



Selbstmarketing: Sich selber erfolgreich verkaufen



Inhaltsverzeichnis

1. Warum Selbstmarketing?.....	3
1.1. Situationen und Fragen im Zusammenhang mit Selbstmarketing.....	3
2. Sich selber kennen.....	4
2.1. Fazit: Wir müssen uns besser kennen lernen!	4
3. Sich motivieren können.....	5
3.1. Der wichtigste Faktor für die Selbstmotivation: Die persönliche Vision	5
3.2. Kurzfristige Motivation – Motivation im Alltag.....	5
4. Sich verbessern	6
4.1. Weiterbildung	6
4.2. Sich im Alltag verbessern	6
4.3. Selbstmanagement 1: Die persönliche Ordnung	6
4.4. Selbstmanagement 2: Das persönliche Zeitmanagement	6
4.5. Soziale Kompetenzen fördern.....	7
4.6. Weitere Verbesserungsansätze	7
5. Interne Gelegenheiten mit Profilierungspotenzial	9
5.1. Profilierungsplattformen.....	9
5.2. Aufgaben mit Profilierungspotenzial	9
5.3. Andere Gelegenheiten mit Profilierungspotenzial	9
6. Interne und externe Kunden- und Verkaufsorientierung	10
6.1. Ist jeder Mitarbeiter ein Verkäufer?	10
6.2. Was sind interne Kunden?	10
6.3. Positivspirale dank Kunden- und Verkaufsorientierung	10
7. Interne Kommunikation und Beziehungsmanagement.....	11
7.1. Lob durch Abfrage der Zufriedenheit erhalten.....	11
7.2. Internes und externes Beziehungsmanagement	11
8. Verkäuferisches Flair entwickeln.....	12
8.1. Rhetorik und Präsentationstechnik.....	12
8.2. Verhandlungstechnik.....	12

1. Warum Selbstmarketing?

Selbstmarketing war lange Zeit verpönt. Es galt als anbiedernd und war für viele Berufsleute etwas für Profilierungsneurotiker. Trotzdem haben sich immer einige besser verkauft als andere und dadurch persönlichen Nutzen gezogen. Oft geschieht dies unbewusst, aber es gehört zum Berufsalltag wie das Amen zur Kirche. Selbstmarketing ist aber nicht nur dazu geeignet, eine bessere berufliche Stellung zu erhalten. Es dient generell dazu, mehr Freude im Berufsleben und mehr Freiheiten bezüglich der Wahl der auszuführenden Arbeiten zu erlangen. Wer sich besser verkauft, erzielt mehr persönliche Erfolge, wird dadurch selbstbewusster und motivierter. Dies wiederum bewirkt noch mehr Erfolge, was man als eine Positivspirale bezeichnen kann. Selbstmarketing kann auch betrieben werden, ohne dass man sich permanent bei Vorgesetzten krampfhaft beliebt machen muss. Es reicht häufig aus, sich auf bestimmte Situationen des Berufsalltages, auf bestimmte Aufgaben oder auf ein bestimmtes Verhalten zu sensibilisieren. Jeder kann selber für sich entscheiden, wie weit er bezüglich Selbstmarketing gehen will. Profitieren werden alle, welche sich mit diesem Thema beschäftigen. Verlieren werden alle, welche das Thema für überflüssig halten.

- Herr Muster ist wieder einmal mit einem Projekt beschäftigt und wir können die Alltagsarbeit machen.
- Ich habe schon zehn neue und gute Ideen gebracht, aber das interessiert ja hier niemanden.
- usw.

Wir könnten die Liste endlos weiterführen. Die Frage ist, ob die beschriebenen Situationen auf Zufall beruhen oder das Ergebnis von mangelndem Selbstmarketing sind. Sicher können Mitarbeiter nicht alle Situationen selber beeinflussen, aber vieles ist beeinflussbar! Der erste Schritt dazu ist, sich mit dem Thema Selbstmarketing zu beschäftigen und sich zu überlegen, welche Selbstmarketingstrategie zum eigenen Ich passt oder wo das Selbstmarketing punktuell verbessert werden kann. Vielen Personen, die sich zum ersten Mal mit Selbstmarketing beschäftigen, geht beim Lesen von Büchern zu diesem Thema ein Licht auf. Auf einmal wird klar, warum in den meisten Unternehmen einige Leute gleicher sind als die anderen. Selbstmarketing hat nicht zwingend etwas mit Karriere zu tun, sondern in erster Linie damit, die persönlichen Lebensziele besser zu erreichen und die (Arbeits-) Zufriedenheit zu steigern.

1.1. Situationen und Fragen im Zusammenhang mit Selbstmarketing

Im Berufsalltag wird regelmässig bezüglich Aufgaben, Verantwortlichkeiten, Kompetenzen, Beförderungen, Lohn, Ferien, Ausbildung usw. entschieden. Es werden Personalqualifikationen durchgeführt und Lob oder Tadel ausgesprochen. Dabei handelt es sich um eine Gratwanderung zwischen dem, was Mitarbeiter als gerecht ansehen und jenen Entscheidungen, welche als ungerecht oder eindeutige Bevorzugung von einzelnen Mitarbeitern oder Abteilungen betrachtet werden. Dabei werden in der Praxis häufig folgende Fragen gestellt:

- Warum kann sich Herr Muster immer seine Aufgaben aussuchen?
- Weshalb erhält Frau Muster schon wieder eine Lohnerhöhung?
- Wenn wir etwas richtig machen, hören wir nichts, wenn die anderen etwas richtig machen, steht es in der Mitarbeiterzeitung – wieso das?
- Warum werden meine Ferien schon wieder nicht bewilligt?
- Aus welchem Grund wird ausgerechnet Frau Muster befördert?



