



**IMAGE**SELLS  
EXPERT

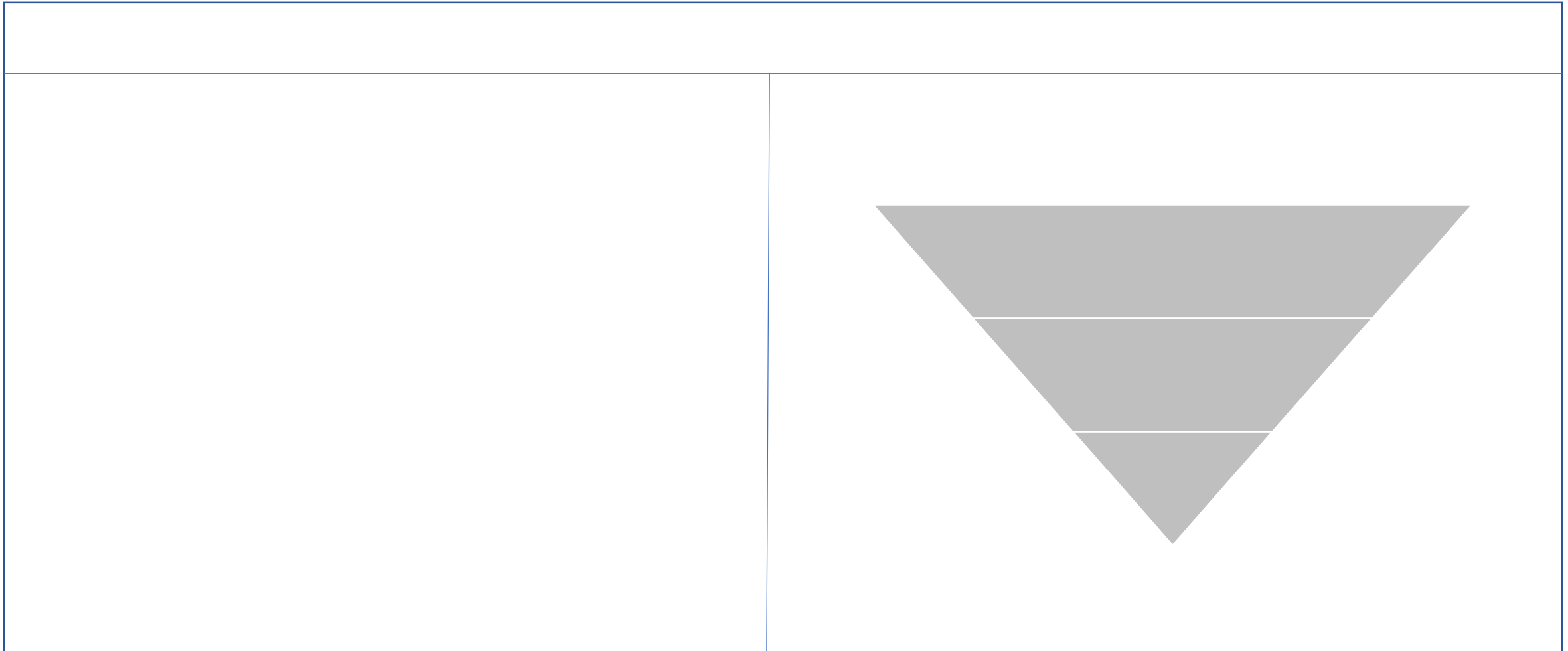
# Image-Sells- Kompakt

In 6 Schritten vom Unternehmen zur Marke

TRAINING

So wird  
Marketing und  
Vertrieb rentabel





# Arbeitsblatt Image-Sells System

## Hauptziel

1. Strategie

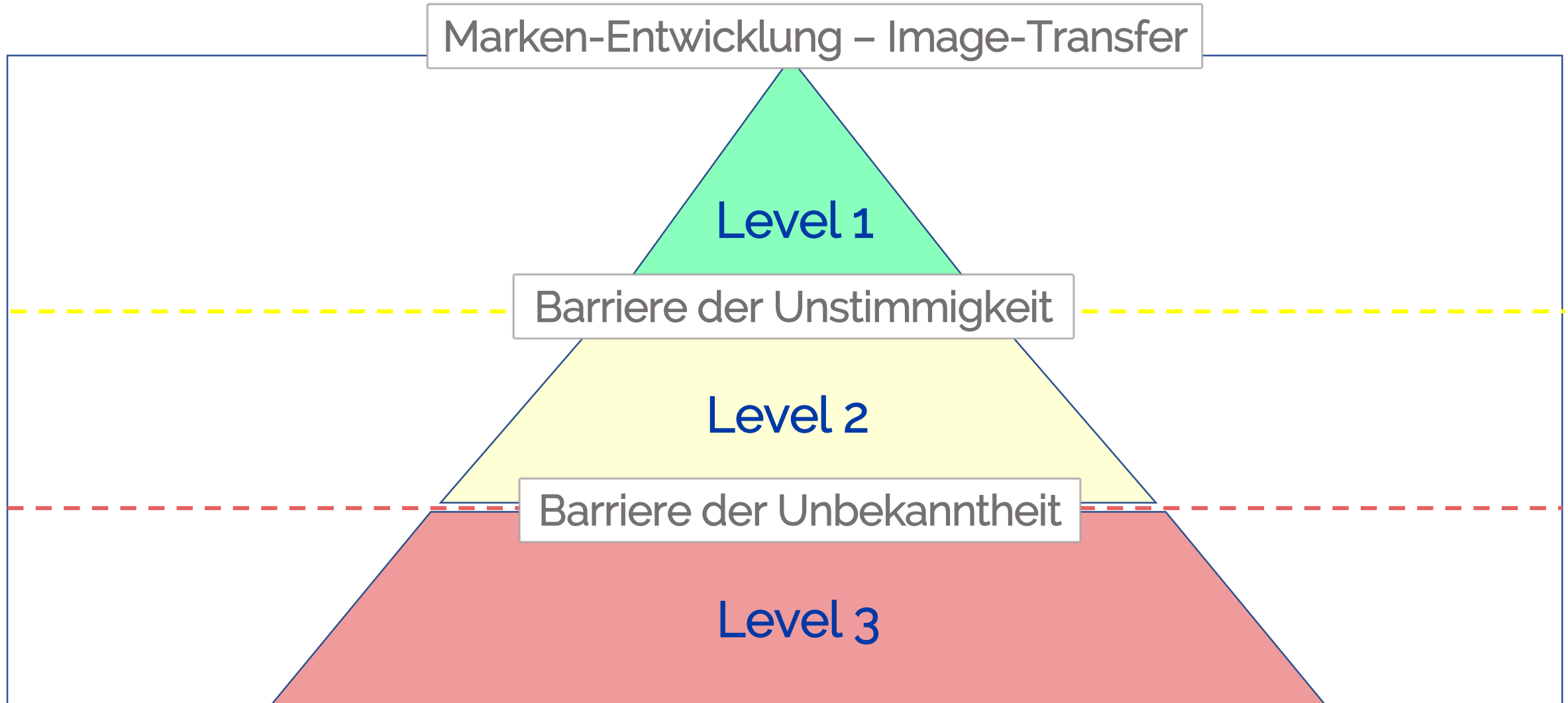
2. Branding

3. Broadcast

4. Bühne

5. Netzwerke

6. Markenbotschafter

## Die häufigsten Fehler beim Image-Aufbau

Ziel 1  
Dein ganz persönliches  
WARUM

Ziel 2

Ziel 3

Ziel 4

Ziel 5

# Arbeitsblatt – System Strategie

## Archetypen - Grundmotivationen

4. Ordnung

1. Erfüllung

3. Verbindung

2. Wandel



# Arbeitsblatt – System Strategie

## Archetypen – Motivation Erfüllung

Sehnsucht nach Unabhängigkeit und Glück

**Der Unschuldige**

**Sicherheit**

**Der Weise**

**Wissen**

**Der Entdecker**

**Freiheit**

**Erfüllung**  
Sehnsucht nach dem Paradies.

# Arbeitsblatt – System Strategie

## Archetypen – Motivation Wandel

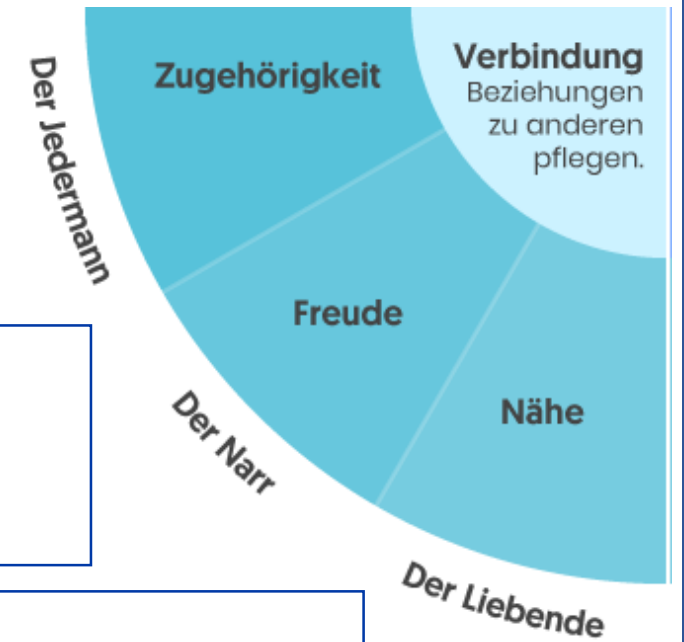
Sehnsucht nach Veränderung und Lust auf Herausforderungen

