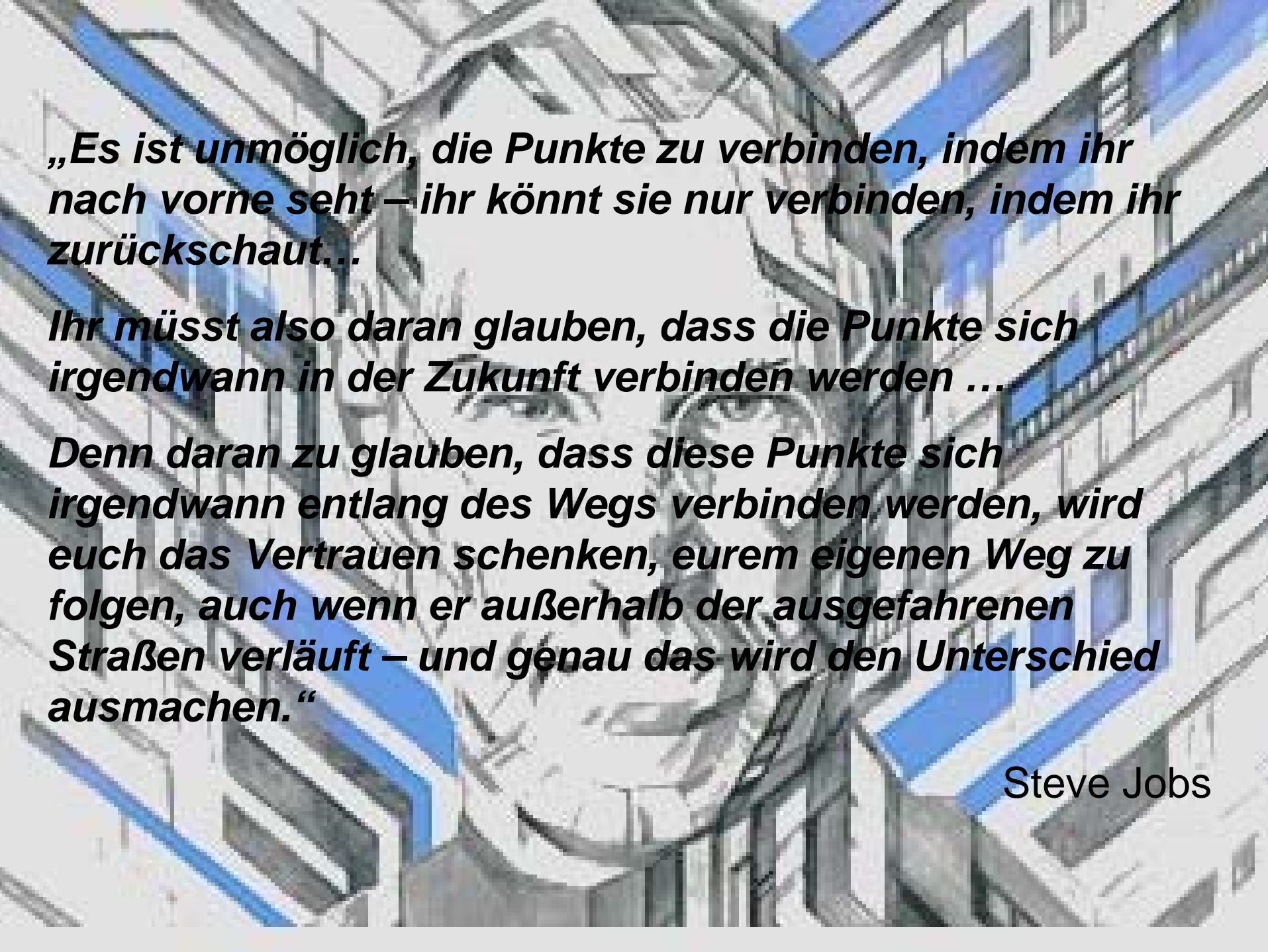


VOM 1. ZUM
BLEIBENDEN
EINDRUCK

Verkaufserfolg durch
Personal Branding

Mag. Martina Gleissenebner



„Es ist unmöglich, die Punkte zu verbinden, indem ihr nach vorne seht – ihr könnt sie nur verbinden, indem ihr zurückschaut...

