



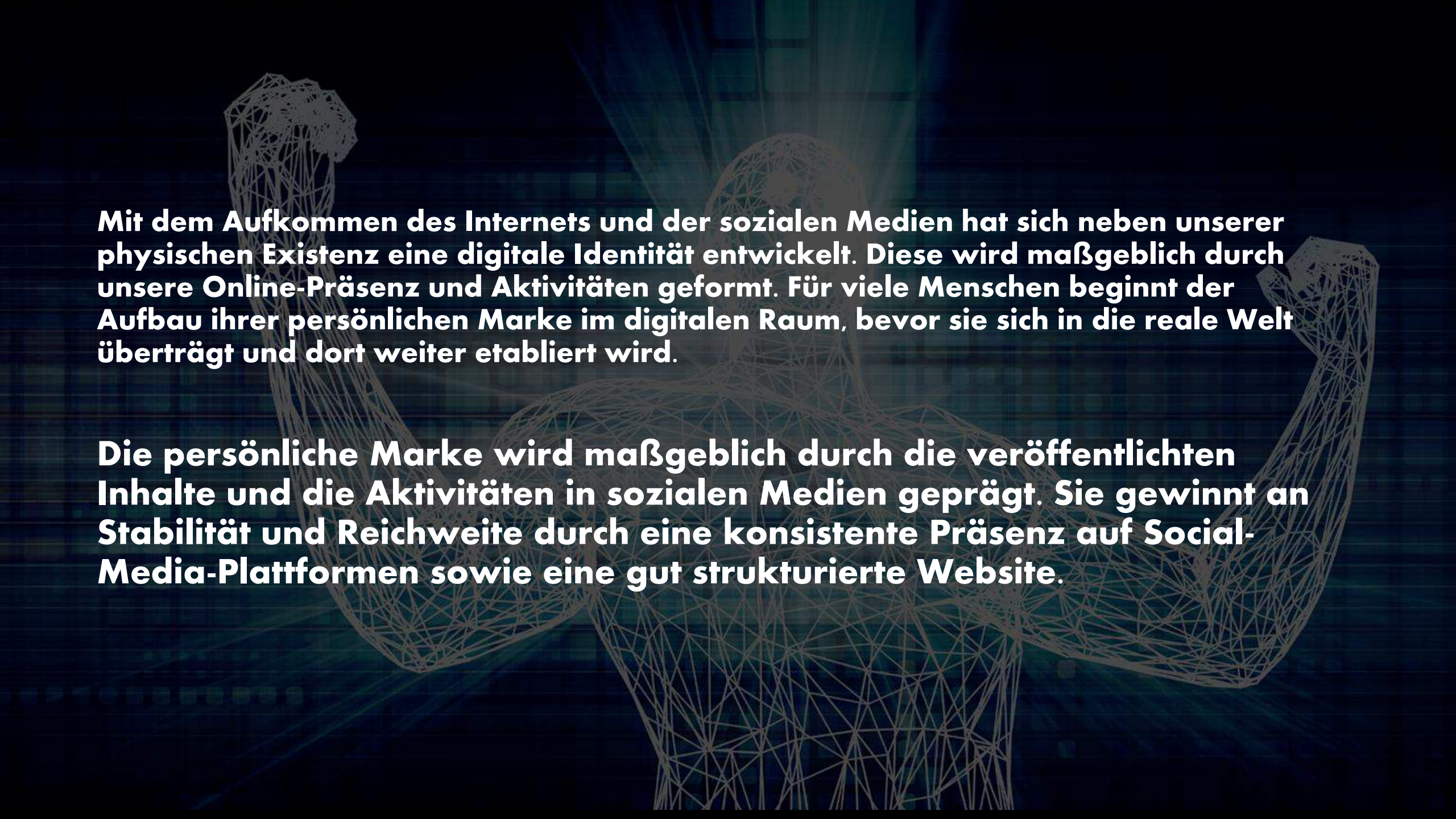
Dirk Lickschat

Ihr Personal Brand



Was ist ein “Personal Brand”?





Mit dem Aufkommen des Internets und der sozialen Medien hat sich neben unserer physischen Existenz eine digitale Identität entwickelt. Diese wird maßgeblich durch unsere Online-Präsenz und Aktivitäten geformt. Für viele Menschen beginnt der Aufbau ihrer persönlichen Marke im digitalen Raum, bevor sie sich in die reale Welt überträgt und dort weiter etabliert wird.