The diagram consists of a circular sector divided into four segments. The top-left segment is blue and labeled 'Change' with the subtext 'Spuren hinterlassen.'. The top-right segment is light blue and labeled 'Befreiung'. The bottom-right segment is light blue and labeled 'Macht'. The bottom-left segment is light blue and labeled 'Herrschaft'. To the right of the 'Befreiung' segment is the text 'Der Rebell'. To the right of the 'Macht' segment is the text 'Der Zauberer'. To the right of the 'Herrschaft' segment is the text 'Der Held'. Three empty rectangular boxes are positioned to the right of the circular diagram, corresponding to the three archetypes.

# Arbeitsblatt – System Strategie

## Archetypen Motivation Verbindung

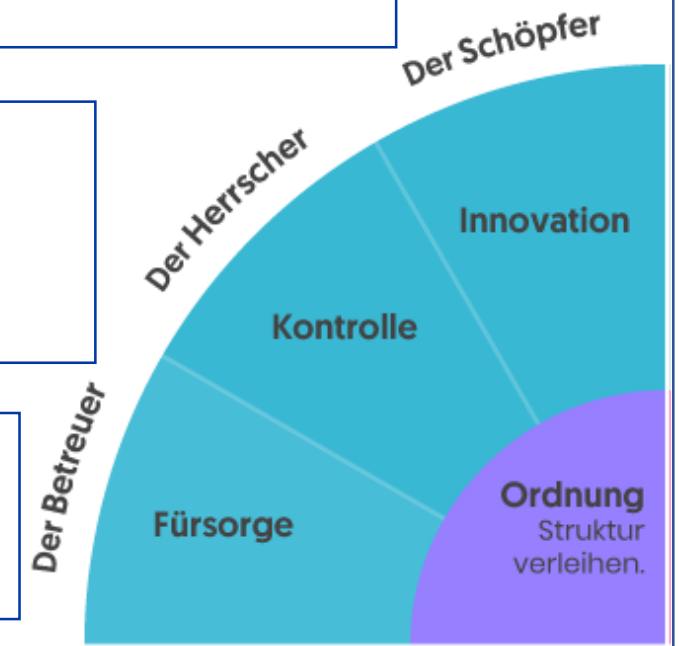
Wunsch nach Vernetzung und Bindung



# Arbeitsblatt – System Strategie

## Archetypen – Motivation Ordnung

Streben nach Stabilität und Struktur



## Deine Big 5 for Life – Die Konsequenzen

Was passiert, wenn Du das jeweilige Ziel nicht erreichst?

Ziel 1	Ziel 2	Ziel 3	Ziel 4	Ziel 5
--------	--------	--------	--------	--------

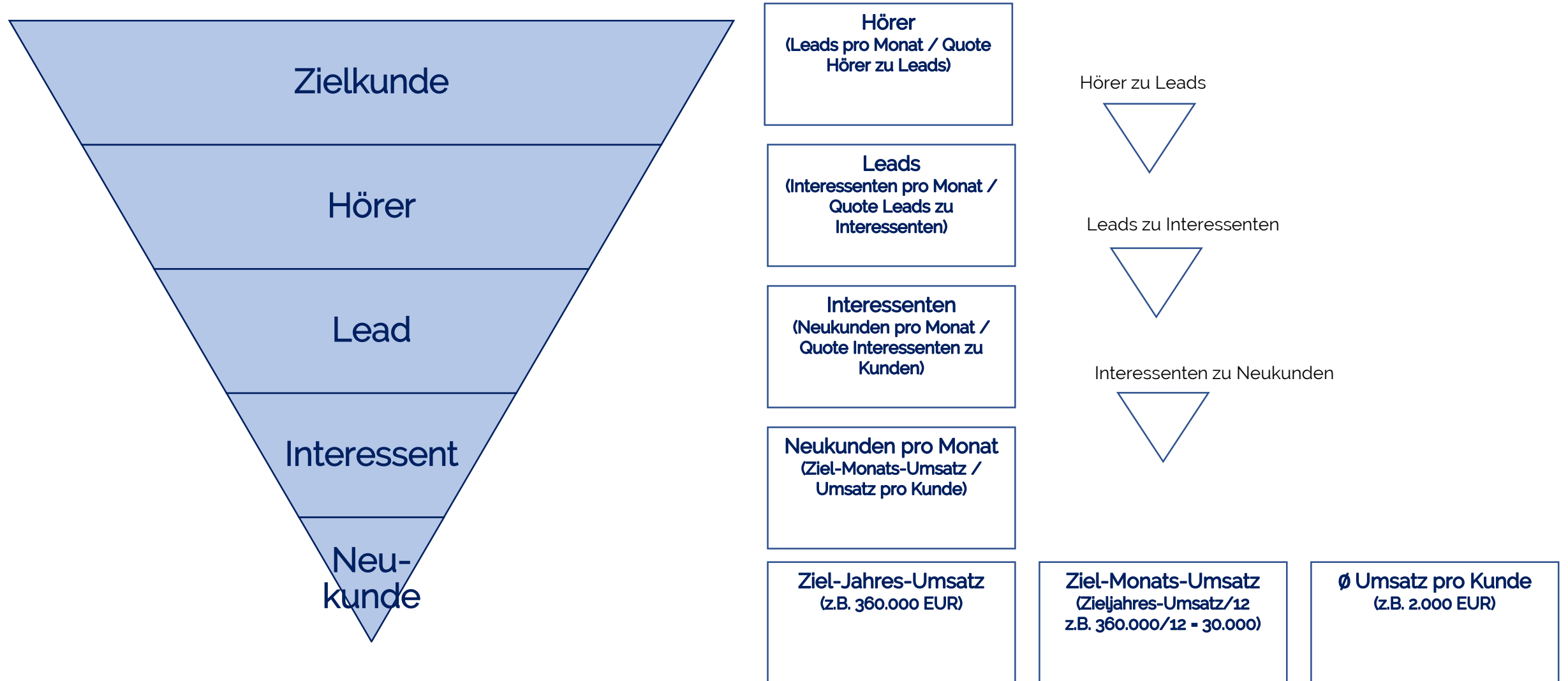
Was bist Du bereit, dafür zu investieren?

Ziel 1	Ziel 2	Ziel 3	Ziel 4	Ziel 5
--------	--------	--------	--------	--------

## Deine Big 5 for Life – Die Messbarkeit

Wie misst Du Deinen Erfolg? Was sind die Parameter?

Ziel 1	Ziel 2	Ziel 3	Ziel 4	Ziel 5
--------	--------	--------	--------	--------





# TN Arbeitsblatt – System Strategie

## Deine Big 5 for Life – Der Jahres-Plan

Was sind DIE 5, die ich dieses Jahr 2022 erreichen will?

JAHR:

Ziel 1	Ziel 2	Ziel 3	Ziel 4	Ziel 5
--------	--------	--------	--------	--------

--

Was sind DIE 5, die ich diesen Monat erreichen will?

MONAT:

Ziel 1	Ziel 2	Ziel 3	Ziel 4	Ziel 5
--------	--------	--------	--------	--------

--

Was sind DIE 5, die ich diese Woche erreichen will?

WOCHE: KW

Ziel 1	Ziel 2	Ziel 3	Ziel 4	Ziel 5
--------	--------	--------	--------	--------

--

# TN Arbeitsblatt – System Strategie

## Deine Big 5 for Life – Der Tages-Plan

Was sind DIE 5, die ich Heute erreichen will?

Datum:

Ziel 1	Ziel 2	Ziel 3	Ziel 4	Ziel 5
--------	--------	--------	--------	--------

--

# TN Arbeitsblatt – System Strategie

## Deine Big 5 for Life – Kontroll-Instanz

Bringt mich das, was ich gerade tue, meinem Ziel näher?



An empty rectangular box with a thin blue border, positioned below the central text and connected to it by a blue arrow pointing downwards and to the left.



An empty rectangular box with a thin blue border, positioned below the central text and connected to it by a blue arrow pointing downwards and to the right.