2. Sich selber kennen

Wenn Sie jemanden fragen, wie gut er sich selber kennt, so wird er Ihnen wahrscheinlich kaum die Antwort geben, dass er sich selber schlecht kennt. Tatsächlich gibt es aber viele Menschen, die sich mehr mit anderen als mit sich selber beschäftigen. Oft ist es einfacher, bei anderen etwas zu erkennen, als bei sich selber eine Stärke oder Schwäche zu entdecken. Doch genau dieser Punkt ist eine der wichtigsten Grundlagen für den persönlichen Erfolg. Jeder Mensch hat Stärken und Schwächen. Meistens sind es die Schwächen, die wir bei uns selber sofort erkennen, weil wir in gewissen Dingen schwächer sind als andere. Aufgrund dieser Erkenntnisse versuchen wir dauernd, unsere Schwächen zu eliminieren, anstatt unsere Stärken zu fördern. In der Förderung von eigenen Stärken liegt aber das grösste ErfolgsPotenzial, wenn es darum geht, sich selber erfolgreich zu vermarkten. Wieviele erfolgreiche Menschen hatten nur sehr wenige Stärken, vielleicht sogar nur eine, aber haben diese konsequent gefördert?

Wenn Sie spontan gefragt würden, wo Ihre Stärken liegen, was würden Sie antworten? Wenn Sie nun zögern, haben Sie in Ihrem bisherigen Leben etwas falsch gemacht: Sie kennen Ihre wichtigsten Stärken nicht! Dabei ist es viel motivierender und einfacher, persönliche Stärken zu fördern, als dauernd an den Schwächen zu feilen. Viele erfolgreiche Menschen haben irgendwann im Leben eine persönliche Stärke entdeckt und diese konsequent gefördert.

Eine für viele Menschen genau so schwierige Frage ist, was sie gerne tun. Auch diese Frage klingt sehr einfach, ist es aber nicht, wenn wir sie konkret beantworten müssen. Dabei gilt auch hier der Grundsatz: Was ich gerne tue, mache ich besser als die meisten anderen!

2.1. Fazit: Wir müssen uns besser kennen lernen!

Erfolgreiche Menschen kennen ihre Stärken und Schwächen und können diese Erkenntnis intuitiv im Berufsalltag einsetzen. Werden zum Beispiel an einer Sitzung Aufgaben verteilt, so wird sich der erfolgreiche Mitarbeiter sofort auf diejenigen stürzen, die seinen Stärken entsprechen und diejenigen ablehnen, welche seinen Schwächen entsprechen. Er wird offen zugeben, dass diese oder jene Aufgabe nicht seinen Stärken entspricht und wird dafür plädieren, diejenigen Aufgaben zu übernehmen, die er besser als die meisten anderen machen kann, weil sie seinen Stärken entsprechen. Wie wird dabei das Ergebnis für den Vorgesetzten aussehen? Weil der Erfolgreiche sich diejenigen Aufgaben ausgesucht hat, die er besser machen kann als die anderen, wird er noch erfolgreicher. Weil die anderen nicht wissen, wo ihre Stärken und Schwächen liegen, werden sie bestenfalls dort stehen bleiben, wo sie sind.

Was gilt es zu tun? Haben Sie schon einmal einen Stärken-Schwächen-Test gemacht? Das kann man in Form eines Selbsttests sowie in Form einer Fremdbeurteilung machen. Es ist wirklich immer wieder erstaunlich, wie viele Erkenntnisse daraus gewonnen werden können. Eine weitere Möglichkeit bieten Persönlichkeits- und Potenzialanalysen. Haben Sie schon einmal einen Test durchgeführt, bei welchem Ihre persönlichen Prioritäten im Leben sowie Ihre Vorlieben was Arbeitsbereiche, einzelne Arbeiten sowie Branchen betrifft, durchgeführt? Welche Tests auch immer Sie machen oder ob Sie sich durch Gespräche oder andere Methoden mit sich selber beschäftigen, es bringt Sie persönlich im Leben und im Beruf weiter und ist die Basis, um sich erfolgreich zu vermarkten.

3. Sich motivieren können

Es gibt Leute, die darauf warten, motiviert zu werden. Sei dies durch ihren Lebenspartner oder durch ihren Chef. Diese Leute werden es schwer haben im Leben! Wer das Thema Motivation nicht selber in die Hand nimmt, vergibt sich einen grossen Teil Lebensfreude. Natürlich sollte das Umfeld am Arbeitsplatz wie zum Beispiel die Vorgesetzten oder die Mitarbeiter eine motivierende Grundlage bilden, aber die andere Hälfte der Motivation muss von Ihnen selber kommen.

3.1. Der wichtigste Faktor für die Selbstmotivation: Die persönliche Vision

Haben Sie eine Vision? Auf seinem Marsch nach Washington 1963 hielt Dr. Martin Luther King vor dem Lincoln-Memorial der US-Hauptstadt vor mehreren tausend Anhängern seine weltberühmte Rede. Es ging um die Gleichberechtigung von Schwarzen und Weissen. Die Kernaussagen der Rede wurden durch den folgenden Satz eingeleitet: «I HAVE A DREAM». Dieser banale Satz beinhaltet ein gewaltiges Potenzial an Energie. Ein Traum ist die Basis für eine Vision. Eine Vision ist ein visualisiertes Endziel und bildet die wichtigste Grundlage für die Selbstmotivation. Haben Sie Träume? Haben Sie eine Vision bezüglich Beruf, Familie, Partnerschaft, soziale Kontakte, Freizeit, Gesundheit, Geld, Zufriedenheit? Falls nicht, dann arbeiten Sie daran!

Nehmen Sie ein Blatt Papier und schreiben Sie sich zu den oben genannten Punkten oder zu weiteren Punkten einige Stichworte auf. Nehmen Sie dieses Blatt Papier alle paar Monate wieder hervor und ziehen Sie Bilanz. Ergänzen Sie die Punkte oder ändern Sie diese ab, bis sich eine Vision herauskristallisiert.