Die persönliche Marke wird maßgeblich durch die veröffentlichten Inhalte und die Aktivitäten in sozialen Medien geprägt. Sie gewinnt an Stabilität und Reichweite durch eine konsistente Präsenz auf Social-Media-Plattformen sowie eine gut strukturierte Website.

Was ist eine persönliche Marke und warum ist sie wichtig?

“Die Leute kaufen von Menschen, die sie kennen, mögen und denen sie vertrauen, was Sie genauso wichtig macht wie das Produkt, das Sie verkaufen”



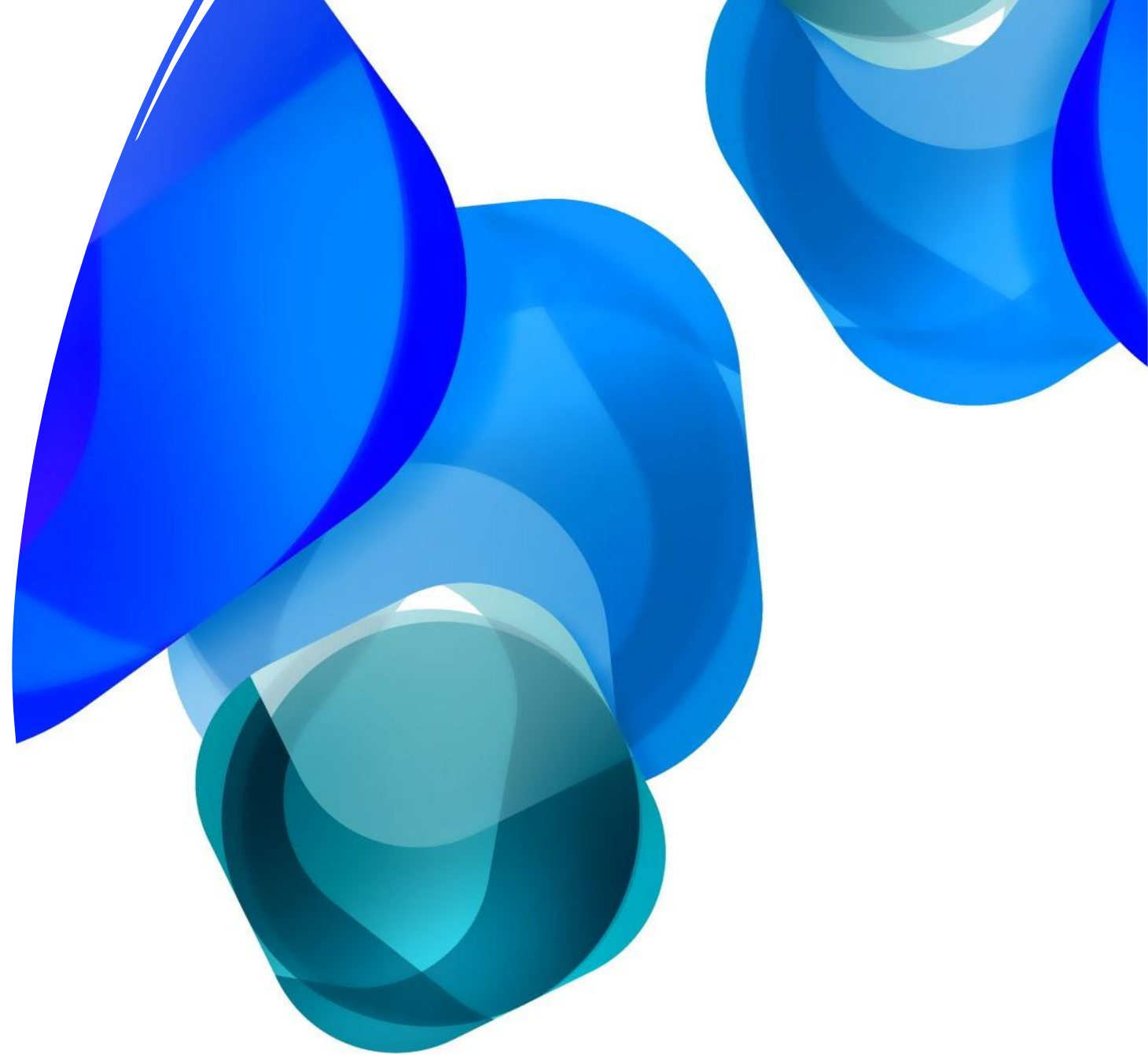
- **Anerkennung in Ihrer Branche**
- **Vertrauen**
- **Empfehlung**
- **Konkurrenzfähig**
- **USP**
- **Wertschöpfung**
- **Kundenbindung**