Wer ist Deine Zielgruppe?



# Arbeitsblatt – System Strategie

## Zielgruppen - Wunschkonzept



# TN Arbeitsblatt – System Strategie

## Zielgruppen - Fokus





# TN Arbeitsblatt – System Strategie

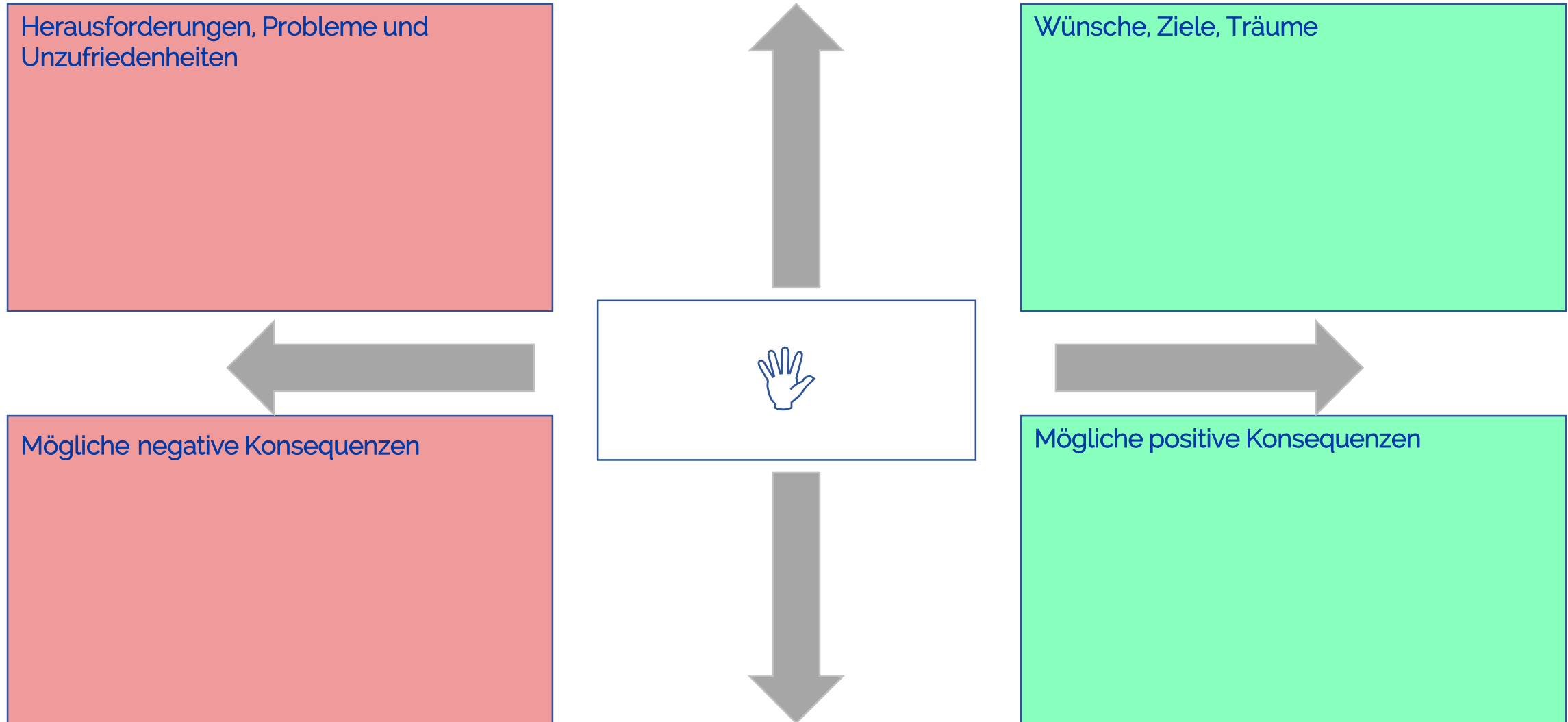
## Zielgruppen - Definition

Unternehmen (B2B)		Endkunden (B2C)	

Demographische Daten

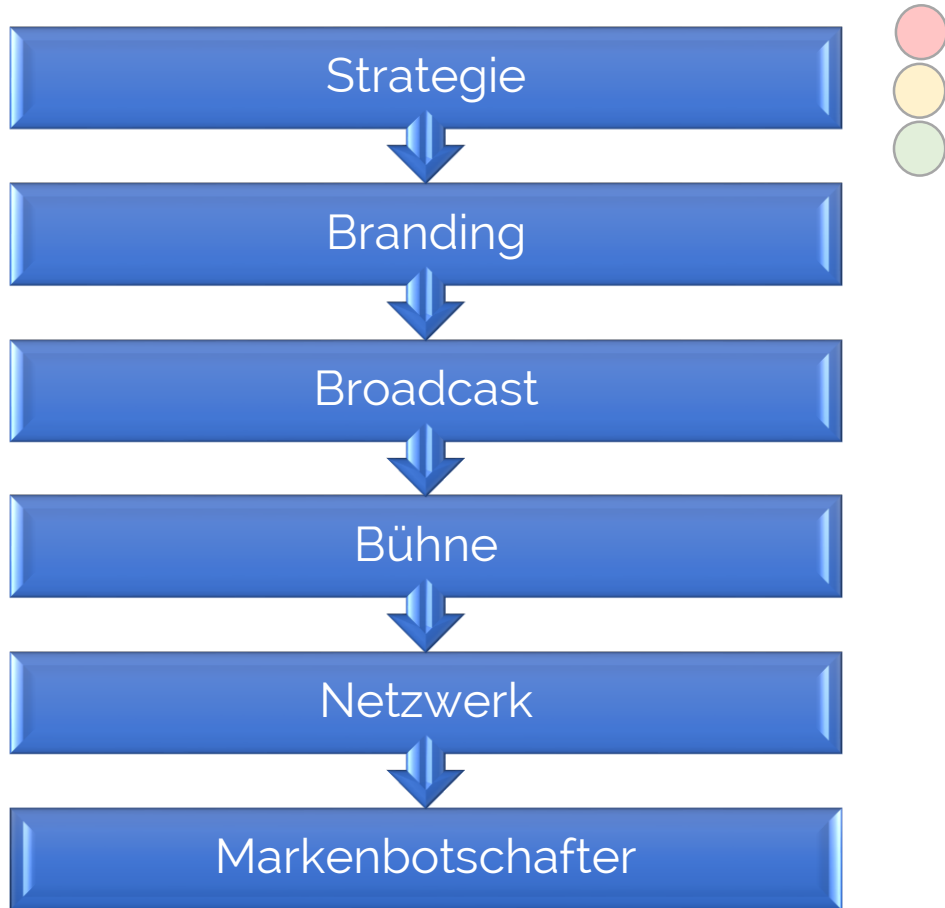


Psychographische Daten



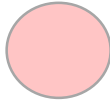


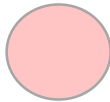


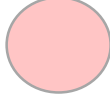


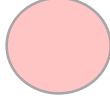


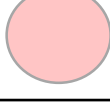

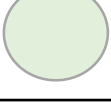
# Engpass-Evaluation

## Wo ist mein aktueller Engpass?



Strategie	
Ziele	Commitment
Pläne	Kontrolle
Messung	Zielgruppe
Mein Aktionsplan	

# Selbst-Check System Strategie

Mache den Selbst-Check und finde heraus, wo Du heute stehst	fehlt und muss gemacht werden	hat Verbesserungsbedarf	ist umgesetzt
1. Ich habe meine Ziele ausgearbeitet.			
2. Ich breche meine Ziele auf umsetzbare Einheiten herunter: Jahr – Monat – Woche - Tag			
3. Ich habe Messbarkeits-Kriterien.			
4. Ich kenne meine Zielgruppe.			
5. Ich habe einen Plan für meine lohnenswerten Aktivitäten.			
<b>Summe</b>			

# Zusammenfassung und Aktionsplan

## System Strategie

Kernaussagen	Mein Aktionsplan
<p>Was ist Dein „Warum“, was treibt Dich jeden Tag an?</p> <p>Was ist Dein Plan, um deine Ziele zu verwirklichen?</p> <p>Bringt Dich das, was Du tust, Deinem Ziel näher?</p> <p>Sind Deine Aktivitäten Investitionen oder Ausgaben?</p> <p>Ich kenne meine Zielgruppe.</p>	1.
Meine Erkenntnisse	2.
	3.

Nach welchen Kriterien entscheidet sich jemand für Dein Angebot?

# Arbeitsblatt – System Branding

## Marken-Erarbeitung

### MERKSATZ



# Arbeitsblatt – System Branding

## Marken-Erarbeitung


### MERKSATZ

MERKSATZ

Was ist die Belohnung, die mein Kunde / Mitarbeiter / Geschäftspartner ( Zielgruppe) erwarten kann?


