



Ein Ratgeber vom Büro für Berufsstrategie Hesse/Schrader

Selbstmarketing – So werden Ihre Stärken zum Wettbewerbsvorteil

- Mit Eigeninitiative den Marktwert steigern
- Die Analyse Ihrer Ausgangssituation
- Die Zielformulierung
- Ihr Marketing-Konzept und die Umsetzung
- Der gelungene öffentliche Auftritt

Inhaltsverzeichnis

Mit Eigeninitiative den Marktwert steigern Seite 3

Analyse der Ausgangssituation: Wofür stehen Sie? Seite 4

Ziele formulieren: Was wollen Sie erreichen? Seite 5

Ihr Marketingkonzept Seite 12

Die Umsetzung Ihrer Pläne Seite 14

Der gelungene öffentliche Auftritt Seite 17

Die Top 10 der wichtigsten Ratschläge Seite 19



Analyse der Ausgangssituation: Wofür stehen Sie?



Der sehnliche Wunsch nach einer positiven beruflichen Veränderung steht oftmals am Anfang von Überlegungen, die zum Thema Selbstmarketing gehören. Die Frage ist jedoch: Wo und wie fängt man an? Bleiben wir zunächst etwas allgemein und betrachten beim Thema Motivation bzw. Ihre **Leistungsmotivation**. Was treibt Sie beruflich an? Was führt bei Ihnen zu beruflichen Erfolgen? Was bringt Sie dazu, sich immer wieder neu mit etwas zu beschäftigen? Was motiviert Sie so sehr, dass Sie jeden Tag um 5 Uhr früh aufstehen würden? Welche bisherige berufliche Phase hat Sie über einen längeren Zeitraum hinweg motiviert? Finden Sie hierzu Antworten und notieren Sie diese in kurzen Stichpunkten oder Sätzen.

Zur Analyse der eigenen Ausgangssituation gehört natürlich ein authentisches Einschätzungsvermögen bisher erbrachter Leistungen sowie eine intensive Auseinandersetzung mit dem eigenen beruflichen Profil. Haben Sie beispielsweise eher analytische, kreative oder handwerkliche Herausforderungen bisher bevorzugt? Dementsprechend passen natürlich zu jedem von uns auch nur ganz bestimmte berufliche Aufgaben. Finden Sie sich, welche bisherigen Aufgabenstellungen – abgelöst vom Gehalt oder Status – Ihnen am meisten Freude bereitet haben. Bei welchen Arbeiten sind Sie trotz anstrengender Aufgabenstellung stets voll und ganz bei der Sache? Was sind generell eigentlich Ihre fünf wichtigsten Lieblingsarbeiten? Notieren Sie auch hierbei die Antworten und überlegen Sie sich, warum Sie genau

diese Punkte aufgeschrieben haben. Versuchen Sie, sich dann an Ihre beruflichen Erfolge genau zu erinnern und noch einmal zu rekapitulieren, was Sie damals besonders gut gemacht haben. Vielleicht hilft Ihnen für diese Übung auch eine Projektion zu einem wichtigen zukünftigen Ereignis: Stellen Sie sich vor, dass Sie eine Rede anlässlich Ihres 70. Geburtstags halten. Auf welche beruflichen Erfolge, welche Leistungen und Arbeitsprojekte würden Sie dann gerne zurückblicken?

Lassen Sie uns im nächsten Schritt einmal das übliche Schema von Arbeitnehmer und Arbeitgeber durchbrechen. Betrachten Sie sich als Unternehmer. Sie bieten Ihre Arbeitskraft, Ihre Dienstleistung, Ihre Kompetenzen und Erfahrungen bestimmten Abnehmern an, wobei die fachgerechte Kommunikation Ihres Berufsprofils Ihr Verkaufsangebot darstellt. Hierbei ist es wichtig, dass Sie Ihre Fähigkeiten und Kompetenzen genau kennen. Die eigene Selbstkenntnis sowie ein entsprechend fundiertes Selbstvertrauen in das eigene berufliche Profil sind also die Ausgangsbasis zur Entwicklung eines Selbstmarketingkonzeptes. Oder anders formuliert: Nur wenn Ihnen die eigenen Stärken, Kompetenzen, Talente und Erfolge wirklich bewusst sind, können Sie dies auch anderen vermitteln.