Eine Vision zu haben, aber diese nicht umsetzen zu können, ist wie ein Tanker, der zwar seinen Zielhafen kennt, diesen aber nicht ansteuert und kreuz und quer auf dem Meer herumirrt. Deshalb geht es darum, Ihre Vision umzusetzen. Setzen Sie sich Meilensteine, nehmen Sie sich nicht zuviel vor, sondern nur soviel, wie Sie auch realistischerweise umsetzen können. Mit dem Erreichen eines jeden Meilensteines werden Sie motivierter, selbstsicherer. Ihr Selbstvertrauen steigt und steigt, weil Sie selber und aus eigener Kraft die Meilensteine erreicht haben. Sie werden ein anderer Mensch. Dies klingt etwas dramatisch und theatralisch, aber es ist so. Erstellen Sie einen persönlichen Erfolgsplan. Schreiben Sie diesen auf ein anderes Blatt Papier. Auch wenn Sie ein Etappenziel nicht erreicht haben, geben Sie nie auf. Erfolg ist, wenn man einmal mehr aufsteht, als man gefallen ist.

3.2. Kurzfristige Motivation – Motivation im Alltag

Natürlich gibt es Phasen, in denen die Vision weit weg ist und der Alltag alles andere als motivierend ist. Deshalb gehört auch die alltägliche Selbstmotivation zum gesamten Selbstmotivationssystem. Dazu gehören:

- Positives Denken und Sehen
- Kleine Motivationsspritzen für den Alltag bei Demotivationsphasen
- Sich bei kleinen Erfolgen bewusst belohnen
- Loben und Lob abholen
- Sein soziales Umfeld steuern, Kontakt zu motivierenden Personen suchen
- Motivierendes Arbeitsumfeld schaffen
- Nein sagen können
- Anti-Stressprogramm

4. Sich verbessern

Versuchen Sie aktiv, sich und Ihre eigene Situation zu verbessern. Wer aufhört besser zu werden, hört auf, gut zu sein. Verbessern Sie sich selber, indem Sie Ihre Stärken konsequent fördern oder manchmal auch, indem Sie gewisse Schwächen eliminieren, die als MUSS-Kriterien für Ihren beruflichen Erfolg gelten.

4.1. Weiterbildung

Bilden Sie sich weiter. Jede Weiterbildung öffnet neue Horizonte, bringt neue persönliche Beziehungen und selbstverständlich viel neues Wissen. «Agieren statt reagieren» heisst hier das Motto. Immer einen Schritt voraus sein, das ist nicht nur die beste Art der Jobsicherung, sondern schlicht und ergreifend ein Mittel, um sich von den anderen zu unterscheiden. Hier könnte auch der Marketingleitsatz herbeigezogen werden: «Wer austauschbar ist, wird ausgetauscht!» Das gilt selbstverständlich auch im Berufsleben. Wir müssen dafür sorgen, dass wir weniger austauschbar sind als andere.

4.2. Sich im Alltag verbessern

Sie können sich aber auch im Kleinen verbessern. Verbesserungen im Alltag sind zu mindestens 50 Prozent eine Holschuld. Interessieren Sie sich für Ihre Arbeiten und wie diese Arbeiten besser erledigt werden könnten. Das Interesse an

der Arbeit spüren auch die Vorgesetzten, was sich früher oder später für Sie auszahlen wird. Eine Arbeit befriedigt nur dann, wenn man versucht hat, sie so gut wie möglich zu machen. Übernehmen Sie persönliche Verantwortung für die Arbeiten, die Sie erledigen. Versuchen Sie Ihr Selbstmanagement zu optimieren. Zum Selbstmanagement gehören zum Beispiel das persönliche Ordnungssystem und das Zeitmanagement.

4.3. Selbstmanagement 1: Die persönliche Ordnung

Suchen kostet Zeit und demotiviert. Fragen Sie sich immer dann, wenn Sie etwas über eine längere Zeit suchen, wie Sie Ihr persönliches Ordnungssystem verbessern können. Haben Sie Ihre Unterlagen, Adressen, Pendenzen, Hilfsmittel sinnvoll abgelegt oder gespeichert? Ist der Zugriff zu diesen Informationen und Hilfsmittel effizient? Investieren Sie zwischendurch bewusst Zeit, um Ihr persönliches Ordnungssystem zu optimieren?

4.4. Selbstmanagement 2: Das persönliche Zeitmanagement

Stress ist ein Ergebnis mangelnder Planung! Dieser Spruch vereinfacht das Thema Stress sicherlich unkorrekterweise, aber er hat eben doch etwas Wahres. Natürlich gibt es noch andere Ursachen für Stress, aber mangelnde Planung ist



eine davon. In einer Zeit zunehmender Hektik und verstärktem Druck am Arbeitsplatz wird das Zeitmanagement zu einem wichtigen (persönlichen) Erfolgsfaktor. Produkte müssen immer schneller entwickelt und eingeführt werden. Sind sie einmal eingeführt, so kommen schon die nächsten Produkte und dies in immer schnellerer Folge. Man kann dieses Phänomen in allen anderen beruflichen und wahrscheinlich auch in den meisten privaten Bereichen feststellen.

Zeitmanagement beginnt damit, eine Bestandsaufnahme der beruflichen und privaten Pendenzen zu machen. Erst wenn Sie wissen, welche Arbeiten anfallen, können Sie mit der Planung beginnen. Ordnen Sie den Pendenzen Prioritäten und Termine zu. Beginnen Sie mit den Arbeiten, die einerseits wichtig und dringend sind. Dann gehen Sie zu den wichtigen über und erledigen schliesslich die «nur» dringenden Arbeiten. Die Reihenfolge ist also:

1. Wichtiges und Dringendes
2. Wichtiges
3. Dringendes
4. Weder Wichtiges noch Dringendes

Anschliessend geht es darum, die Pendenzen in ein System zu integrieren, wo Sie immer den Überblick behalten. Es gibt zahlreiche softwarebasierende Zeitmanagement- und Terminverwaltungs-Systeme, die diese Aufgabe mit zahlreichen Zusatzfunktionen erledigen.