3 Kernmotivationen

Weg von... - Motivation



- 
- 
- 

Hin zu... - Motivation



- 
- 
-

# Arbeitsblatt – System Branding

## Definiere Deinen ultimativen Nutzen

Schritt 1:

Identifiziere die **exakten** Ergebnisse, die Du erreicht hast

# Arbeitsblatt – System Branding

## Definiere Deinen ultimativen Nutzen

Schritt 2:

Welche **anderen Veränderungen** haben die Ergebnisse der Arbeit mit Dir im Leben Deines Kunden bewirkt?

# Arbeitsblatt – System Branding

## Definiere Deinen ultimativen Nutzen

Schritt 3:

Was glaubst Du, wäre der Preis gewesen, den die Person hätte zahlen müssen, wenn sie NICHT mit Dir zusammengearbeitet hätte?

# Arbeitsblatt – System Branding

## Definiere Deinen ultimativen Nutzen

### Schritt 4:

Was sind die größten Schmerzen, die Dein Kunde unbedingt lösen möchte? Mache eine Liste und markiere diejenigen mit einem Sternchen, die Du mit Deinem Wissen und Deiner Expertise lösen kannst.

# Arbeitsblatt – System Branding

## Deine Marken-Definition Bsp.: Carmen

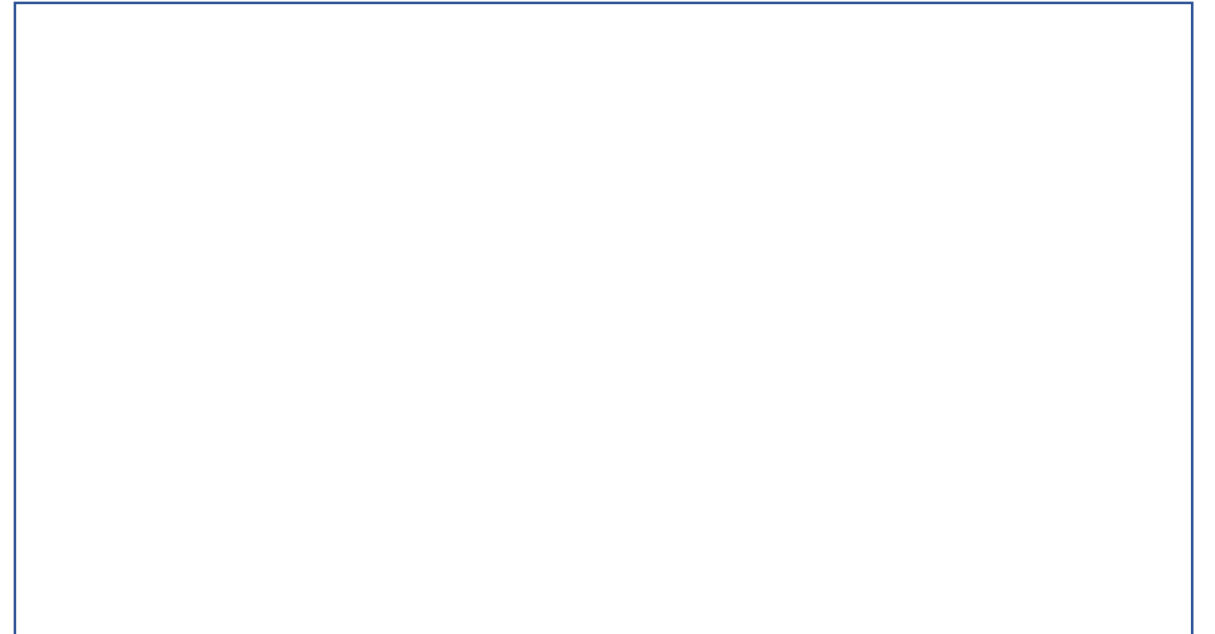
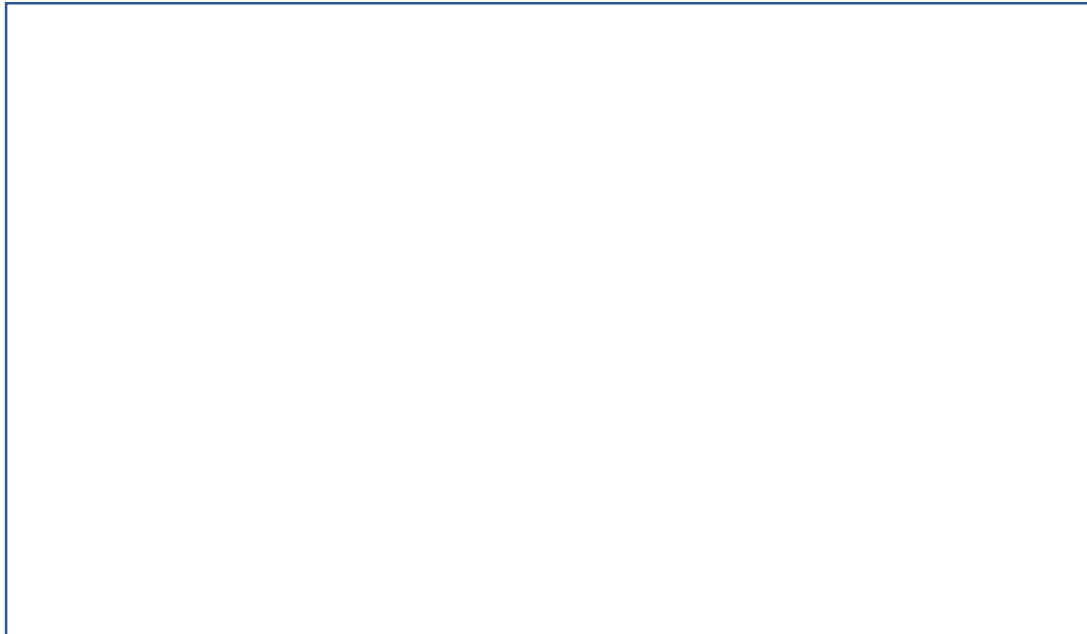
Der Nutzen meiner Marke

Wofür steht meine Marke? Welches Versprechen gebe ich ab und lebe es vor?



# Arbeitsblatt – System Branding

## Wie der Autopilot funktioniert

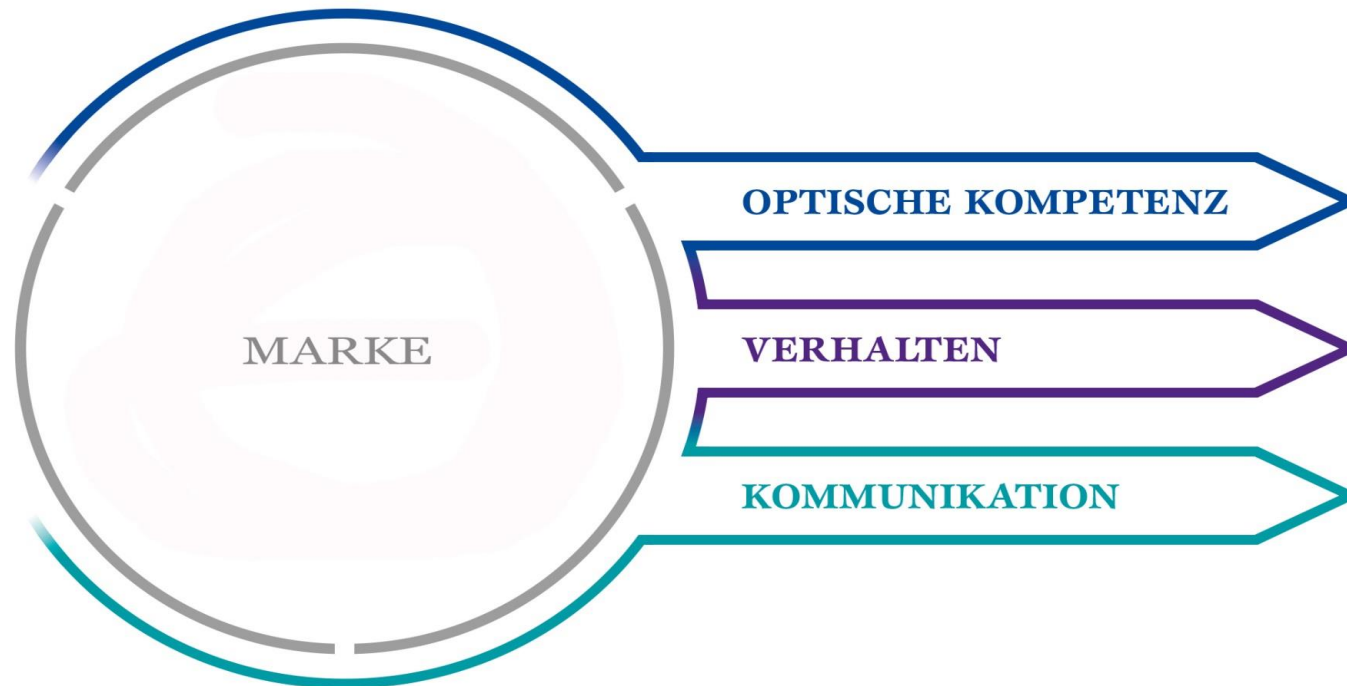


„Handlung ist Verhalten in Erwartung einer Belohnung“

und

Stimmige Wirkung beeinflusst die **Handlungswahrscheinlichkeit**

# Brand-Translation



© Carmen Brablec

Meine Marken-Werte

Welche Werte hast Du?

