

WIR MÜSSEN DAS, WAS WIR DENKEN AUCH SAGEN

WIR MÜSSEN DAS, WAS WIR SAGEN AUCH TUN

WIR MÜSSEN DAS, WAS WIR TUN AUCH SEIN

Von Alfred Herrhausen



SEI MERK-WÜRDIG!

DER WEG ZUR MARKE ICH!

WIE MAN SICH MIT SICHERHEIT AN DICH ERINNERN WIRD

DEIN WEG ZUR MARKE ICH

01 Warum wir von Markenmachern lernen sollten?

02 Was ist eine Ich Marke?

03 Wie Du Deine Ich-Marke etablierst!

04 Wozu hilft Dir das langfristig?

01

**WARUM WIR VON
MARKENMACHERN LERNEN SOLLTEN?**

EMOTIONEN

02

WAS IST EINE ICH-MARKE?



- ✓ HOHE BEKANNTHEIT
- ✓ WIEDERERKENNUNG
- ✓ ERKENNBARE STÄRKEN
- ✓ KONTINUITÄT UND EINDEUTIGKEIT
- ✓ POLARISIERUNG
- ✓ ANKER



03

DIE ICH-MARKE ETABLIEREN: EURE TOOLBOX



CD Karrieretoolbox! Mehr dazu auf www.mahlstedt-tcc.de

M



MUTIG

A



**ALLEIN-
STELLUNG**

R



RESSOURCEN

K



KOMPETENT

E

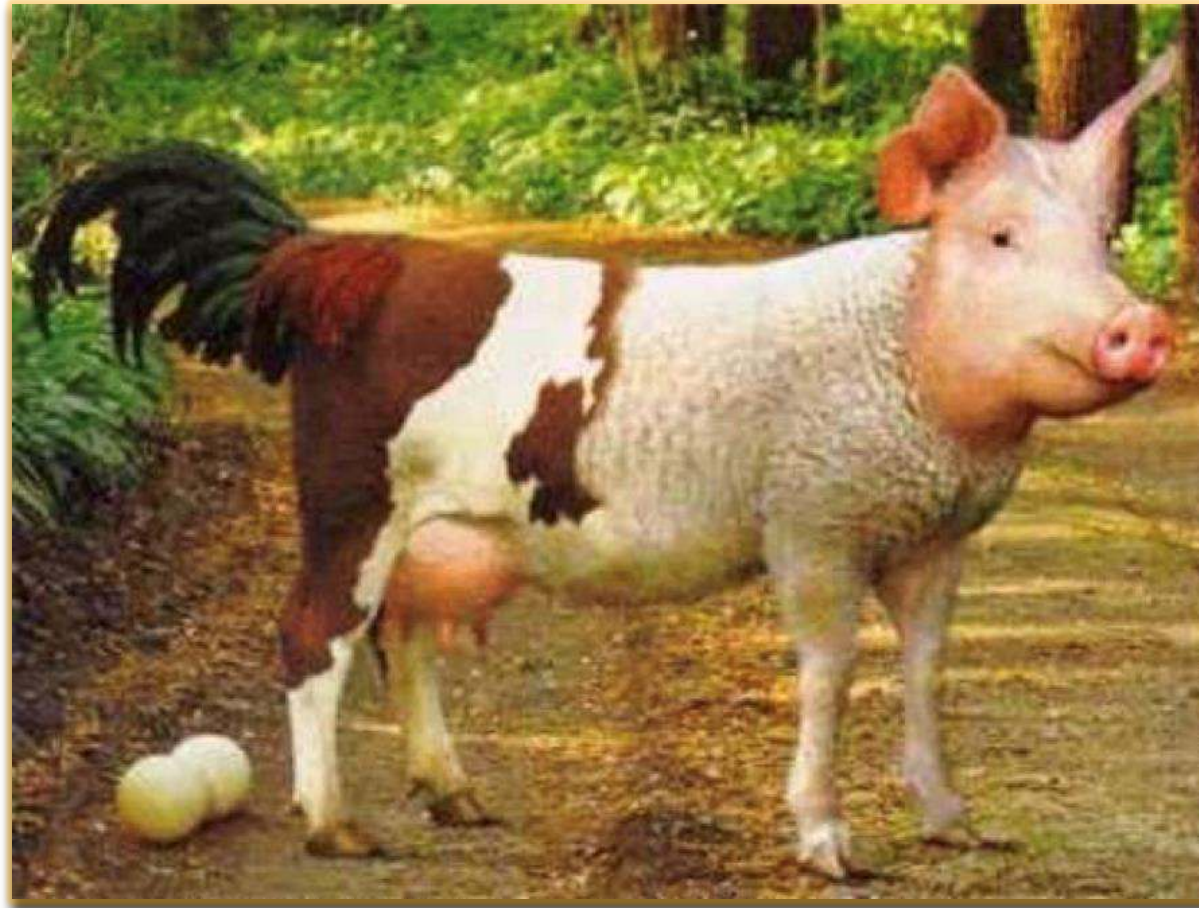


EINSETZEN



EINSETZEN: DER ELEVATOR PITCH

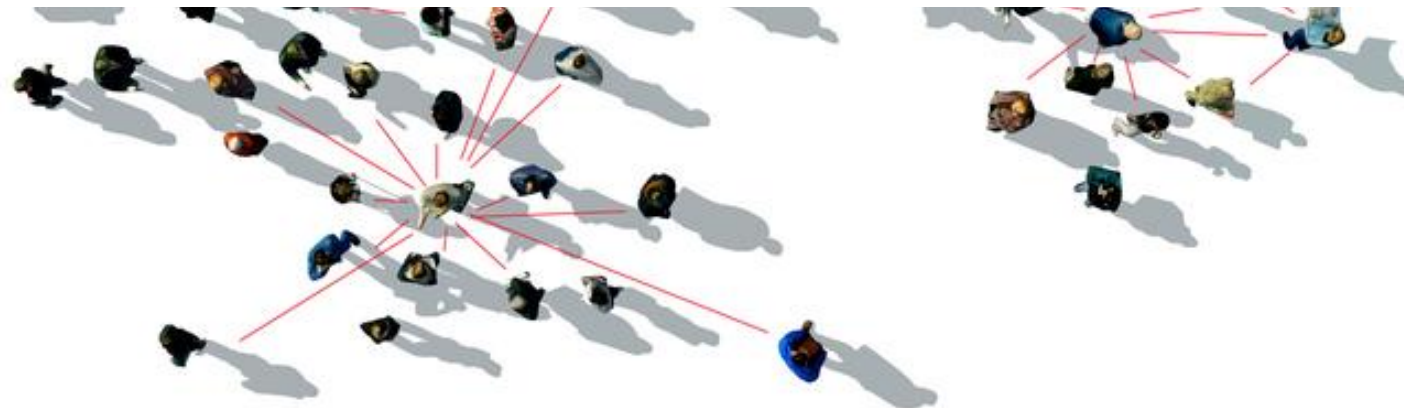
KOMPETENZ: ENTFALTE SIE



RESSOURCEN: NUTZE SIE



Netzwerken ist die absichtslose Absicht mit anderen Menschen die Zukunft zu gestalten





ALLEINSTELLUNGSMERKMAL: DEINE MARKE



WELTMARKE MIT

DREI BUCHSTABEN

ICH[®]

ALLEINSTELLUNGSMERKMAL: DEINE MARKE

- ✔ WAS IST EUER MARKENKERN?
- ✔ WAS MACHT EUCH BESONDERS?
- ✔ WAS UNTERSCHIEDET EUCH VON ANDEREN?
- ✔ WAS SOLLEN MENSCHEN ÜBER EUCH ERZÄHLEN?