Zum persönlichen Zeitmanagement gehört aber auch, «NEIN» sagen zu können. Kann ein Termin unmöglich eingehalten werden, so muss dies vorher kommuniziert werden. Dies geht im beruflichen Alltag am besten, wenn man den Vorgesetzten und Mitarbeitern transparent darlegen kann, warum der Termin nicht eingehalten werden kann. Damit sind wir wieder bei der Zeitplanung.

4.5. Soziale Kompetenzen fördern

Wie kommen Sie bei Ihren Mitarbeitern an? Wie wirken Sie auf andere? Wie verhalten Sie sich gegenüber anderen Menschen? Können Sie sich in andere Menschen hineinversetzen? Interessieren Sie sich generell für andere Menschen? Interessieren Sie sich speziell für deren Bedürfnisse, Gefühle und Situation? Können Sie aktiv zuhören? Können Sie auf verschiedene Menschentypen eingehen? Können Sie andere motivieren? Wie steht es mit Ihrer Teamfähigkeit? Können Sie sich abgrenzen und durchsetzen, ohne andere zu verletzen?

Diese Fragen haben alle mit sozialen Kompetenzen zu tun. Es geht dabei darum, sein eigenes Verhalten dahingehend zu steuern, dass man damit ein positives Verhältnis zu seinen

Mitmenschen aufbauen kann. Wer als unsozial und nicht teamfähig verschrien ist, wird es schwer haben, seine beruflichen Ziele zu erreichen. Letztlich wird ihm dies in entscheidenden Situationen angelastet. Welcher Vorgesetzter will einen nicht teamfähigen Mitarbeiter fördern oder befördern? Es gibt verschiedene Selbsttests oder von Dritten durchgeführte Tests, welche Aufschluss über die eigenen sozialen Kompetenzen geben. Schon die Sensibilisierung auf die obenstehenden Fragen und das aktive persönliche Auswerten von verschiedenen Situationen wie Sitzungen, Präsentationen, Pausengesprächen, Konfliktgesprächen usw. bildet erste Schritte zur Optimierung der sozialen Kompetenzen.

4.6. Weitere Verbesserungsansätze

Ein nicht zu unterschätzendes Thema ist das persönliche Auftreten, der persönliche Stil. Dies beginnt beim Äusseren, also bei der Körperhygiene, bei der Frisur und dem Kleidungsstil und reicht bis zum Verhalten im Alltag. Herr Knigge lässt grüssen. Auch heute oder vielmehr heute wieder zählen gute Umgangsformen. In den ersten Sekunden fallen wir bereits erste Sympathie-Entscheidungen bezüglich Menschen, die wir neu kennenlernen. Niemand hat eine zweite Chance, einen ersten Eindruck zu machen. Deshalb sollte dieser erste Eindruck ein positiver sein. Beschaffen Sie sich einen Job-Knigge und sensibilisieren Sie sich für die dort beschriebenen Benimm-Regeln.

Ein weiterer Ansatz mit grossem Erfolgspotenzial ist die Steigerung der eigenen Kreativität. Kreative Leute werden bewundert und sind für das Unternehmen enorm wertvoll. Es gibt kaum Bereiche, wo Ideen nicht gefragt sind. Es gibt auch keine unkreativen Leute. Wie beim Thema Verkauf gibt es Menschen, welche mehr oder weniger mit Kreativität versehen wurden. Aber unkreative Menschen gibt es nicht. Kreativität kann man lernen und üben. Die erste und wahrscheinlich höchste Hürde, welche es im Zusammenhang mit Kreativität zu bewältigen gilt, ist, den Mut aufzubringen, Ideen aktiv zu entwickeln und zu kommunizieren. Dies haben sicher schon die meisten versucht. Viele haben dabei schlechte Erfahrungen gemacht, weil sie von Gesprächspartnern mit sogenannten Kreativitätskillern wie «Das geht schon deshalb nicht, weil...» oder «Das haben wir alles schon versucht, genützt hat es nichts...» gebremst wurden. Von solchen Killerphrasen darf man sich auf keinen Fall beeindrucken lassen und trotzdem Ideen liefern. Man sollte im Zusammenhang mit der internen Gesprächskultur das Thema Killerphrasen thematisieren, denn sie schaden der internen Kreativität enorm. Am besten, man einigt sich intern, auf Killerphrasen zu verzichten. Wer kreativ sein will, sollte die folgenden Voraussetzungen dafür schaffen:

1. Persönliche Einstellung für Kreativität

Offenheit, Neues wagen, Neugier, Spieltrieb, ganzheitliches Denken, unkonventionelles Denken usw.

2. Abbau von Kreativitätsblockaden

Blockaden bezüglich...

- ... der Wahrnehmung (Interesse, Bemühen, Sensibilisierung usw.)
- ... des Verstandes (Suche nach dem absolut Richtigen, Misserfolgsvermeider-Mentalität, verfrühte Urteile usw.)
- ... des Gefühls (Furcht vor Kritik, zu wenig Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten usw.)
- ... der Ausdrucksfähigkeit (Hemmungen bezüglich der Kommunikation von neuen Ideen, mangelnde Kommunikationsfähigkeit usw.)