Eine kritische Selbstanalyse ist der erste Schritt, um ein Bild von Ihren Stärken, besonderen Fähigkeiten und Kompetenzen zu bekommen. Neben fachlichen Kompetenzen sind bei Ihrem Berufsprofil natürlich auch soziale Kompetenzen gefragt: Wie gut können Sie kommunizieren, wie gut anderen zuhören und auf andere Menschen zugehen? Wie weit sind Sie offen für kooperative Projekte? Wie gehen Sie mit Konflikten um? Wie stark sind Sie kritikfähig? Zu diesen Fragen sollten Sie sich nicht nur allein Gedanken machen, sondern auch Freunde und Kollegen mit einbeziehen.

Verdichten Sie Ihre Erkenntnisse in einem individuellen Profil so, dass Sie es jederzeit nach außen präsentieren können. Bedenken Sie, dass es eine Schlüsselkompetenz gibt, die in allen Berufen eine entscheidende Rolle spielt, nämlich Kommunikati-

Ihr Marketingkonzept



Nachdem nun Ihre Ausgangssituation klar ist und Ihre Ziele formuliert sind, haben Sie bereits einen wichtigen Teil innerhalb der Marketingtheorie erfolgreich bearbeitet: Ihr Produktprofil. Im klassischen Marketing geht es hierbei um die Art der besonderen Problemlösungen, die ein Unternehmen besser als die Wettbewerber anbietet. Und genau mit diesen Aspekten haben wir uns nun ausführlich beschäftigt, weshalb nachfolgend die drei weiteren Marketinginstrumente, also die Distributions-, Kommunikations- und Preispolitik im Vordergrund stehen werden. Was ist hiermit gemeint?

Ihr Produktprofil sollte einer sorgfältig ausgewählten Zielgruppe bei passenden Gelegenheiten, also an den richtigen Orten, authentisch präsentiert werden. Dies kann z. B. bedeuten, dass ein Kommunikations-Experte sein Job-Profil mit einer Audio-Datei aufnimmt, sich hiermit professionell präsentiert, diese Arbeitsprobe in seine Homepage integriert und den Link zur Homepage innerhalb der Networking- und Bewerbungsaktivitäten kommuniziert. Sollte dann schlussendlich eine Firma Interesse zeigen, gilt es, ein zum Leistungsangebot passendes Gehalt zu verlangen. Die in diesem Beispiel beschriebenen vier Marketinginstrumente – Produkt-, Distributions-, Kommunikations- und Preispolitik – dürfen niemals allein betrachtet werden, sondern müssen harmonisch ineinandergreifen. Nur dann kann ein seriöses, entwickeltes Produkt glaubwürdig der Zielgruppe kommuniziert werden, um es dann auf passenden Absatzwegen zu einem für beide Seiten akzept-

tablen Preis dauerhaft erfolgreich im Markt zu positionieren.

Natürlich wissen Sie, dass die Beachtung unserer Ratschläge keine leichte Aufgabe ist. Ohne Zweifel ist hierbei noch kein Meister vom Himmel gefallen und entstehen auch Anfangsfehler, z. B. bei der Auswahl der richtigen Zielgruppe bzw. Ansprechpartner. Man gilt es nicht den Mut zu verlieren. Eine prägnante, erfolgreiche berufliche Profilierung ergibt sich nicht im Handumdrehen. Bedenken Sie, wie häufig wir im Supermarkt mit neuen Produkten konfrontiert werden, die nach einiger Zeit wieder sang- und klanglos verschwinden. Und so kann auch eine Expertenkompetenz, auf die man selbst sehr stolz ist, durch uns im Markt durchfallen. Wichtig ist, dass Sie gemachte Fehler akzeptieren, diese, wenn möglich, versuchen zu korrigieren und sie idealerweise nicht wiederholen. Fehler sind immer eine Chance, um sich weiterzuentwickeln.