MUTIG: EINFACH MAL MACHEN

**WAS WÜRDEST DU
EINFACH MAL MACHEN?**

MUTIG: EINFACH MAL MACHEN

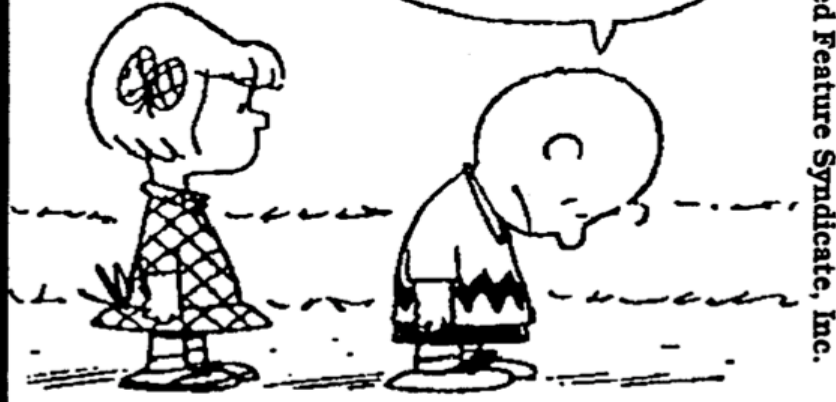


WAS KANN IM SCHLIMMSTEN FALL PASSIEREN?

PEANUTS

So stehe ich,
wenn ich deprimiert bin

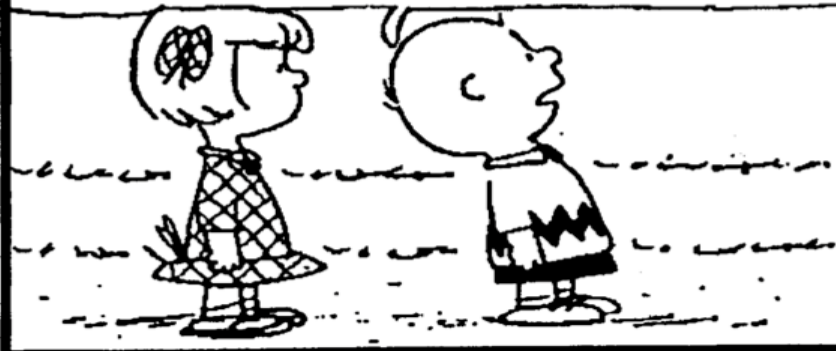
© 1960 United Feature Syndicate, Inc.



Wenn du deprimiert bist, ist es
ungeheuer wichtig, eine ganz be-
stimmte Haltung anzunehmen...



Das Verkehrteste, was du tun
kannst, ist aufrecht und mit er-
hobenem Kopf dazustehen, weil
du dich dann sofort besser fühlst.



Wenn du also etwas von deiner
Niedergeschlagenheit haben willst,
dann musst du so dastehen...



M

Was hilft Dir dabei, **MUTIG** Deine Komfortzone zu verlassen?

A

Was ist Dein **ALLEINSTELLUNGSMERKMAL**?

R

Dein Netzwerk sind Deine **RESSOURCEN**: Wer verdient einen roten Kringel?

K

Deine Stärken machen Dich **KOMPETENT!** Welche willst Du in den Blick nehmen?

E

Wo kannst Du Deinen Radiospot **EINSETZEN**?

04

WOZU HILFT DIR DAS LANGFRISTIG?

CHARISMA

Meine **Not-to-do**-Liste



Nicht alle Regeln als
gegeben hinnehmen





**WENDET DIE MARKE-STRATEGIE
ZUR ETABLIERUNG
EURER ICH-MARKE AN!**

**VIELEN DANK FÜR
EURE AUFMERKSAMKEIT**



Anja Mahlstedt

Mahlstedt TCC

Tel.: 04103 970 750

Fax: 04103 970 749

Email: info@mahlstedt-tcc.de

Website: www.mahlstedt-tcc.de

Bildquellennachweis

- S. 5 *Merkelraute*: Armin Linnartz - dieses Foto ist unter einer Creative Commons-Lizenz (Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0 Deutschland) lizenziert.
- S. 6 *Merkel*: DPA/A3131 epa Scanpix Lien
- S. 10 *Eierlegende Wollmilchsau*: <http://www.traumsofas.de/blog/was-ist-eine-eierlegende-wollmilchsau-unser-schlafsofa-single/>
- S. 11 Netzwerk: www.freepik.com
- S. 12 James Bond: <https://brf.be/kultur/kino/474572/>
- S. 13 Tempo: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Tempo_\(Marke\)_logo.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Tempo_(Marke)_logo.svg) & http://www.tempoweb.de/download/tempo_nasenknigge.pdf
- S. 13 Miele: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/2/25/Miele_logo.svg/1280px-Miele_logo.svg.png
- S. 18 Peanuts: United Feature Syndicate, Inc. 1960