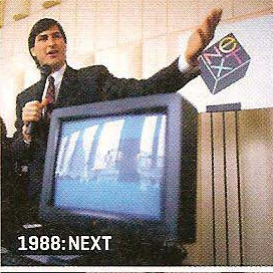
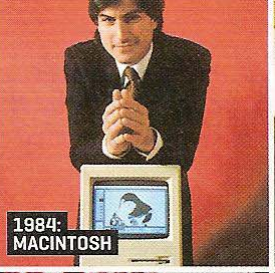
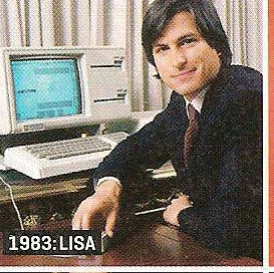
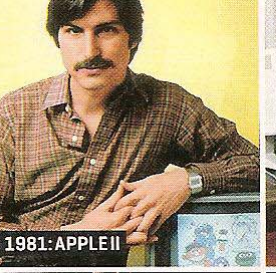
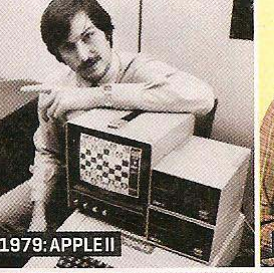
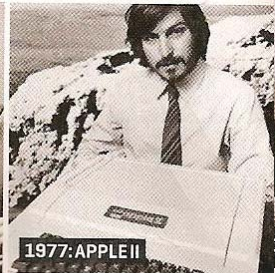
Ihr müsst also daran glauben, dass die Punkte sich irgendwann in der Zukunft verbinden werden ...

Denn daran zu glauben, dass diese Punkte sich irgendwann entlang des Wegs verbinden werden, wird euch das Vertrauen schenken, eurem eigenen Weg zu folgen, auch wenn er außerhalb der ausgefahrenen Straßen verläuft – und genau das wird den Unterschied ausmachen.“

Steve Jobs

Wissen Sie, was Sie verkaufen?

VERTRAUENSWÜRDIGKEIT



1976: APPLE I WITH STEVE WOZNIAK

1977: APPLE II

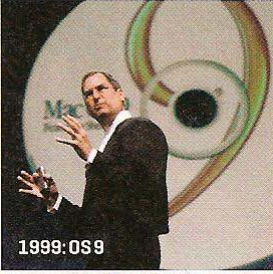
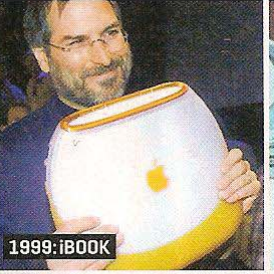
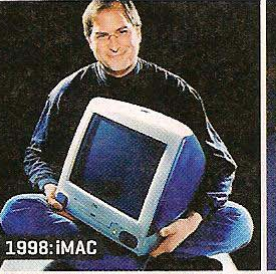
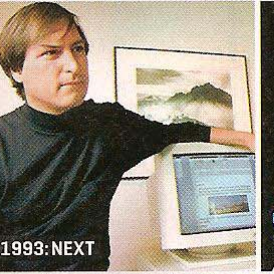
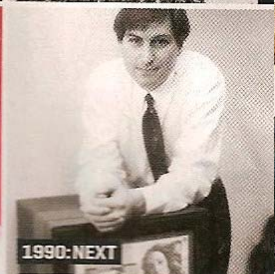
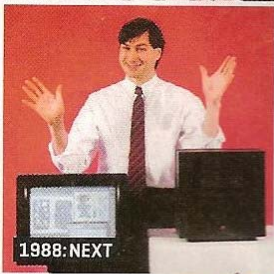
1979: APPLE II

