

 **Checkliste 12: Selbstmarketing**

Ob die Kommunikation mit Ihren Kunden erfolgreich verläuft, hängt vor allem auch von Ihnen selbst, von Ihrem Auftreten und Ihrem Kommunikationsstil ab. Sich selbst gegenüber Kunden überzeugend und im richtigen Licht zu präsentieren, ist die große Kunst, um die es beim Selbstmarketing geht.

Selbstmarketing ist besonders dort wichtig, wo Sie von Mensch zu Mensch Kontakte haben, das heißt immer im Handel und bei Dienstleistungen. Dort ist nicht nur die Leistung sichtbar, sondern vor allen Dingen auch die Person, die diese Leistung erbringt.

**Stärken-Schwächen-Profil erarbeiten**

Viele Gründerinnen und Gründer sind sich ihrer Stärken nicht bewusst. Oder sie scheuen sich, sie herauszustellen.

Gehen Sie davon aus: Wenn Sie Ihre Stärken deutlich machen, ist dies für die Kunden keine Angeberei, sondern eine wichtige Information.

Beschreiben Sie Ihre Stärken und Schwächen (Beispiele: Zuverlässigkeit, Termintreue, Kommunikationsbereitschaft, offen auf Kunden zugehen können). Fragen Sie Familie, Freunde und Bekannte, wo sie Ihre Stärken und Schwächen sehen. Tragen Sie die Ergebnisse hier ein.

**Meine persönlichen Stärken sind:**

---

---

---

**Inwieweit können diese Stärken zu einer erfolgreichen Kommunikation beitragen?**

---

---

---

Wer seine Stärken kennt, muss sich auch über seine Schwächen bewusst sein (Beispiele: Schüchternheit, geringe Überzeugungskraft, Stimme ist zu leise). Tragen Sie diese hier ein.

**Meine persönlichen Schwächen sind:**

---

---

---

Wenn Sie Ihr Stärken-Schwächen-Profil ausgefüllt haben, sollten Sie überlegen, wie Sie Ihre Stärken ausbauen und einsetzen können. Welchen Nutzen könnten Ihre Kunden davon haben? Überlegen Sie außerdem: Welche Ihrer Schwächen können Sie durch Weiterbildung, Coaching, Partner oder Personal ausgleichen?

### **Stärken vermitteln**

Nun geht es darum, Ihre „starken Seiten“ zu vermitteln. Voraussetzung ist, dass Sie dafür Ihre Gespräche mit den Kunden oder Auftraggebern gut vorbereiten. Um mit Ihrer fachlichen und unternehmerischen Kompetenz zu überzeugen, müssen Sie wissen, was von Ihnen erwartet wird. Versuchen Sie dazu die folgenden Fragen zu beantworten.

- Wie würden Ihre Kunden gern kontaktiert werden (Anruf, E-Mail, persönlicher Brief)?
- Welche Fragen könnten Ihre Kunden stellen?
- Wie könnten Sie ein Kundengespräch beginnen?
- Wie formulieren Sie wichtige Kundeninformationen?
- Wie könnten Sie das Gespräch beenden, für den Fall, dass es erfolgreich verläuft, und für den Fall, dass es weniger erfolgreich verläuft?
- Welche Themen sind für den Small-Talk bei Gesprächsbeginn geeignet?
- Welches äußere Erscheinungsbild ist in der Branche üblich?

### **Auf den Eindruck achten**

Bei vielen anderen Gesprächen ist es ja nicht nur die Botschaft, die Sie übersenden. Es geht um den Gesamteindruck, den Sie bei Ihrem Gegenüber hinterlassen.

- Über die Hälfte des bestimmenden Eindrucks wird durch Ihre Körpersprache signalisiert.
- Über ein Drittel wird durch Ihre Stimme transportiert.
- Nur der verbleibende Rest entfällt auf den Inhalt, den Sie vermitteln wollen.  
Das was also haften bleibt, ist Ihre Persönlichkeit: Ihr Auftreten, Ihre Ausdrucksweise und Ihre Stimmlage.