“Es geht nicht darum, wie viele Follower du hast oder wie groß dein Netzwerk ist...

Es geht um den Wert, den Sie bieten, und darum, wie sehr Ihr Netzwerk Sie schätzt.”

Warum Ihre Beiträge nicht die gewünschte Reichweite erzielen

- Geringe Sichtbarkeit im Netzwerk – Eine größere Reichweite erfordert den gezielten Aufbau und die Pflege von Kontakten
- Fehlende persönliche Markenstärke – Eine etablierte und gut positionierte persönliche Marke führt dazu, dass Inhalte häufiger geteilt und in Diskussionen erwähnt werden.



Bauen Sie Ihre persönliche Marke aus

Menschen kaufen von Menschen – und soziale Medien bieten die ideale Plattform, um sich authentisch zu präsentieren.

Im Vertrieb kann die persönliche Präsenz oft den entscheidenden Unterschied zwischen Erfolg und Misserfolg ausmachen.

Stellen Sie sich vor, Sie führen ein Kaltakquise-Gespräch oder treffen zum ersten Mal einen potenziellen Kunden. Noch bevor das Gespräch beginnt, sagt Ihr Gegenüber: „Ah ja, ich kenne Sie! Ich habe letzte Woche Ihren Blog gelesen und fand ihn sehr interessant.“

Eine starke digitale Präsenz kann also bereits im Vorfeld Vertrauen aufbauen und den Einstieg in Geschäftsbeziehungen erheblich erleichtern.



Wie Sie Ihre persönliche Marke ausbauen können

- Ihr digitales Image wird durch die Inhalte geprägt, die Sie liken, teilen, kommentieren und selbst erstellen.
- Wenn Sie als Vordenker wahrgenommen werden möchten, sollten Ihre Aktivitäten in sozialen Medien dies widerspiegeln.
- Engagieren Sie sich in relevanten Branchenveranstaltungen und teilen Sie Ihre Erkenntnisse.
- Diskutieren Sie über aktuelle, branchenspezifische Themen und setzen Sie eigene Impulse.
- Bleiben Sie stets professionell in Ihrer Kommunikation.
- Konsistenz ist der Schlüssel – regelmäßige und durchdachte Beiträge stärken Ihre Positionierung.