1981: APPLE II

1983: LISA

1984: MACINTOSH

1988: NEXT



1988: NEXT

1990: NEXT

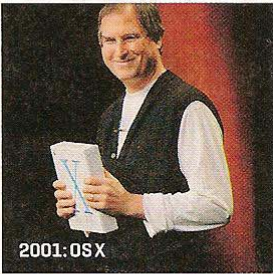
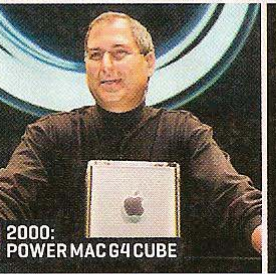
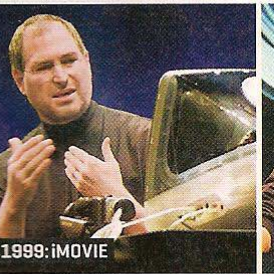
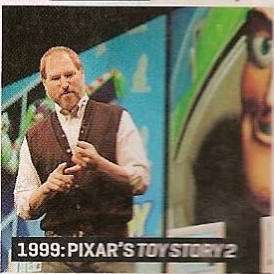
1993: NEXT

1998: iMAC

1999: iBOOK

1999: iMAC

1999: OS 9



1999: PIXAR'S TOY STORY 2

1999: POWER MAC G4

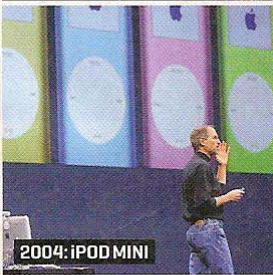
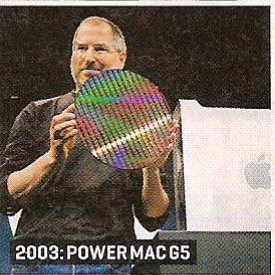
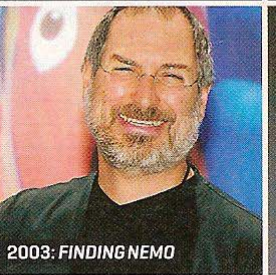
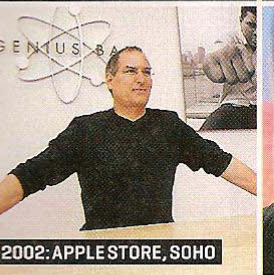
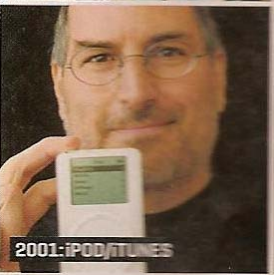
1999: iMOVIE

2000: POWER MAC G4 CUBE

2001: TITANIUM POWERBOOK

2001: APPLE STORE WITH TIM COOK

2001: OS X



2001: IPOD/iTunes

2002: FLAT-PANEL iMAC

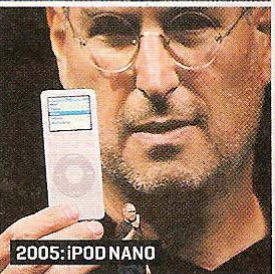
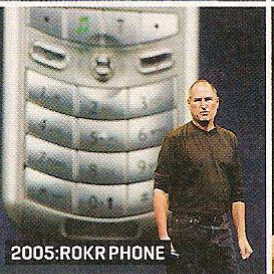
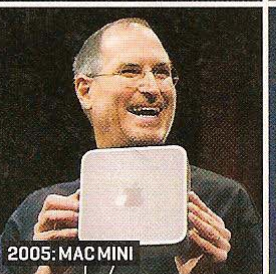
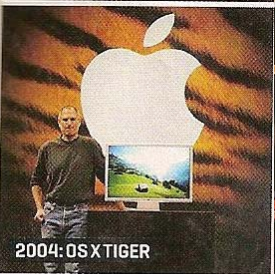
2002: APPLE STORE, SOHO

2003: FINDING NEMO

2003: POWERBOOK G4

2003: POWER MAC G5

2004: IPOD MINI



2004: 30" CINEMA DISPLAY

2004: OS X TIGER

2004: U2 IPOD

2005: MAC MINI

2005: ROKR PHONE

2005: IPOD NANO

2005: VIDEO IPOD

BILD: 55% Wirksamkeit



TON: 38%

WORT: 7%

*Das Ohr ist stumm,
Der Mund ist taub,
Aber das Auge vernimmt und spricht.*

*In ihm spiegelt sich von außen die Welt,
Von innen der Mensch.“*

(J.W. v. Goethe, „Über das Auge“)

NON-VERBALE KOMMUNIKATION...

- Wird vom Unterbewusstsein aufgenommen und verarbeitet
- Ist der direkte Draht zu den Gefühlen unserer Kunden
- Siegt über Rationalität
- Entscheidet über die Qualität der Kunden-Beziehung

DER KÖRPER LÜGT NICHT.