Meine Marken-Werte

Auswahl-Kriterien

Meine Marken-Werte

Welche drei Werte formen meine Unternehmenskultur? Wonach richte ich mein ganzes Marketing aus?

# Arbeitsblatt - System Branding

## Teilaspekte Branding

# Engpass-Evaluation

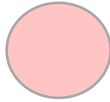


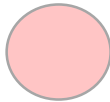


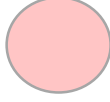


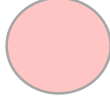


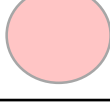


## Wo ist mein aktueller Engpass?



Branding	
Belohnung/Nutzen/ Kundenversprechen	Marken-Werte
Konditionierung	Zweck vs. Nutzen
Mein Aktionsplan	



# Selbst-Check System Branding

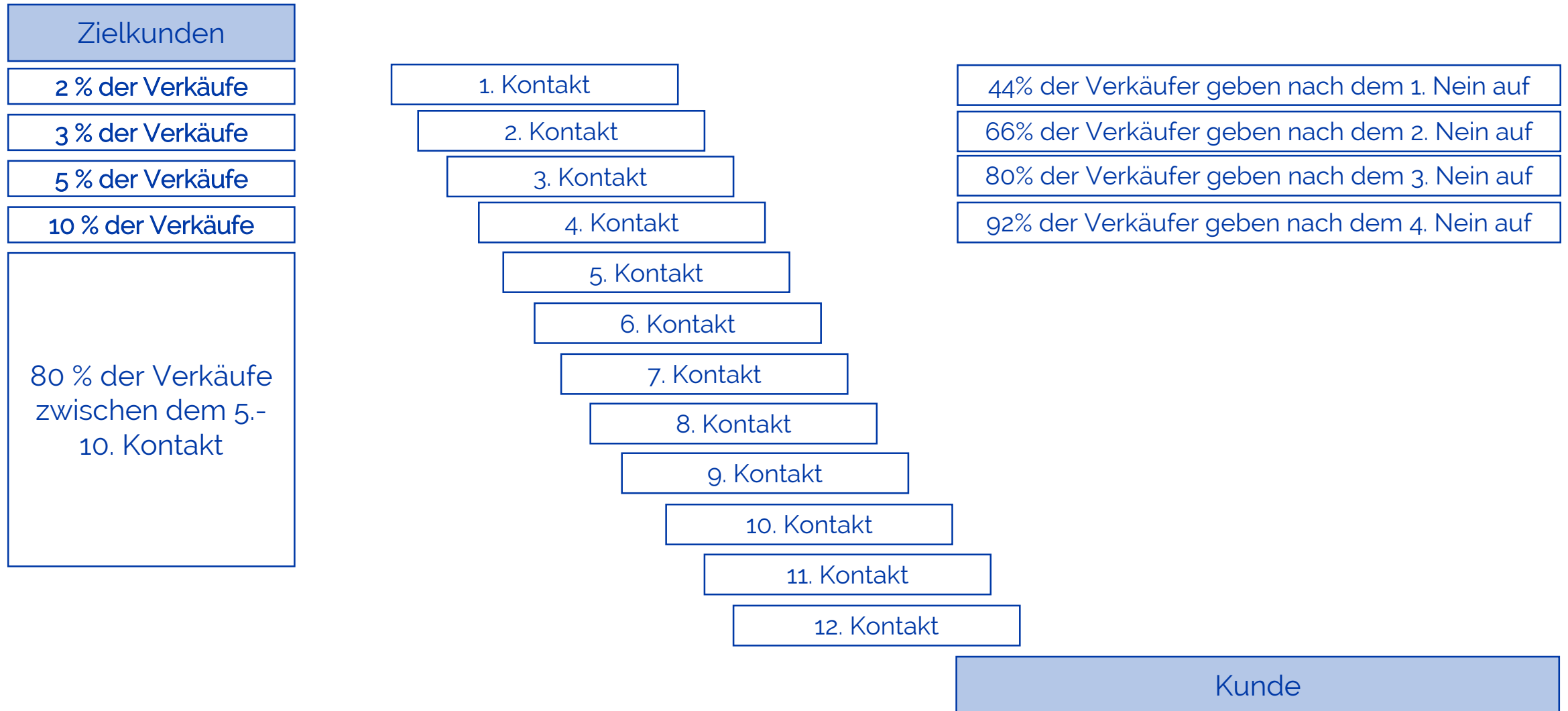
Mache den Selbst-Check und finde heraus, wo Du heute stehst	fehlt und muss gemacht werden	hat Verbesserungsbedarf	ist umgesetzt
1. Wird mein Angebot als Belohnung von meiner Zielgruppe wahrgenommen?			
2. Konditioniere ich meine Zielgruppe richtig / überhaupt?			
3. Habe ich die Belohnung hinter meinem Angebot richtig ausgearbeitet?			
4. Sind meine Unternehmens-/ Marken-Werte klar definiert?			
			
<b>Summe</b>			

# Zusammenfassung und Aktionsplan

## System Branding

Kernaussagen	Mein Aktionsplan
<p>Handlung ist Verhalten in Erwartung einer Belohnung</p> <p>Stimmige Wirkung beeinflusst die Handlungswahrscheinlichkeit</p> <p>Verkaufe dem Kunden, was er will und gebe ihm, was er braucht.</p> <p>Definiere Deine Belohnung und Deine Marken-Werte mit Bedacht</p>	<p>1.</p> <p>2.</p>
<p>Meine Erkenntnisse</p>	
	<p>3.</p>

## Kunden kaufen erst nach dem 5. – 10. Kontakt



# TN Arbeitsblatt – System Broadcast

## Wie konditioniere ich meine Zielgruppe?

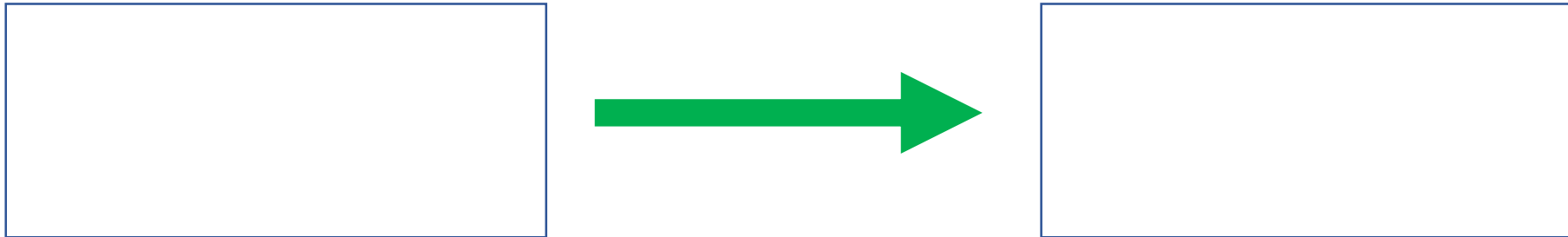
Bedarf wecken



Bedarf decken



## Wie konditioniere ich meine Zielgruppe?



Bezahlte Sendeformate



Kostenfreie Sendeformate



MERKSATZ

# Arbeitsblatt – System Broadcast

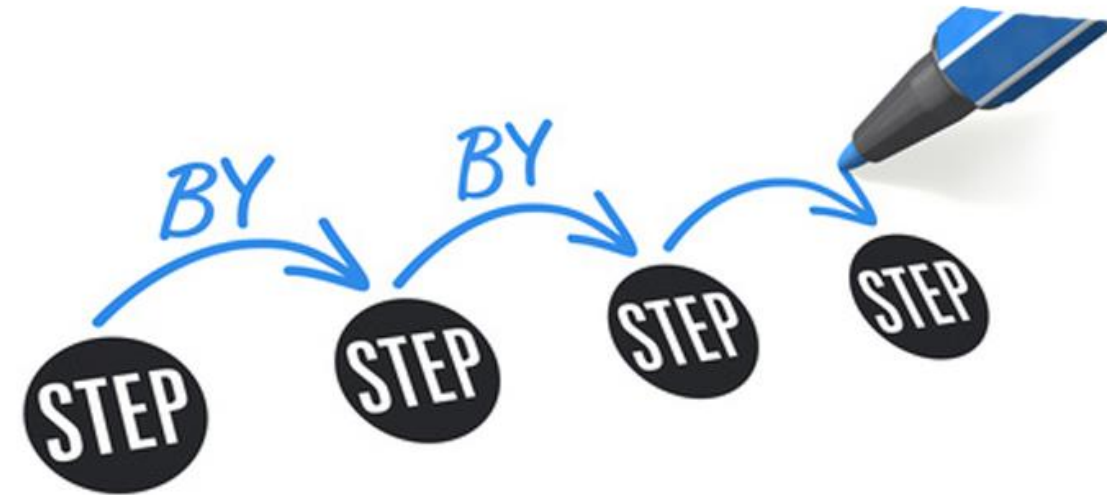
## Customer-Live-Time-Value





# Arbeitsblatt – System Broadcast

Gibt mein Thema regelmäßige „Sendung“ her?