Authentizität

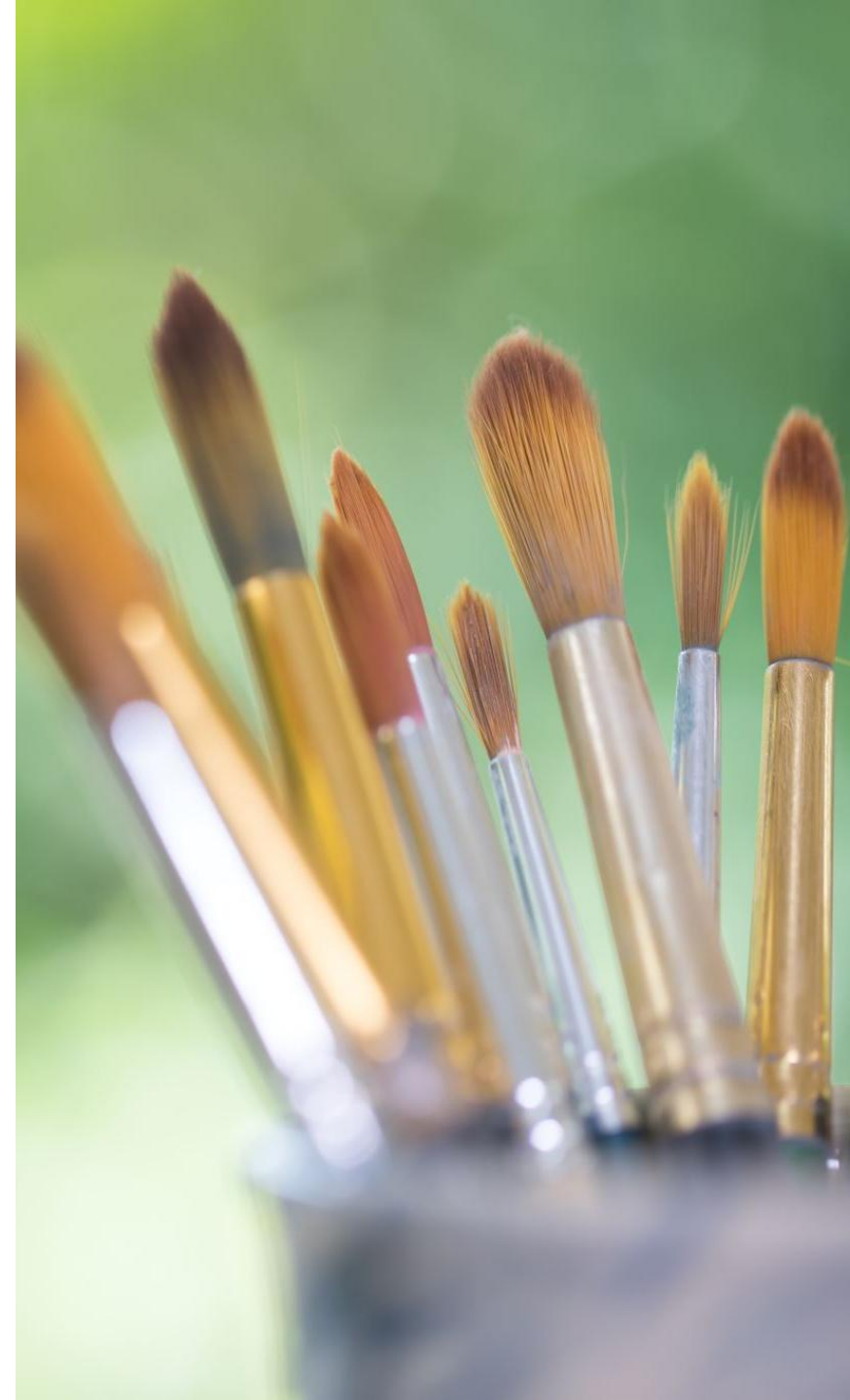
Durch die Kombination aus hochwertigem Content und konsequenter Präsenz entsteht eine starke persönliche Marke, die eine große Reichweite erzielen kann und zahlreiche Möglichkeiten eröffnet. Der Aufbau einer persönlichen Marke ist nicht auf Produktbilder, spektakuläre Inhalte oder inszenierte Luxusbilder angewiesen – der Schlüssel liegt in authentischen konsistent erzählen Geschichten, Tag für Tag.

Top-Tipps für persönliche Marken

- **Ihren eignen Stil entwickeln – Authentizität ist entscheidend.**
- **Persönlichkeit zeigen – Menschen sollten Sie als Person wahrnehmen, nicht als Verkäufer.**
- **Emotionen einbringen – Geschichten und Emotionen schaffen echte Verbindungen.**
- **Natürlich und direkt schreiben – Perfektion steht hier nicht im Vordergrund.**
- **Andere aktiv unterstützen – Durch Likes, Shares und Kommentare Sichtbarkeit aufbauen.**
- **Regelmäßig relevante Inhalte teilen – Konsistenz stärkt Ihre Präsenz.**
- **Sichtbarkeit in Ihrer Branche erhöhen – Durch kontinuierliche Präsenz und Interaktion als Experte wahrgenommen werden.**

Was macht Sie einzigartig?

- **Was unterscheidet Sie von anderen?**
- **Welche Interessen und Leidenschaften treiben Sie an?**
- **Welchen Mehrwert bieten Sie?**
- **Wie kommunizieren Sie?**
- **Warum entscheiden sich Kunden für Sie?**



Kontakt

Dirk Lickschat

Am Bach 35

33829 Borgholzhausen

E-Mail: dl@dlick.de

www.dlick.de

www.linkedin-seminar.de

