

EIN  
**STARKES**  
DUTZEND FÜR EIN STARKES  
**IMAGE**

CHECKLISTE FÜR EINEN ERFOLGREICHEN AUFTRITT



## Ohne einen professionellen Auftritt hast du es schwerer,

Interessenten von deinem Business zu überzeugen. Wer nicht an seiner Marke arbeitet, geht in der Masse unter. Es gibt in dem Fall nichts, was dich vom nächstbesten Anbieter unterscheidet, außer den Preis. So gerätst du in die Billig-Preis-Falle. Also Sorge dafür, dass du deine Expertise richtig präsentierst. Hier findest du eine **Checkliste** mit 12 Punkten, die für einen erfolgreichen Auftritt entscheidend sind.

## 1 Eine spitze Positionierung

**Wer nach allen Seiten offen ist, ist nicht ganz dicht.**

Das gilt auch für dein Angebot. Wer alles für jeden zu jedem Preis anbietet, ist unglaubwürdig. Denn es ist für den Kunden dann nicht erkennbar, welche Lösung du bietest, so dass du austauschbar und bedeutungslos wirst. Wenn du als Experte wahrgenommen werden willst, solltest du ganz genau definieren, WAS du für WEN anbietest.

## 2 Der richtigen Namen

**Ein Name ist nichts Geringes.**

Das wusste Goethe bereits vor fast dreihundert Jahren. Dein Name ist dein Aushängeschild. Sorge dafür, dass dein Name kurz, prägnant und einfach zu merken ist. [Ein guter Name](#) kann Millionen wert sein, und ein schlechter kann das Aus für dein Business bedeuten.

## 3 Ein USP (Unique Selling Proposition)

„USP“ wird oft mit Alleinstellungsmerkmal übersetzt. Es ist selbstverständlich notwendig, sich vom Wettbewerb zu **unterscheiden**. Allerdings deckt das nur den ersten Teil des Begriffs „USP“ ab. Der zweite Begriff „**Selling**“ wird dabei völlig vernachlässigt – dabei ist dieser Teil aber entscheidend. Ein Produkt oder eine Dienstleistung, die kein Mensch haben will, egal, wie einzigartig das Angebot sein mag, bringt gar nichts.

## 4 Ein starkes Logo

Das Logo ist das **Herzstück** deiner Kommunikation und vereint alles, wofür dein Business steht. Das muss auf einen Blick klar sein! [Ein gutes Logo](#) ist auf das Notwendigste reduziert und kommt ohne Schnörkel aus. Es funktioniert sowohl in Farbe als auch schwarz-weiß. Ein großartiges Logo stellt einen klaren Bezug zu deiner Kernbotschaft her und ist einprägsam.

## 5 Ein vielversprechender Slogan

Bring dein Versprechen in einem Slogan auf den Punkt. Was werden deine Kunden mit deinem Produkt oder deiner Dienstleistung erreichen, lösen, bekommen oder werden?

**Maximal 8 Wörter!**

## 6 Traumkunden

Lerne deine Zielgruppe kennen. Alter und Ausbildung reichen nicht, um deinen Kundenkreis zu definieren! Zwischen zwei Hochschulabsolventen von 40 Jahren können Welten liegen. Ergründe deine Zielgruppe. Wie sieht dein Traumkunde aus? Was bewegt ihn, was sind seine Werte, welche Probleme und Interessen hat er? Was spricht ihn am meisten an?

## 7 Konsequenz

Was hältst du von Leuten, die heute so und morgen so sprechen oder gar handeln? Wenn du dein Image und Design entwickelt hast, dann solltest du dies auch konsequent kommunizieren. Bei jedem Kontakt mit dem Kunden. Das heißt nicht, dass dein Auftritt in Stein gemeißelt ist. Im Gegenteil. Du wirst dich weiterentwickeln und mit dir dein Auftritt und dein Image.

## 9 Großartige Bilderwelten

**Ein Bild sagt mehr als tausend Worte.** Mit den Bildern, die du verwendest, kreierst du die Welt, mit der deine Kunden sich identifizieren wollen. Zahlen deine Bilder auf das von dir gewünschte Image ein? Passen die Bilder zu deiner Zielgruppe, zu deinem Image und zu dir? Wenn nicht, dann verschenkst du ein großes Potenzial.