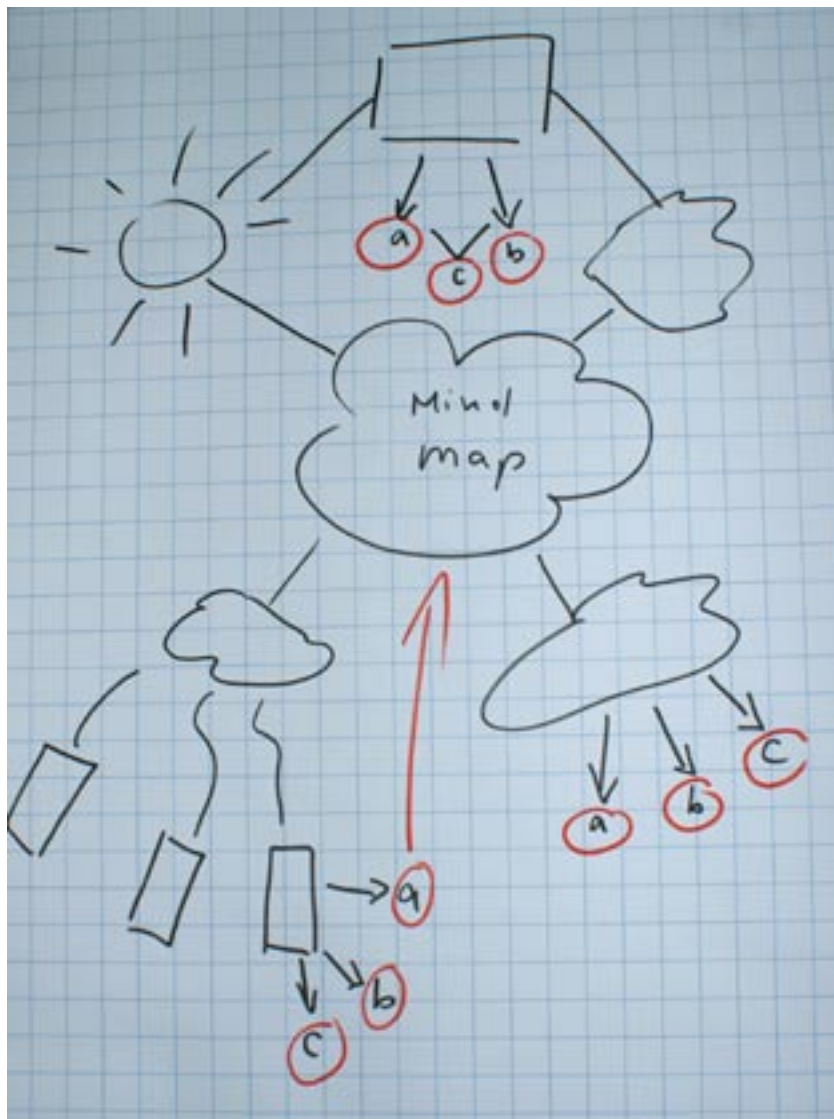
... der Umwelt und Rahmenbedingungen (Mangelnde Anerkennung der Ideen durch andere, Vorschriften, Budgetsituation, Zeitdruck, Bürokratismus usw.)

3. Ideenquellen erschliessen

Eigene Erfahrungen, Gespräche mit dem sozialen Umfeld, Gespräche mit externen Beratern, Gespräche mit anderen internen und externen Personen, Veranstaltungen, Aus- und Weiterbildung, Fachliteratur, Konkurrenzbeobachtungen, Erfahrungen von ausländischen Märkten, Internet-Recherchen usw.

4. Kreativitätstechniken anwenden

Brainstorming, Brainwriting, Mind-Mapping, Clustering, Osborn-Methode usw.



5. Interne Gelegenheiten mit Profilierungspotenzial

Viele Mitarbeiter erkennen im Berufsalltag nicht, dass es zahlreiche Situationen und Aufgaben gibt, bei denen es ein Leichtes ist, sich zu profilieren. Bei anderen Situationen und Aufgaben ist es fast unmöglich, sich zu profilieren. Am undankbarsten sind diejenigen Aufgaben, die im besten Fall niemand merkt, wenn Sie gut erledigt werden. Werden Sie schlecht erledigt, merken es alle. Der Unterhalt der IT-Infrastruktur oder Reinigungsarbeiten gehören zu solchen undankbaren Aufgaben. Einigen Mitarbeitern gelingt es immer wieder und meistens für die übrigen Kollegen unbemerkt, solche Plattformen oder Aufgaben mit Profilierungspotenzial zu nutzen. In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, welche Situationen oder Aufgaben bieten ein Profilierungspotenzial?

5.1. Profilierungsplattformen

Profilierungsplattformen sind Gelegenheiten, Situationen oder Vorhaben, die von mehreren Vorgesetzten und Mitarbeitern beachtet werden und/oder eine grosse Bedeutung für das Unternehmen haben. Dazu gehören Sitzungen, Projekte, Präsentationen, Kundenkontakte, Messen, Geschäftsessen, Schulungen usw. Es gilt sich dessen bewusst zu werden, dass es solche Plattformen gibt und diese zu nutzen, ohne dass es offensichtlich ist. Kooperationsbereitschaft, Kreativität, Interesse zeigen, innovative Einstellung, keine «Dauernörgerei» und trotzdem kritische Betrachtungsweise, strategiekonforme Einstellung, soziale Kompetenz beweisen usw. sind nur einige Stichworte, welche bezüglich Profilierungsplattformen wichtig sind.

5.2. Aufgaben mit Profilierungspotenzial

Bei den Aufgaben mit Profilierungspotenzial gelten gleiche Kriterien wie bei den Profilierungsplattformen:

- Aufgaben in Projektorganisationen
- Aufgaben, bei welchen das Ergebnis für alle sichtbar ist
- Aufgaben, welche aussergewöhnlich sind
- Aufgaben, welche Kreativität verlangen
- Aufgaben, welche die direkten Vorgesetzten nicht gerne ausführen aber keine einfachen Routine-Aufgaben sind
- Aufgaben, bei welchen ungewiss ist, wie sie zu lösen sind (Probleme), vorausgesetzt, man hat einen konkreten Lösungsvorschlag in der Hinterhand

- Aufgaben, welche durch persönliche Beziehungen einfach und schnell gelöst werden können
- Repräsentations-Aufgaben
- Sämtliche Aufgaben, welche den Vorgesetzten die Möglichkeit bieten, sich intern oder extern zu profilieren (am besten den Vorgesetzten, welche zwei bis drei Hierarchiestufen weiter oben sind)
- Sonderaufgaben, welche von den oberen Hierarchiestufen kommen
- Einführung von neuen Produkten

Natürlich kann man die Aufgaben nicht immer auswählen wie man will. Dennoch gibt es immer wieder zahlreiche Möglichkeiten, sich Aufgaben zu ergattern, welche ein Profilierungspotenzial aufweisen. Wenn diese Aufgaben Ihren Stärken und Vorlieben entsprechen, umso besser! Man kann sich auch zwischendurch für eine Aufgabe stark machen, die man gerne ausführen möchte. Es darf aber auch hier nicht eine «Rosinenpicker-Mentalität» offensichtlich werden.