Identifiziere das System, mit dem Du Deine Leistung aus dem Analogen in die digitale Welt übertragen kannst.

SCHRITT 1:

SCHRITT 2:

# TN Arbeitsblatt – System Broadcast

## Expert-Branded-Process für free-Content

SCHRITT 3: Wähle ein Thema aus, Variante 1

# Arbeitsblatt – System Broadcast Expert-Branded-Process

SCHRITT 4:

# Arbeitsblatt – System Broadcast

## Visualisiere Deinen Prozess

Problem



Lösung

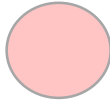


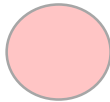


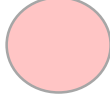


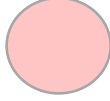


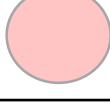

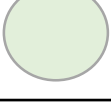
# Engpass-Evaluation

## Wo ist mein aktueller Engpass?



Broadcast – Sende Deine Botschaft			
System	  	Sende-Medien	  
CLTV	  	Content-Auswahl	  
Mein Aktionsplan			

# Selbst-Check System Broadcast

Mache den Selbst-Check und finde heraus, wo Du heute stehst	fehlt und muss gemacht werden	hat Verbesserungsbedarf	ist umgesetzt
1. Ich renne meiner Zielgruppe nicht mehr hinterher und nerve sie, sondern schaffe Plattformen, auf denen sie sich freiwillig an mich binden.			
2. Ich habe mein Angebot in ein System gegliedert.			
3. Ich habe mir Sende-Medien (Podcast, Blog, Video) gesucht und bediene sie regelmäßig.			
4. Ich weiss welche Themen und Informationen ich senden kann, ohne zu viel zu verraten.			
5. Ich lebe meine Marke konsequent und konsistent in diesem System und habe die Werte in Optik, Verhalten und Kommunikation stimmig umgesetzt.			
<b>Summe</b>			






# Broadcast-System-Abschluss-Frage

Sind meine Aktivitäten in diesem System bisher Investitionen oder eher Kosten?







A large empty rectangular box with a thin blue border, intended for writing or drawing.

# TN Arbeitsblatt System Bühne

## Welche Bühnen gibt es?

Auftritte

# TN Arbeitsblatt System Bühne

## Welche Bühnen gibt es?

Medien



# TN Arbeitsblatt System Bühne

## Welche Bühnen gibt es?

Veranstaltungen

# TN Arbeitsblatt System Bühne

## Welche Bühnen gibt es?

Social Media



# TN Arbeitsblatt System Bühne

## Repurposing



# TN Arbeitsblatt System Bühne

## Welche Bühnen gibt es?

Werbung



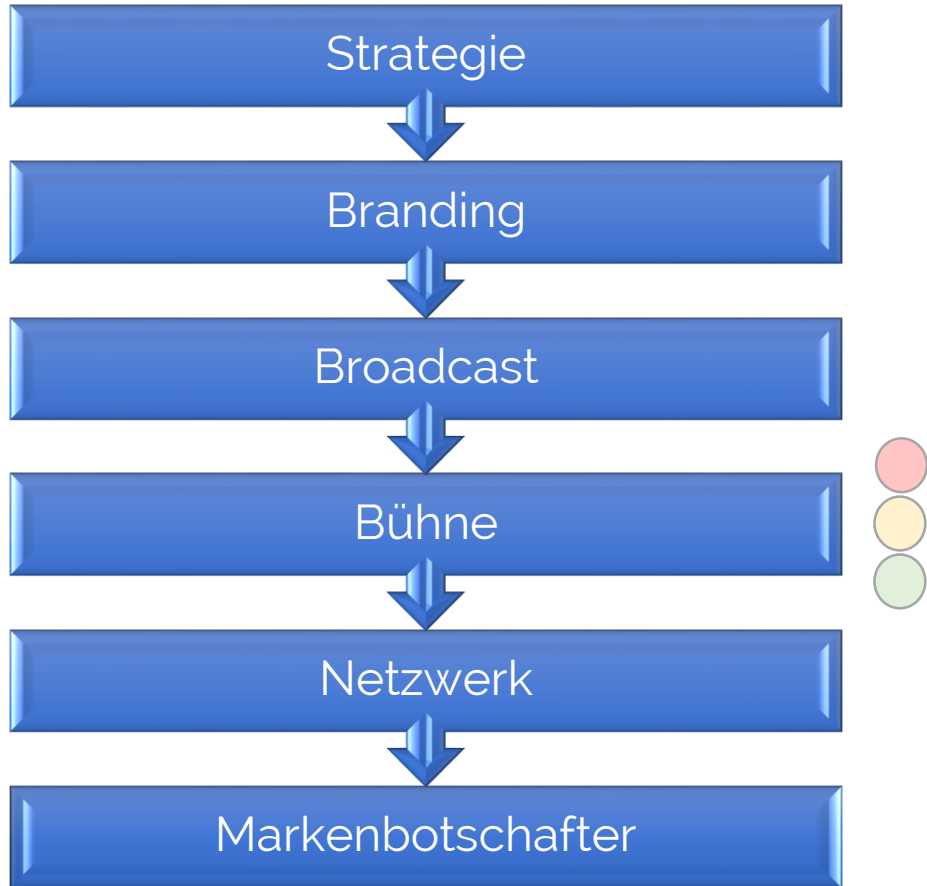
# Sichtbarkeit schlägt Kompetenz

Warum der Experten-Status so wichtig ist


MERKSATZ

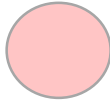


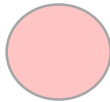


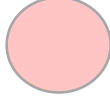


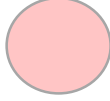


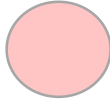


# Engpass-Evaluation

## Wo ist mein aktueller Engpass?



Bühne – Aufbau von Autorität und Vertrauen			
Botschaft	  	Regeln	  
CTA	  	Wiederverwertung	  
Kryptonit	  		  
Mein Aktionsplan			

# Selbst-Check System Bühne

Mache den Selbst-Check und finde heraus, wo Du heute stehst	fehlt und muss gemacht werden	hat Verbesserungsbedarf	ist umgesetzt
1. Ich betrete Bühnen, um mich sichtbar zu machen.			
2. Ich nutze Bühnen anderer, um mein Image zu verbessern.			
3. Ich weiss, wie ich aus einer Bühnen-Chance die nächste generiere.			
4. Ich lebe meine Marke konsequent und konsistent in diesem System und habe die Werte in Optik, Verhalten und Kommunikation stimmig umgesetzt.			
			
<b>Summe</b>			

# Zusammenfassung und Aktionsplan

## System Bühne

Kernaussagen	Mein Aktionsplan
<p>Wer sichtbar sein will, muss wissen, wie er Bühnen anderer bekommt, ohne viel dafür zu bezahlen</p> <p>Die Wiederverwertung von Content sorgt für effizienteren Aufwand</p> <p>Jede Bühne hat ihre eigenen Regeln</p> <p>Jeder Held hat sein Kryptonit</p>	1.
Meine Erkenntnisse	2.
	3.

