. Jeder von uns besitzt sogar schon einen Marken-Namen. Meiner ist Carmen Brablec. Zugegeben, ich habe ihn mir nicht selbst gegeben, doch das haben wir Marken auch wieder gemeinsam.

Menschen kommen zu mir, weil Sie in ihrer Karriere weiterkommen wollen und gehört haben, dass soziale Kompetenzen wie das richtige Verhalten, die passende Kleidung und die entsprechende Eigenwerbung im Internet dafür notwendig sind. Doch dann wird es spannend und es stellt sich schnell heraus, warum jemand bis hierher gekommen ist und jetzt einfach keine Sprosse auf seiner Karriere-Leiter mehr findet.

Es gibt zwei Kategorien von Menschen, die noch nicht an ihrem Karriere-Ziel angekommen sind und mehr wollen.

1. Diejenigen, die von Headhuntern angerufen werden, denen neue Posten, neuen Aufgaben und Herausforderungen angeboten werden, ohne dass sie aktiv anfragen und dann gibt es die,
2. die aktiv nach einem Gehaltsgespräch bitten müssen, die sich aktiv auf Stellen bewerben müssen und so von der ersten Sekunde an in die Vergleichbarkeit mit anderen geraten.

WAS UNTERSCHIEDET BEIDE IM WESENTLICHEN VON EINANDER?

Der eine hat sich bereits als Marke etabliert, der andere nicht. Was genau heißt das für einen Menschen? Dass er es geschafft hat, seinem aktuellen Umfeld zu zeigen, was er kann und welchen Nutzen dieses Können bringt und welche einzigartige Kombination aus Können, Wissen und Aktion dahinter stehen.

In meinen Dresscodetrainings fragen mich immer wieder Personen: „Ja aber Steve Jobs. Der trug nie nen Anzug und war doch aber so erfolgreich und Chef. Wie geht denn das?“ Weil er ne Marke war und sich entsprechend seiner Marke gekleidet hat. Die Frage, die Sie sich stellen müssen: Will ich eine Marke sein und mich entsprechend präsentieren oder ein Noname Produkt sein und mich nur normkonform anpassen und damit in der Masse von anderen ungesehen bleiben.



DAS IST DIE ERSTE ENTSCHEIDUNG, DIE SIE TREFFEN MÜSSEN.

Denn entweder verhalten Sie sich, so wie es alle tun und sehen auch so aus und präsentieren sich so; oder Sie sind anders als andere. Das heißt nicht automatisch, dass Sie sich daneben benehmen müssen um aufzufallen. Nein! Sie müssen sich nur bewusst werden, was Sie eigentlich kommunizieren wollen und wie Sie von anderen gesehen werden wollen. Das ist alles.

MARKE VERSTEHEN.

Wir sprechen hier von einem Prozess, der eine intensive Auseinandersetzung mit sich selbst voraussetzt.

Step 1: Welche Leistungen heben Sie von anderen ab?

Step 2: In welchem Bereich sind diese Leistungen einsetzbar?

Step 3: Für wen sind diese Leistungen relevant?

Step 4: Warum sind Sie für den Kreis relevant?

Step 5: Was haben andere konkret davon, dass es Sie gibt?

Wenn all diese Schritte gegangen sind, dann verstehen Sie, was Ihre Marke ausmacht, und können Sie nun formulieren.

MARKE LEBEN.

Jetzt geht es um den wichtigsten Schritt. Andere müssen von Ihrer Marke erfahren. Sie erleben.

Es gibt drei Komponenten des Markenerlebnis. Ihr Verhalten, Ihr äußeres Erscheinungsbild und die Art und Weise wie Sie von sich erzählen.

Wenn Sie es schaffen, Ihre Marke zu erkennen, Sie zu verstehen und Sie gegenüber den Menschen, die über Ihre Zukunft entscheiden zu vermarkten, dann wechseln sie zu Gruppe 1. Zu den Menschen, die wirklich eine Marke sind und die Anzahl der Sprossen Ihrer Karriere-Leiter selbst bestimmen und nicht darauf warten müssen, dass andere Ihnen eine neue freigeben.

Werden Sie eine Marke und bestimmen Sie Ihren eigenen Weg! Viel Erfolg!

AUTORIN

Bei dem Prozess von der Entdeckung Ihrer Marke zu den gezielten Maßnahmen des Selbstmarketings unterstütze ich Sie gern.

bdvb-Mitglied Dipl.-Kff.

Carmen Brablec,

Karriere-Styling,

www.carmenbrablec.de