5.3. Andere Gelegenheiten mit Profilierungspotenzial

Gerade das bei Mitarbeitern in der Regel nicht sehr beliebte Thema Umstrukturierungen und Reorganisationen bietet eine ideale Plattform mit Profilierungspotenzial. Bei diesen Gelegenheiten werden meist Projektgruppen gebildet, Mitarbeiter versetzt, entlassen und befördert. Wer sich in dieser Situation bewährt hat gute Karten, um beruflich weiterzukommen. Weitere Gelegenheiten sind interne oder externe Verhandlungen oder Sonderaufgaben (z.B. spezielle Abklärungen) für das Top-Management. Nicht zu vergessen ist kunden- und verkaufsorientiertes Verhalten, auch wenn man wenig direkten Kundenkontakt hat. Dazu gehört zum Beispiel zwischendurch einen (Kunden-) Kontakt zu vermitteln oder eine positive Aussage eines wichtigen Kunden bezüglich der Kundenbetreuung zu provozieren (Kundenzufriedenheit nachfragen «Hat alles nach Ihren Vorstellungen geklappt?»).

Auch eine gelungene Stellvertretung eines Vorgesetzten oder eines Arbeitskollegen gehört zu den Gelegenheiten mit grossem Profilierungspotenzial.

Wer sich intern erfolgreich verkaufen will, sollte sich für Gelegenheiten oder Aufgaben mit Profilierungspotenzial sensibilisieren und diese Chancen nutzen.

6. Interne und externe Kunden- und Verkaufsorientierung

Welches ist die wichtigste Person für ein Unternehmen? Selbstverständlich ist es der Kunde. Ohne Kunde keine Arbeit und ohne Arbeit kein Verdienst. Dieser so logische Zusammenhang scheint vielen Mitarbeitern immer noch nicht klar genug zu sein. Es gibt immer noch zu viele «Lohnempfänger» und zu wenig «interne Unternehmer». Dabei ist jeder Mitarbeiter ein selbständiger Unternehmer. Er führt sein eigenes ICH-Unternehmen und vermarktet sich und seine Arbeitsleistung. Wer diesen Grundsatz verinnerlicht, hat bereits sehr viel gewonnen. Je weiter man in der Hierarchiestufe nach oben geht, desto wichtiger wird dieser Grundsatz.

6.1. Ist jeder Mitarbeiter ein Verkäufer?

Sicher haben Sie auch schon solche oder ähnliche Aussagen gehört. Dies bedeutet nicht, dass jeder Mitarbeiter zum Telefon greifen soll und pro Tag fünf Kontakte mit potentiellen Neukunden herstellen muss. Es bedeutet vielmehr mitdenken, die Augen und Ohren offen haben, im richtigen Moment die Initiative ergreifen, sich für die Bedürfnisse der Kunden interessieren und diese als Ausgangsbasis für die eigene Arbeit erkennen. Wer eine solche Einstellung hat, erkennt jeden Tag einige Gelegenheiten, um etwas «über das Übliche hinaus» zu bieten. Oft hat dies nur mit den emotionalen Bedürfnissen wie Freundlichkeit oder Engagement zu tun und kostet schlicht und ergreifend nichts! Oder Sie treffen an einer Veranstaltung einen Kollegen, den man schon lange nicht mehr gesehen hat. Der Kollege erwähnt, dass ein Projekt bevorsteht, bei welchen Ihr Unternehmen Produkte oder Dienstleistungen liefern könnte. Wie verhalten Sie sich? Sagen Sie nichts, denn es könnte ja in Arbeit ausarten? Oder sagen Sie nichts, weil Sie nicht hinter der Qualität des Arbeitgebers stehen? Oder fragen Sie den Kollegen, ob Sie diese Information an Ihre Verkaufsabteilung, am besten an den Verkaufsleiter, weiterleiten dürfen?

6.2. Was sind interne Kunden?

Wenn Sie sich als selbständiges Unternehmen betrachten, welches seine Arbeitsleistung Ihren Arbeitgeber verkauft, so sind grundsätzlich alle anderen Mitarbeiter und Vorgesetzte interne Kunden. Auch interne Kunden haben Ihre rationalen und emotionalen Bedürfnisse. Doch wer macht sich schon vertieft Gedanken darüber, welches konkret die rationalen und emotionalen Bedürfnisse der internen Kunden sind? Schreiben Sie sich einmal bezüglich einer Ihrer Tätigkeiten oder Aufgaben auf, welches die wichtigsten Bedürfnisse

Ihrer internen Kunden sind. Heben Sie mit einem Leuchtstift diejenigen Bedürfnisse hervor, die Sie bisher sehr gut erfüllen und mit einer anderen Farbe diejenigen, wo noch Optimierungspotenzial vorhanden ist. Diese Übung kann eine Einstellung hervorrufen, die das Verhältnis zu Mitarbeitern und Vorgesetzten im positiven Sinne völlig verändert.

6.3. Positivspirale dank Kunden- und Verkaufsorientierung

Interne und extern Kunden- und Verkaufsorientierung hat noch einen weiteren wichtigen Vorteil: Die Positivspirale. Stellen Sie sich vor, Sie haben einen völlig gestressten Kunden am Telefon. Er will die bestellten Produkte bis morgen um acht Uhr, weil er am Nachmittag eine Kundenbesprechung hat, an welcher er die Produkte als Teil seiner Lösung vorstellen möchte. Sie erkennen die Bedeutung dieser Situation für den Kunden und geben ihm dies zu verstehen. Schliesslich profitieren Sie auch, wenn es für Ihren Kunden zum Abschluss kommt, weil Sie dadurch unter Umständen weitere Produkte liefern können. Sie klären die besten Versandmöglichkeiten ab und informieren den Kunden umgehend. Die Produkte werden termingerecht geliefert. Sie rufen den Kunden am übernächsten Tag an und fragen ihn, ob die Sendung richtig angekommen ist und ob die Kundenbesprechung erfolgreich war. Selbst wenn die Sendung nicht rechtzeitig angekommen war, wird der Kunde Ihr Engagement positiv bewerten und dies entsprechend kommunizieren. Dadurch steigert er Ihre Motivation und Ihr Selbstvertrauen. Bei einer weiteren Gelegenheit äussert sich der Kunde bei Ihrem Vorgesetzten positiv über Ihren Kundenservice. Dies hat wieder dieselbe Wirkung. Durch Ihre interne Kundenorientierung erhalten Sie positives internes Feedback von Ihren Mitarbeitern.