ERSTER EINDRUCK

Der erste Eindruck ist im Wesentlichen das Ergebnis der non-verbale Komponenten unseres Auftretens und wird zur Linse, durch die alle weiteren Eindrücke gesammelt werden.

DIE 7x7x7 – FAUSTREGEL DES ERSTEN EINDRUCKS:

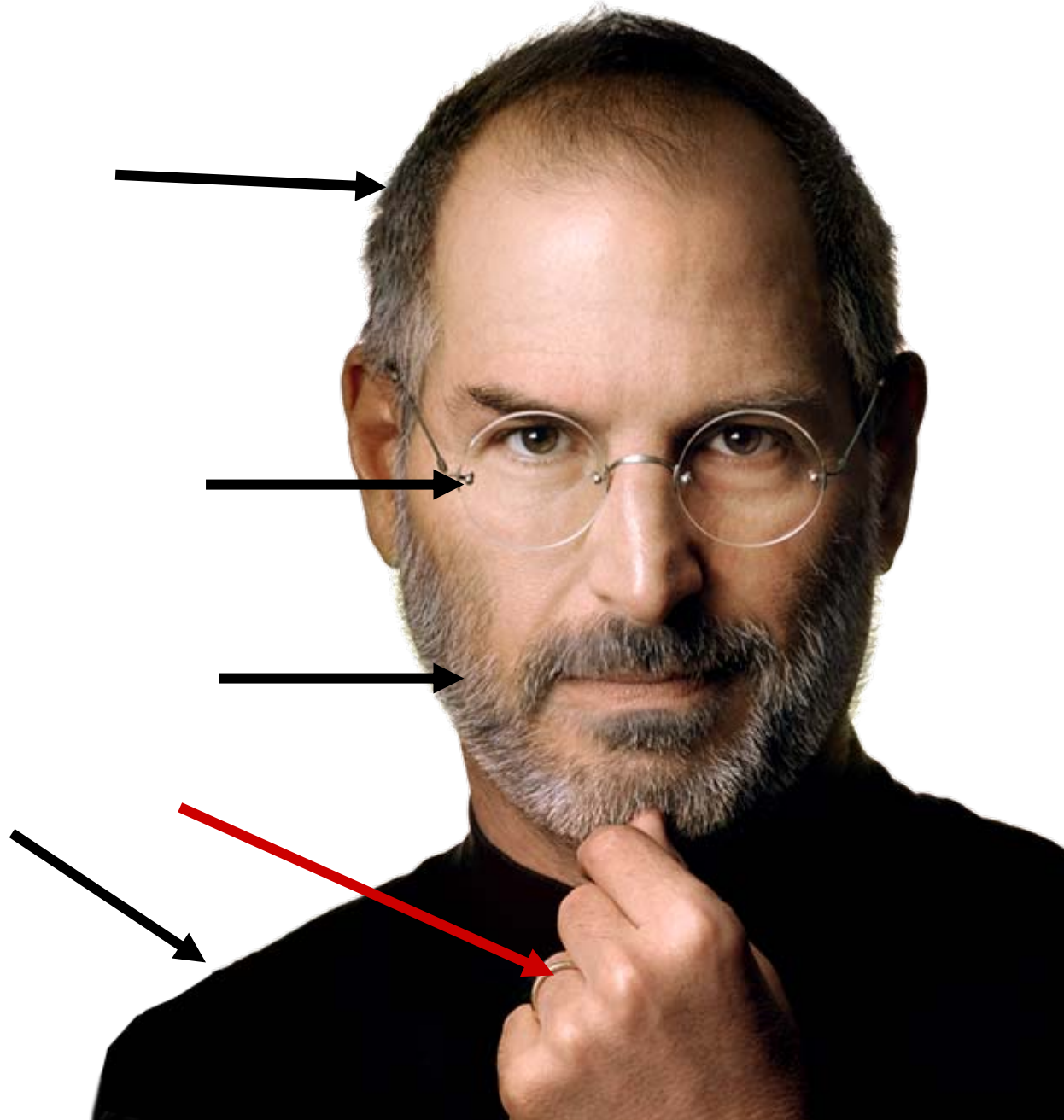
7 Sekunden bis zur Kreation des Ersten Eindrucks