## 10 Emotionen

Warum soll jemand eine Harley-Davidson kaufen, wenn er für ein paar Tausend Euro weniger ein vergleichbares No-Name-Modell bekommt? Weil er nicht nur PS kauft, sondern eine Erlebniswelt, zu der er dazugehören will. Kunden wollen sich mit der Welt der Marke identifizieren können. Unterschätze niemals diese Wirkung.

**Wir kaufen nicht, was wir brauchen.**

**Wir konsumieren, was wir sein möchten.**

## 8 Die „Sie-Formulierung“

**Wir sind alle Egoisten.** Wir stellen alle unsere eigenen Bedürfnisse vorne an und wollen gerne im Mittelpunkt stehen. Auch wenn das nicht „politisch korrekt“ ist. Wenn du Texte formulierst, dann achte darauf, deinen Kunden die Hauptrolle zu geben. Nicht „Ich zeige Ihnen“, sondern „Sie sehen hier“. Nicht „Wir schicken Ihnen“, sondern „Sie erhalten“. (Das Gleiche gilt natürlich auch für die Du-Fassung.)



# 11 Der eigene Stil

Wenn du Klamotten kaufst, fragst du dann auch deine Familie oder Freunde, was du tragen sollst? Stil zu haben, heißt, seinem eigenen Weg zu folgen und nicht dem von Freunden und Familie. Als Unternehmer solltest DU entscheiden über Farbauswahl, Typografie, Haptik, Materialien, Formen, Verpackung, Tonalität, Portraitfotos, Website, Medienauswahl usw. Was passt DEINER Meinung nach zu dir (und deiner Zielgruppe)? Nur wer seiner eigenen Individualität Ausdruck

verleiht, kann sich von der Masse unterscheiden.

# 12 Das Umfeld

Wir sind die 5 Menschen, mit denen wir im Schnitt am meisten zu tun haben? Die meisten scheitern an ihrem Umfeld. Unser Umfeld hält uns so, wie wir sind. Veränderungen sind unbequem. Suche dir deshalb Leute, mit und an denen du wachsen kannst. **Wenn du der Cleverste, der Beste oder der Erfolgreichste im Raum bist, dann bist du im falschen Raum.**

## Jetzt kommt es darauf an, was du daraus machst.

In Prinzip hast du drei Möglichkeiten:

**1.** Du legst diese Checkliste zur Seite und machst einfach weiter wie bisher. Und nichts wird sich ändern. Du wirst weiterhin sehr hart arbeiten und trotzdem sehr schwer lukrative Kunden gewinnen. Es wird weiterhin schwierig, mit deinen Produkten in den wichtigen Handelskanälen Fuß zu fassen. Gute Mitarbeiter schauen sich lieber anderweitig um.


[www.design-fuer-gruender.de](http://www.design-fuer-gruender.de) | [info@design-fuer-gruender.de](mailto:info@design-fuer-gruender.de)

**2.** Du nimmst dein Image ernst und nimmst die Sache in Angriff. Gratuliere. Dann lass dich nicht weiter aufhalten, denn du hast einiges zu tun.

**3.** Oder du lässt dir helfen. Noch besser als Nummer 2, denn mit ein wenig Hilfe kannst du einen ansonsten vielleicht langen und mühsamen Weg abkürzen und schneller Ergebnisse sehen.

Wenn du Lust darauf hast, daran zu arbeiten, für dein Business ein gutes Image aufzubauen, habe ich was Besonderes für dich: Ich biete dir ein kostenfreies Positionierungsgespräch an. Darin finden wir gemeinsam heraus, mit welcher Strategie du als Experte wahrgenommen werden kannst und wie du ein Image aufbauen kannst, mit dem du leichter Kunden gewinnst. Wie klingt das?

Bewirb dich für dein Positionierungsgespräch und ruf mich an unter 0172 – 61 38 174.



Ich freue mich, dich schon  
bald persönlich kennenzulernen!  
Liebe Grüße  
Deine  
Corrine van den Broek

[www.facebook.com/designfuergruender/](https://www.facebook.com/designfuergruender/) | mobil: 0172. 61 38 174

[info@design-fuer-gruender.de](mailto:info@design-fuer-gruender.de)  
[www.design-fuer-gruender.de](http://www.design-fuer-gruender.de)  
[www.facebook.com/designfuergruender/](http://www.facebook.com/designfuergruender/)