Wenn Sie es bei einzelnen Personen nie erhalten, fragen Sie zwischendurch die interne Kundenzufriedenheit ab. Dadurch zeigen Sie, dass es Ihnen nicht egal ist, wie Ihre Arbeit ausgeführt wird und ob der interne Kunde zufrieden ist oder nicht. Die Abfrage der internen Zufriedenheit beeinflusst das Verhältnis zu Ihren Mitarbeitern positiv. Als Belohnung erhalten Sie pro Tag eine freundliche Bemerkung, ein Lächeln, ein positives Gespräch mehr als andere. Das wiederum steigert Ihre Motivation und Ihr Selbstvertrauen. Dieser Prozess nennt sich Positivspirale und kann die Lebensqualität jeder Person stark positiv beeinflussen. Das Gegenteil ist die Negativspirale, aus welcher man kaum herauskommt, wenn sich nicht dafür sensibilisiert. Das Ergebnis ist Verbitterung und Resignation. Wir haben es selber in der Hand, ob wir eine Positiv- oder Negativspirale in Gang setzen wollen!

7. Interne Kommunikation und Beziehungsmanagement

Was nützt es, wenn man in der stillen Kammer Gutes tut, aber niemand weiss davon? Es geht dabei nicht darum, bei jeder fertiggestellten Arbeit eine interne persönliche PR-Kampagne zu starten. Aber meistens ist es eher umgekehrt – wir kommunizieren kaum, wenn wir Gutes getan haben. Die Herausforderung besteht darin, über Erfolge zu sprechen, ohne damit zu prahlen. Wer mit Begeisterung von einem Erfolg spricht und das ganze Team in den Erfolg mit einbezieht, macht selten etwas falsch, wenn er es nicht jeden Tag oder jede Woche macht. Auch hier gilt der Grundsatz: Wir können nicht «everybodys darling» sein. Wir werden, egal ob wir etwas tun oder lassen, immer wieder auf Personen treffen, die etwas daran auszusetzen haben, das ist völlig normal. Wir müssen nur darauf achten, dass diejenigen, die damit nicht einverstanden sind, nicht Überhand gewinnen und die Situation sich gegen uns wendet. Eine gute Möglichkeit, über Erfolge zu sprechen, ist die Folgende: Sprechen Sie bei Ihren Gesprächspartnern Erfolge an. Zum Beispiel ein erfolgreich verlaufendes Projekt oder schlicht und einfach etwas, das seit langer Zeit reibungslos funktioniert. Verteilen Sie zwischendurch ehrlich gemeintes Lob und Sie werden automatisch dabei die Gelegenheit haben, über eigene Erfolge zu sprechen. Erzählen die Gesprächspartner Ihre Erfolgsstories von sich aus weiter, so haben Sie das Maximum erreicht, denn dann gewinnen die Erfolgsstories noch mehr an Glaubwürdigkeit.

7.1. Lob durch Abfrage der Zufriedenheit erhalten

Wer zwischendurch die Zufriedenheit bei internen und externen Zielgruppen abfragt, erzielt dabei einige wichtige positive Effekte. Einerseits beweist dies Engagement und Verantwortungsbewusstsein. Andererseits erhält man dabei in der Regel viel Lob. Es ist leider so: Wenn man etwas nicht korrekt macht, wird man sofort darauf hingewiesen. Macht man etwas gut, so wird einem dies selten mitgeteilt, weil dies ja selbstverständlich ist. Darum lohnt es sich, zwischen-

durch die Zufriedenheit abzufragen. Dies ist wichtig für die Selbstmotivation und fördert bei den Zielgruppen die Erkenntnis, das man die Arbeit gut ausführt. Dies wiederum fördert die interne Mund-zu-Mund-Werbung, was wahrscheinlich noch wichtiger ist, als wenn man selber über Erfolge kommuniziert.

7.2. Internes und externes Beziehungsmanagement

Beziehungen schaden nur dem, der sie nicht hat. Diese alte Weisheit ist heute genau so aktuell wie damals und wird immer ein wichtiges Instrument des Selbstmarketings sein. Oft öffnen sich interne Türen und Karrieremöglichkeiten aufgrund des persönlichen Beziehungsnetzes. Dazu zählen selbstverständlich auch die externen Beziehungen. Ein Beziehungsnetz baut man aber nicht in wenigen Stunden oder Tagen auf. Es muss systematisch aufgebaut und auch gepflegt werden. Dies erfordert neben Zeit auch das ehrliche Interesse für andere Personen. Wer diese Neugier nicht besitzt, andere wirklich kennen zu lernen, hat schlechte Karten, wenn es darum geht, ein gut funktionierendes Beziehungsnetz aufzubauen. Beim Aufbau eines Beziehungsnetzes spielt die emotionale Basis eine wichtige Rolle. Wenn es auf dieser Ebene stimmt, wird man automatisch weiterempfohlen oder erhält Tipps bezüglich beruflichen Optionen. Deshalb sollte man sich darauf sensibilisieren, wie man bei den Personen wirklich ankommt, die man zum persönlichen Beziehungsnetz zählt.