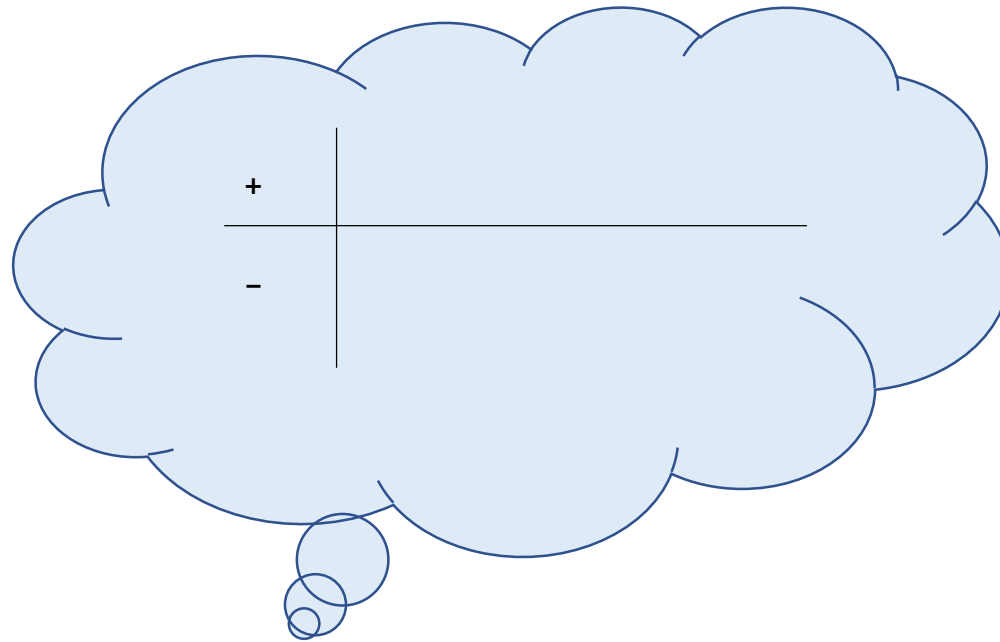
# Bühnen-System-Abschluss-Frage

Sind meine Aktivitäten in diesem System bisher Investitionen oder eher Kosten?





# Arbeitsblatt – System Netzwerk Beziehungskonto



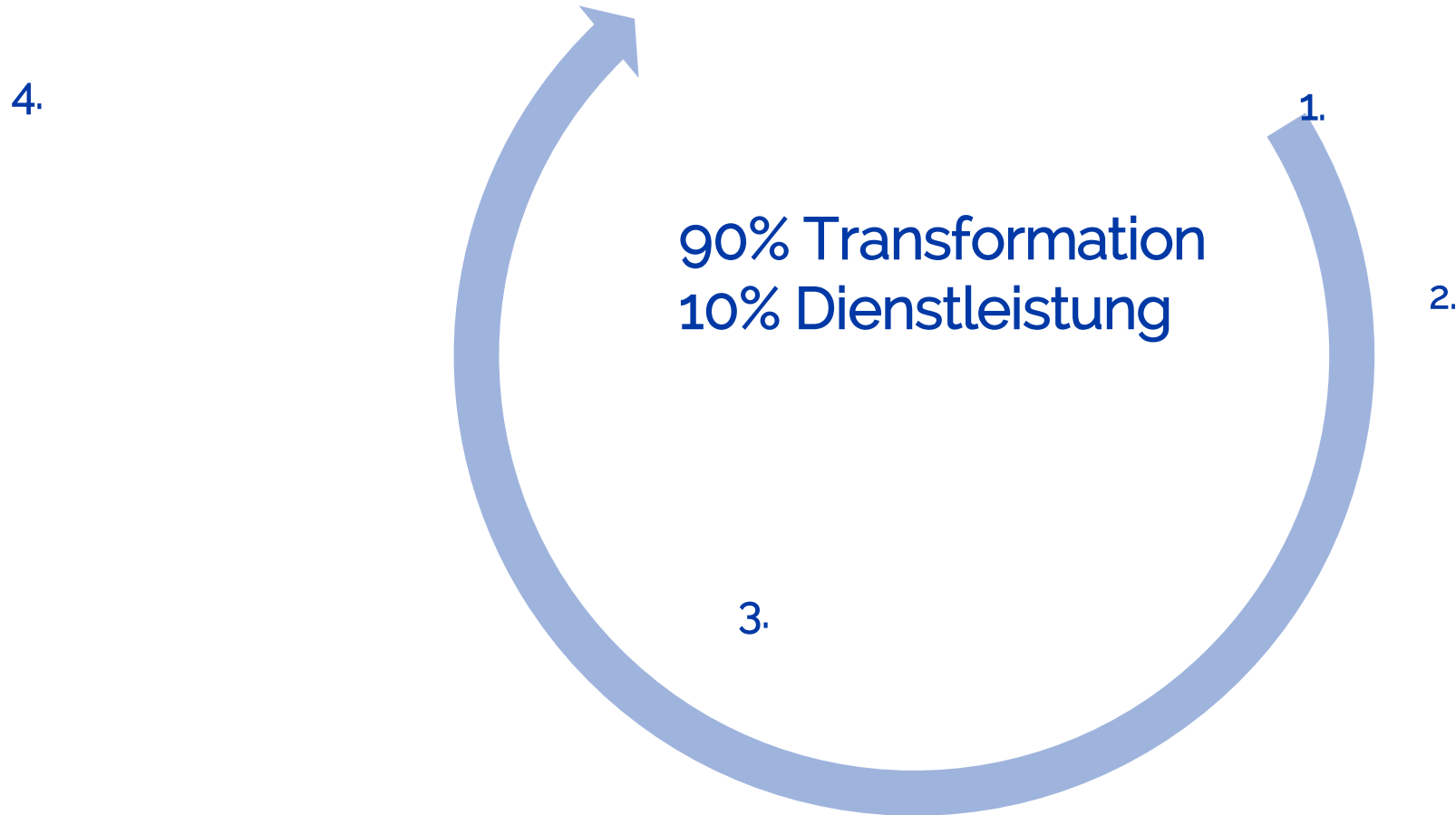
# Arbeitsblatt – System Netzwerk

## Wodurch erreichen wir Sympathie?



# Das Magnetic-Pitch- Konzept

4 Schritte zur Monopolstellung im Kopf der Wunschzielgruppe



# Arbeitsblatt – System Netzwerk

## Netzwerk aufbauen

# Arbeitsblatt – System Netzwerk

## Netzwerk pflegen



















# Arbeitsblatt – System Netzwerk

## Was gibt mir ein Netzwerk

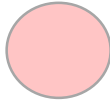


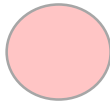


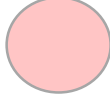


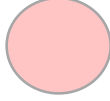


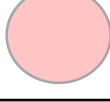


# Engpass-Evaluation

## Wo ist mein aktueller Engpass?



Netzwerke aufbauen			
Beziehungskonto	  	In Kontakt treten	  
Kontakte pflegen	  	Leadmagnets	  
E-Mail Sequenzen	  	Gruppen-Support	  
Mein Aktionsplan			

# Selbst-Check System Netzwerk

Mache den Selbst-Check und finde heraus, wo Du heute stehst	fehlt und muss gemacht werden	hat Verbesserungsbedarf	ist umgesetzt
1. Ich verstehe, wie man mit Menschen in Kontakt tritt.			
2. Ich pflege meine Kontakte bevor ich etwas von ihnen verlange			
3. Ich nutze die Synergien meiner Netzwerke.			
4. Ich lebe meine Marke konsequent und konsistent in diesem System und habe die Werte in Optik, Verhalten und Kommunikation stimmig umgesetzt.			
			
<b>Summe</b>			



# Zusammenfassung und Aktionsplan

## System Netzwerk

Kernaussagen	Mein Aktionsplan
<p>Beziehungen entstehen durch Sympathie empfinden. Netzwerke werden stabil durch positive Verbindungen. Investiere bevor Du abhebst.</p>	1.
	2.
Meine Erkenntnisse	3.