7 Informationen werden bewusst wahrgenommen

7 Jahre dauert im Durchschnitt die Wirkung des Ersten Eindrucks

WAS WIR ALLES ZU ERKENNEN GLAUBEN





3 ENTSCHEIDENDE FRAGEN

1. Was macht mich...

2. Was sind meine...

3. Woran ... ich

EINZIGARTIG

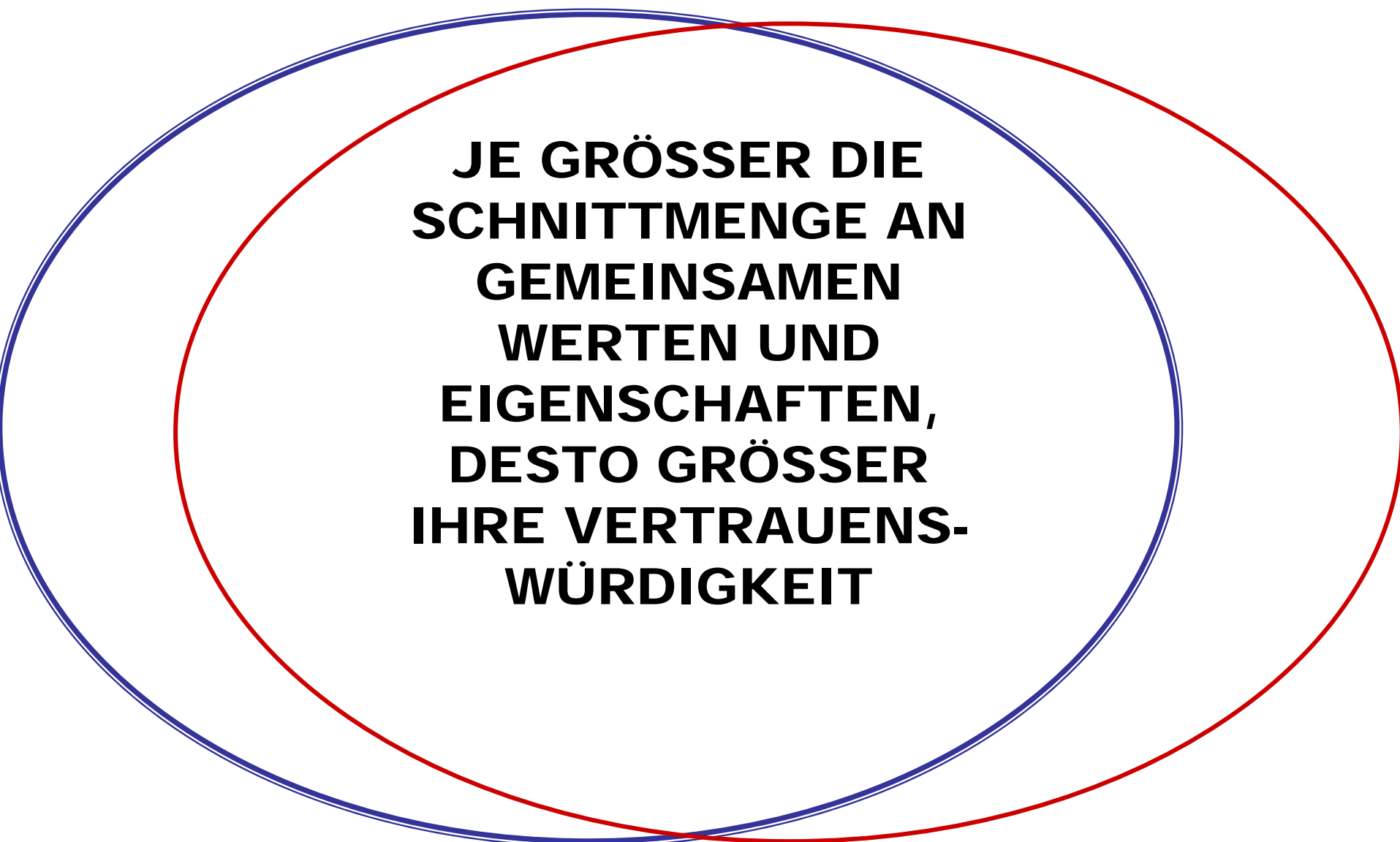
WERTE

GLAUBE

Das macht mein Produkt...:

Mein Produkt vermittelt diese ..