Die Top 10 der wichtigsten Ratschläge



Die Vermarktung der eigenen Person auf dem Arbeitsmarkt ist ein langfristiger Prozess und erfordert daher Geduld und Durchhaltevermögen. Für einen dauerhaften Erfolg sollten Sie es stets zu Ihrer Maxime machen, Ihre individuellen Stärken und Eigenschaften bewusst zu betonen, damit Sie sich als Person bzw. als Anbieter einer bestimmten Leistung am Arbeitsmarkt hervorheben.

Beachten Sie dabei die immer wiederkehrenden Elemente des Selbstmarketings: Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle. Machen Sie sich klar, dass sich durch wechselnde Marktbedingungen der Wind auch einmal drehen kann, Sie mit Rückschlägen konfrontiert werden und auch mit diesen dann umgehen müssen. Die Kurskontrolle ist deshalb ein ganz bedeutsamer Punkt, der Ihnen hilft, Ihr Konzept immer wieder von neuem an die jeweiligen Umstände anzupassen. Folgende Fragen sollten Sie sich hierbei stellen: Welche neuen Aspekte, z. B. Weiterbildungen oder erfolgreiche Projekte, kommen zu meinem beruflichen Profil hinzu? Was hat sich am Markt verändert? Gibt es vielleicht neue, interessante Zielgruppen? Stimmen meine Ziele noch? Wie kann die Wirkung einer Kommunikationskampagne verbessert werden? Haben sich mein Marktwert verändert und wie kann ich das in einer Gehaltsverhandlung einbeziehen?

Verhalten Sie generell, strategisch wie ein Unternehmer zu denken. Nur Sie selbst können als Unternehmer in eigener Sache durch Eigeninitiative, Zielstrebigkeit und ein gutes Präsentationsvermögen Ihre Marketingkampagne auf den Weg bringen.

Die Basis hiervon ist die Produktkenntnis: Was ist Ihre Spezialisierung und für ganz bestimmte Zielgruppen bzw. Arbeitgeber besonders interessant ist und denen Sie Ihr Angebot in einer passenden Form möglichst gut kommunizieren können? Hierzu gehört nicht nur eine individuelle Botschaft, sondern auch ein zweckmäßiger Auftritt. Ebenfalls sollten Sie die Bedeutung von Kooperationen und Networking stets beachten. Mit der richtigen Unterstützung werden Sie Ihre Ziele sehr viel leichter realisieren können. Sehen Sie das Weiteren Fehler als Chancen zur Verbesserung, denn Rückschläge gehören ebenso zum Leben wie Erfolge.

Die Top 10 der wichtigsten Regeln lauten:

- Analysieren Sie kritisch Ihre Ausgangssituation (Stärken/Schwächen).
- Setzen Sie sich mit der Marktsituation auseinander: Welche Art der Problemlösung wird dort erwartet und wie kann Ihr Profil hieran anknüpfen?
- Unterteilen Sie Ihre beruflichen Ziele in kurz-, mittel- und langfristige Schritte.
- Erarbeiten Sie ein individuelles Marketingkonzept: Welches Angebot wollen Sie wo, in welcher Weise und zu welchem Preis anbieten?
- Fassen Sie Ihr berufliches Profil in einer prägnanten Botschaft zusammen.
- Präsentieren Sie sich in der Öffentlichkeit (inkl. Ihrer Online-Aktivitäten) mit einem stimmigen, authentischen Image.
- Suchen Sie Chancen zur Kontaktaufnahme mit wichtigen Branchenvertretern.
- Beachten Sie, dass Networking aus Geben und Nehmen besteht.
- Sehen Sie Selbstmarketing als langfristigen, engagierten Prozess, bei dem entsprechende Ausdauer gefragt ist.
- Führen Sie kritisch von Zeit zu Zeit eine Erfolgskontrolle durch und ändern Sie, wenn nötig, bestimmte Aspekte.