In diesem Punkt kann man sich tatsächlich stark täuschen. Eine Beziehung aufrecht zu erhalten, bei der es auf der emotionalen Basis nicht stimmt, ist nicht nur sehr mühsam, sondern funktioniert über längere Zeit auch nicht. Eine Ausnahme dabei sind Beziehungen zu Schlüsselpersonen, die für das Erreichen der beruflichen Ziele unumgänglich sind. Dort sollte man sich überlegen, ob man bezüglich der emotionalen Ebene gewisse Kompromisse eingehen kann.

8. Verkäuferisches Flair entwickeln

Wir verkaufen uns jeden Tag. Sei dies Zuhause, wenn wir gewisse Entscheide beeinflussen wollen oder am Arbeitsplatz. Wenn wir uns um eine Stelle oder um einen Lebenspartner bewerben, verkaufen wir uns, indem wir versuchen, in einem möglichst guten Licht gesehen zu werden. Also ist jeder auf seine Art ein Verkäufer. Oft wird behauptet, das einem verkäuferisches Flair in die Wiege gelegt wird oder eben nicht. Dies stimmt nur bedingt. Natürlich gibt es Menschen, welche andere aufgrund ihrer Persönlichkeit oder ihrer kommunikativen Fähigkeiten besser überzeugen können als andere. Das heisst aber noch lange nicht, dass man seine verkäuferischen Fähigkeiten nicht verbessern kann, auch wenn man kein Verkaufsgenie ist.

8.1. Rhetorik und Präsentationstechnik

Eine Präsentation ist wie schon erwähnt eine wichtige Profilierungsplattform. Deshalb sollte den Präsentationen entsprechende Priorität eingeräumt werden, vor allem wenn sie für eine erweiterte Zielgruppe gehalten werden, wie zum Beispiel Personen aus anderen Abteilungen, mehrere Vorgesetzte, Kunden usw. Die Präsentation steht und fällt mit der Vorbereitung. Diese macht etwas die Hälfte des Erfolges von Präsentationen aus. Stellen Sie sich bei Präsentationen die berühmten W-Fragen:

- Wem will ich etwas sagen oder wer ist die Zielgruppe?
- Was will ich sagen? Was weiss meine Zielgruppe bereits? Welches sind die Bedürfnisse meiner Zielgruppe?
- Wie will ich es sagen?
- Wann findet die Präsentation statt?
- Wo findet die Präsentation statt und welche Infrastruktur steht zur Verfügung?
- Wie lange habe ich Zeit für die Präsentation?
- Welche Unterlagen werde ich abgeben?

Zu einer fundierten Vorbereitung gehören die Definition der Zielsetzungen, des Vorgehens, des Inhalts und des Ablaufs einer Präsentation. Zudem sollte der Stil und die kreativ-emotionale Ebene berücksichtigt werden. Wenn die Präsentation einen Entscheid bewirken soll, was ja meistens der Fall ist, so macht es Sinn, immer die rationale und emotionale Ebene zu berücksichtigen. Zudem müssen die Unterlagen erstellt werden, welche den Präsentationsteilnehmern abgegeben werden. Schliesslich gehört zur Vorbereitung die Organisation von Räumlichkeiten, Infrastruktur und Verpflegung. Wenn gar nichts schief gehen darf, sollte neben einer Power-Point-Präsentation ein Hellraumprojektor mit

Folien zur Verfügung stehen und eine Generalprobe durchgeführt werden.

Wer im Beruf weiterkommen will, muss sprechen und präsentieren können. Deshalb nutzen Sie die Gelegenheiten und präsentieren Sie so oft Sie können. Lassen Sie sich zwischendurch beurteilen und beurteilen Sie sich selber anhand von Videoaufnahmen. Beachten Sie die wichtigsten Präsentationsregeln aus der Fachliteratur wie Blickkontakt, Haltung, Gestik, Aussprache, Fachausdrücke, Begeisterung, Visualisierung, «sich selber sein», Humor usw. Merken Sie sich zwei bis drei gute Tricks, um das Lampenfieber zu reduzieren.

8.2. Verhandlungstechnik

Spätestens bei der Lohnverhandlung merken Sie, wie wichtig das Thema ist. Wenn man dies aber erst während den Verhandlungen feststellt, ist es leider meistens zu spät. Wie bei einer Präsentation liegt das grösste Erfolgspotenzial in der Vorbereitungsphase. Je besser Sie die Situation des Verhandlungspartners kennen, je besser Sie wissen, was Sie wollen und wie weit Ihre Kompromissbereitschaft geht, desto grösser wird Ihr Verhandlungserfolg. Wer erfolgreich verhandeln will, muss etwas in der Hand haben, worüber verhandelt werden kann. Will also ein mittelmässiger Mitarbeiter, welcher weder Spezialkenntnisse, Beziehungen oder andere für den Arbeitgeber wichtige Dinge verfügt, mehr Lohn, so wird er es schwer haben. Die Lohnverhandlung beginnt dementsprechend nicht erst während des Qualifikationsgesprächs im Herbst, sondern bereits am ersten Arbeitstag oder beim Einstellungsgespräch. Machen Sie für wichtige Verhandlungen einen Gesprächsleitfaden, auf welchem Sie die wichtigsten Punkte wie «Aktuelle Situation», «Situation des Verhandlungspartners», «Persönliche Ziele und Vorstellungen», «Argumente für Ihre Vorstellungen bzw. Nutzen für den Verhandlungspartner», «Mögliche Einwände/Einwandbehandlung», «Win-Win-Situation», «Kompromisse» usw. festhalten. Sie werden mit einem Gesprächsleitfaden viel sicherer in die Verhandlungen gehen, was mit Sicherheit auch Auswirkungen auf das Verhandlungsergebnis hat. Halten Sie die Verhandlungsergebnisse schriftlich fest, machen Sie ein Verhandlungsprotokoll. Versuchen Sie stets, eine für beide Seiten gewinnbringende Lösung anzustreben. Kommunizieren Sie dies regelmässig während den Verhandlungen. Zeigen Sie dem Verhandlungspartner, dass Sie ihn verstehen und für ihn mitdenken. Sie werden dadurch bei Ihrem Verhandlungspartner eine erhöhte Kompromissbereitschaft erzielen.