Mein Produkt ist Ausdruck dieses...:



JE GRÖSSER DIE
SCHNITTMENGE AN
GEMEINSAMEN
WERTEN UND
EIGENSCHAFTEN,
DESTO GRÖSSER
IHRE VERTRAUENS-
WÜRDIGKEIT

*Der Kunde lässt sich eher durch
die Tiefe Ihrer eigenen **Überzeugungen**
als durch die Höhe Ihrer Logik **überzeugen**.*

Zig Ziglar

Sie müssen herausfinden, was Sie **lieben**.

Das gilt für die Arbeit genauso wie für
geliebte Menschen.

Steve Jobs

PERSONAL BRANDING Grundsatz

**Gelungene
Kommunikation
beruht auf
Verständnis**

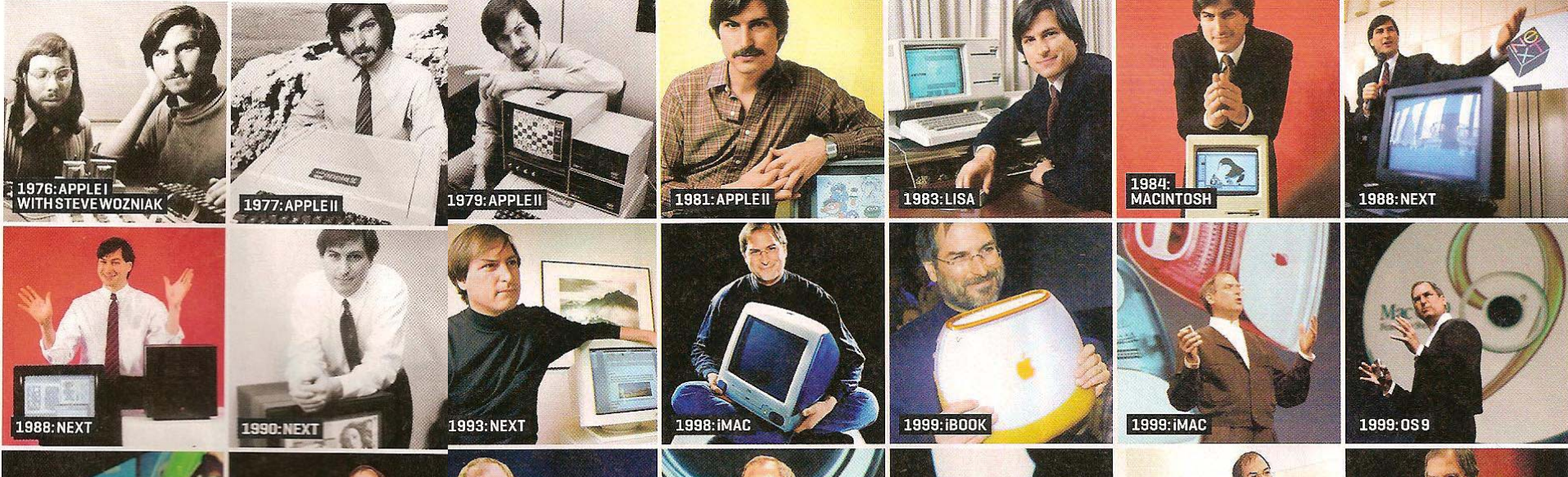


**Ich passe mich
meiner Umwelt an,
um verstanden zu
werden**

**Gelungenes
Branding beruht auf
dem Ausbrechen
bestehender
Schemata**



**Ich konfrontiere
meine Umwelt
BESTÄNDIG mit
„Andersartigem“**

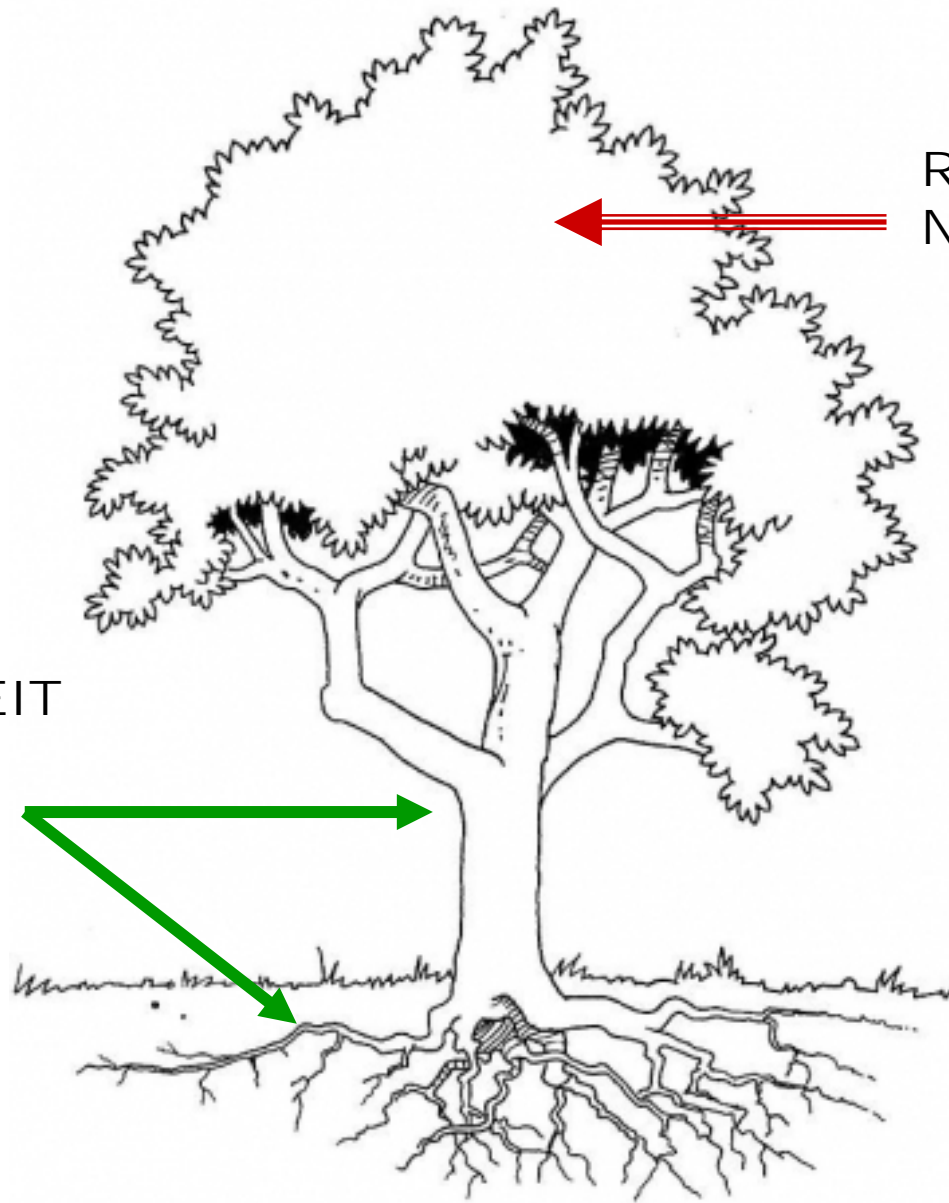


*Steve ist alles immer mit **derselben Energie** und **Achtung für das Detail** angegangen.*

*Er hat **dieselbe Haltung** gegenüber dem Produkt und dem Design auch auf das Management übertragen.*

Regis McKenna, Marketing Executive, Apple Inc.





REGELMÄSSIGE
NEUENTWICKLUNG

BESTÄNDIGKEIT
TIEFE
SUBSTANZ

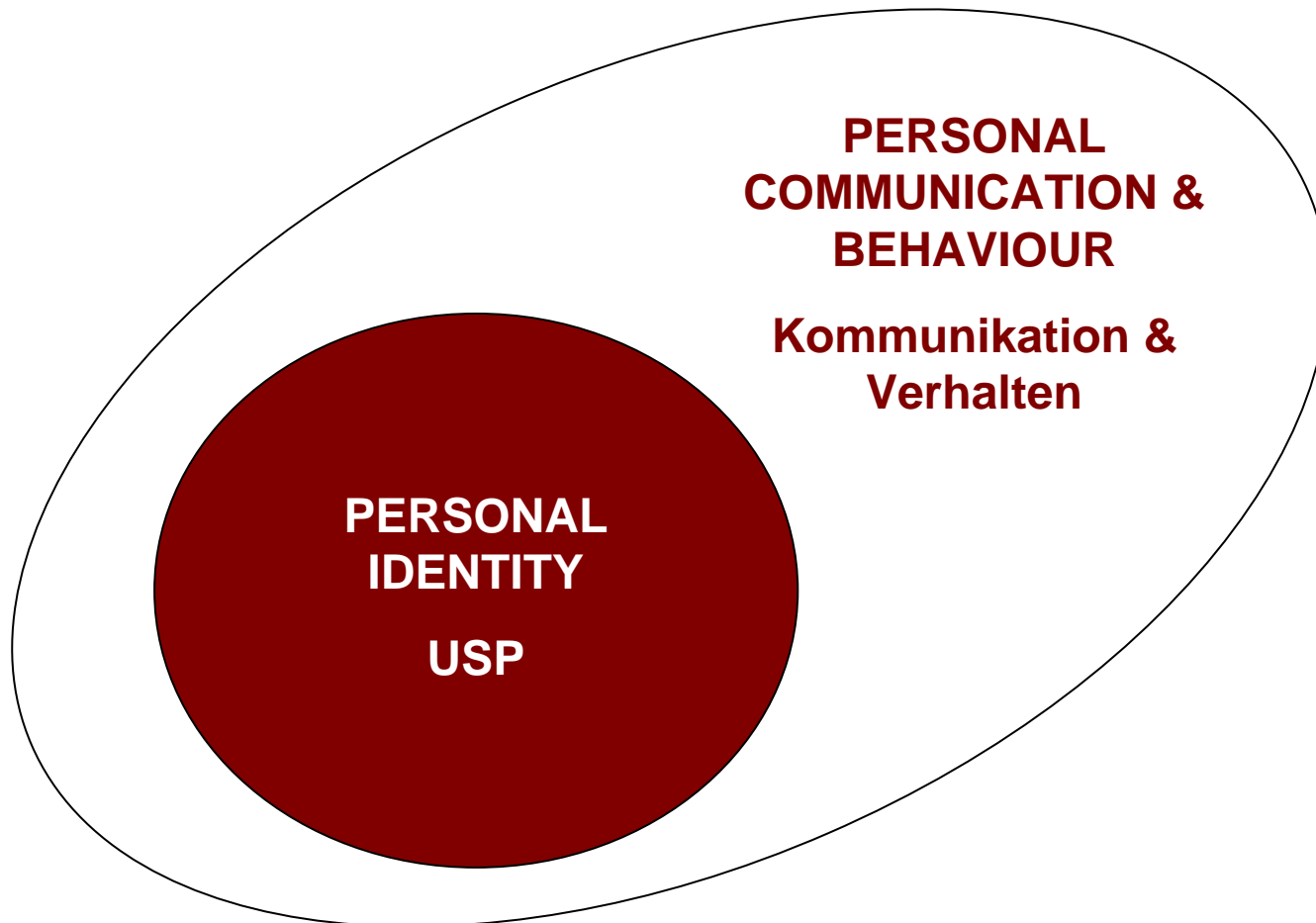
© Het Kleine Loo - www.hetkleinelo.nl
www.schoolplaten.com

PERSONAL BRANDING ASSESSMENT

- Persönliche SWOT-Analyse
- Mein Ziel: Worin soll mich mein Branding unterstützen?
- Meine Spezialisierung
- Mein Service
- Meine dominierende Eigenschaft
- Mein Motto

→ www.international-business-speakers.com/business-church-blog/

...zum bleibenden Eindruck



...zum bleibenden Eindruck



EINZAHLUNGEN IN DAS VERTRAUENSKONTO*

- Zuerst verstehen – dann verstanden werden
- Erwartungen ganz klar definieren – die eigenen und die des Kunden
- Orientierung geben und Versprechungen einhalten
- Auf die kleine Dinge achten

* Nach Stephen Covey

Lassen Sie nicht zu, dass der
Lärm fremder Meinungen **Ihre
eigene innere Stimme** übertönt.

Und vor allem haben Sie den **Mut**,
Ihrem **Herzen** und Ihrer **Intuition**
zu folgen.

Steve Jobs