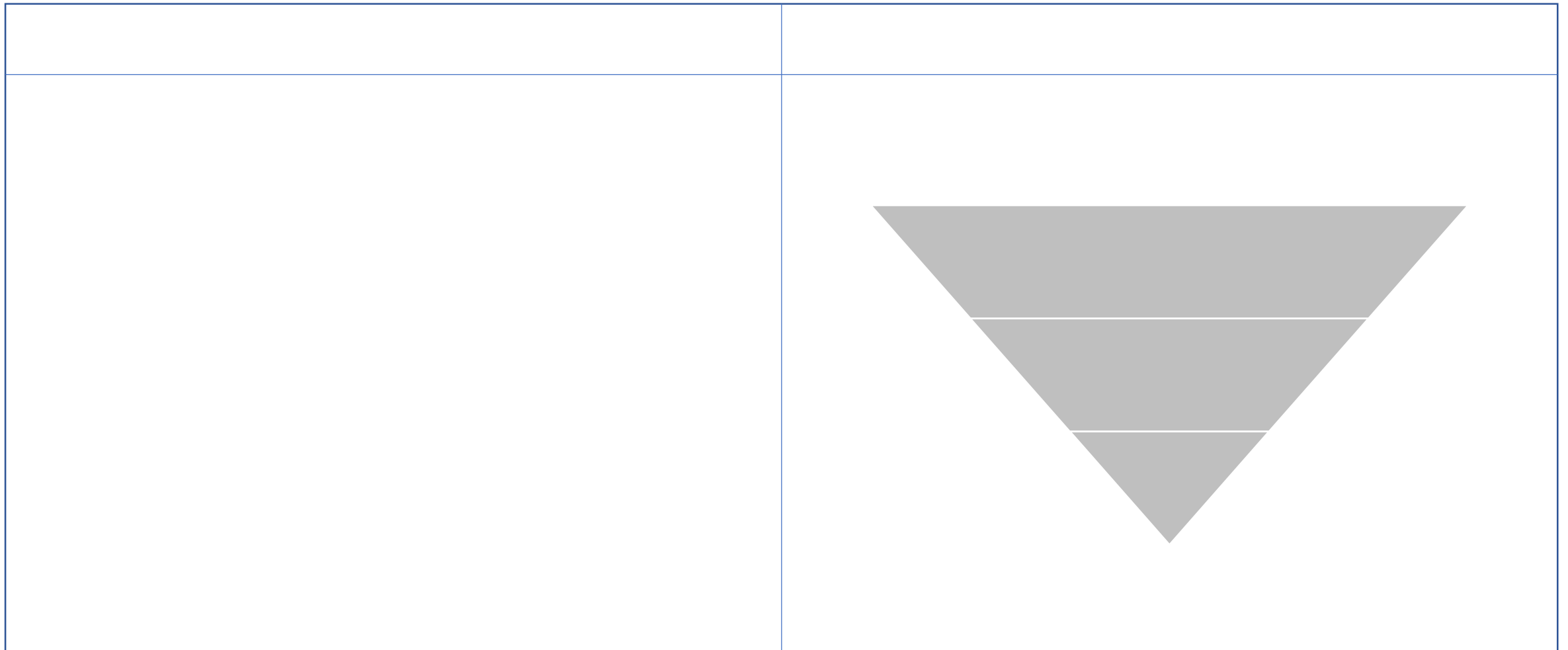
# Netzwerk-System- Abschluss-Frage

Sind meine Aktivitäten in diesem System bisher Investitionen oder eher Kosten?



# TN Arbeitsblatt

## Wann kaufen Kunden?





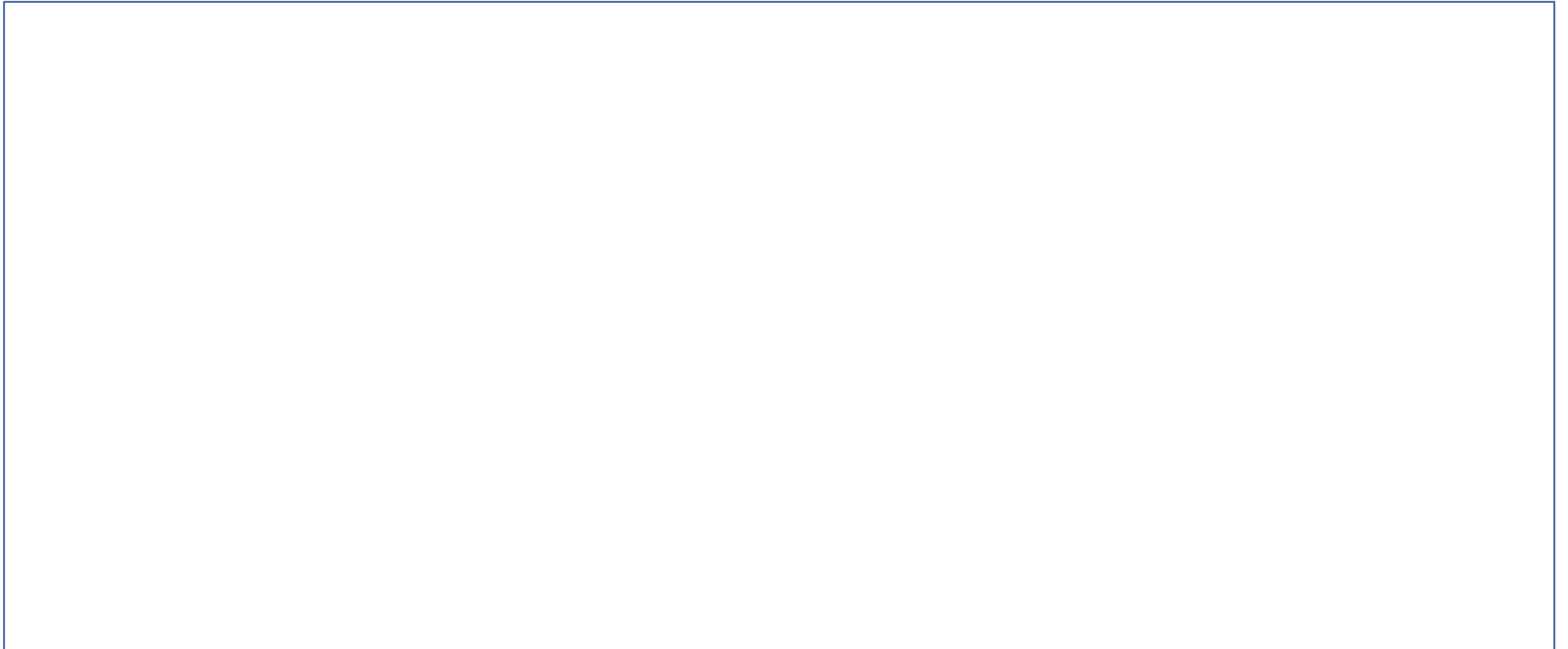
## Arten von Markenbotschaftern

extern unbekannt	extern bekannt	intern

System der kleinen Commitments

# Arbeitsblatt – System Markenbotschafter



















## Viral-Cycle-Time



# Engpass-Evaluation

## Wo ist mein aktueller Engpass?

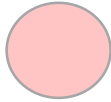


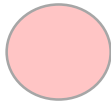


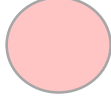


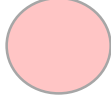


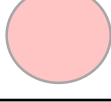




Unbekannte zu begeisterten Fans machen	
Commitments   	Bewertungssysteme   
CTA   	Social Proof Bubble   
  	  
Mein Aktionsplan	



# Selbst-Check

## System Markenbotschafter – externe, unbekannte

Mache den Selbst-Check und finde heraus, wo Du heute stehst	fehlt und muss gemacht werden	hat Verbesserungsbedarf	ist umgesetzt
1. Ich nutze CTA in meinen Marketing- und Vertriebs-Maßnahmen.			
2. Ich frage aktiv nach Bewertungen.			
3. Ich setze die Regel der Schritt-für-Schritt Commitments ein.			
4. Ich verwende Methoden, wie die social proof Bubble, um Kaufangst zu minimieren.			
5. Ich lebe meine Marke konsequent und konsistent in diesem System und habe die Werte in Optik, Verhalten und Kommunikation stimmig umgesetzt.			
<b>Summe</b>			

# Zusammenfassung und Aktionsplan

## System Markenbotschafter – externe, unbekannte

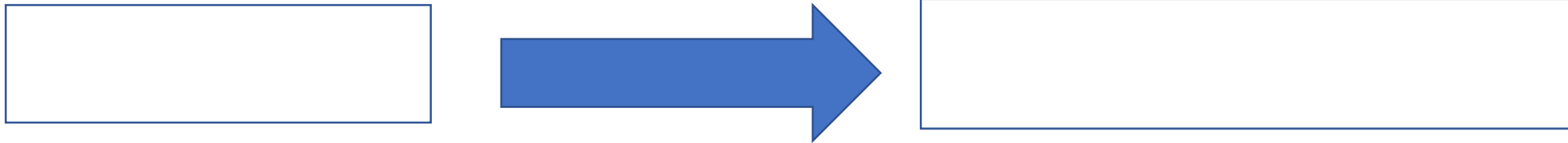
Kernaussagen	Mein Aktionsplan
<p>Sage Deinen Fans, was sie machen sollen. Gib ihnen die Möglichkeiten, Dir Feedback zu geben. Überfordere sie nicht mit großen Commitments. Nutze Maßnahmen, um pot. Kunden Sicherheit zu vermitteln.</p>	1.
	2.
Meine Erkenntnisse	3.

## Arten von Markenbotschaftern

extern unbekannt	extern bekannt	intern

# Arbeitsblatt – System Markenbotschafter

## Wie ein Kunde Empfehlungsgeber wird



# Arbeitsblatt – System Markenbotschafter

## Wie ein Kunde Empfehlungsgeber wird

Kunden-Begeisterungs-Formel


Konsequenzen


# Arbeitsblatt – System Markenbotschafter

## Kunden begeistern ist einfach

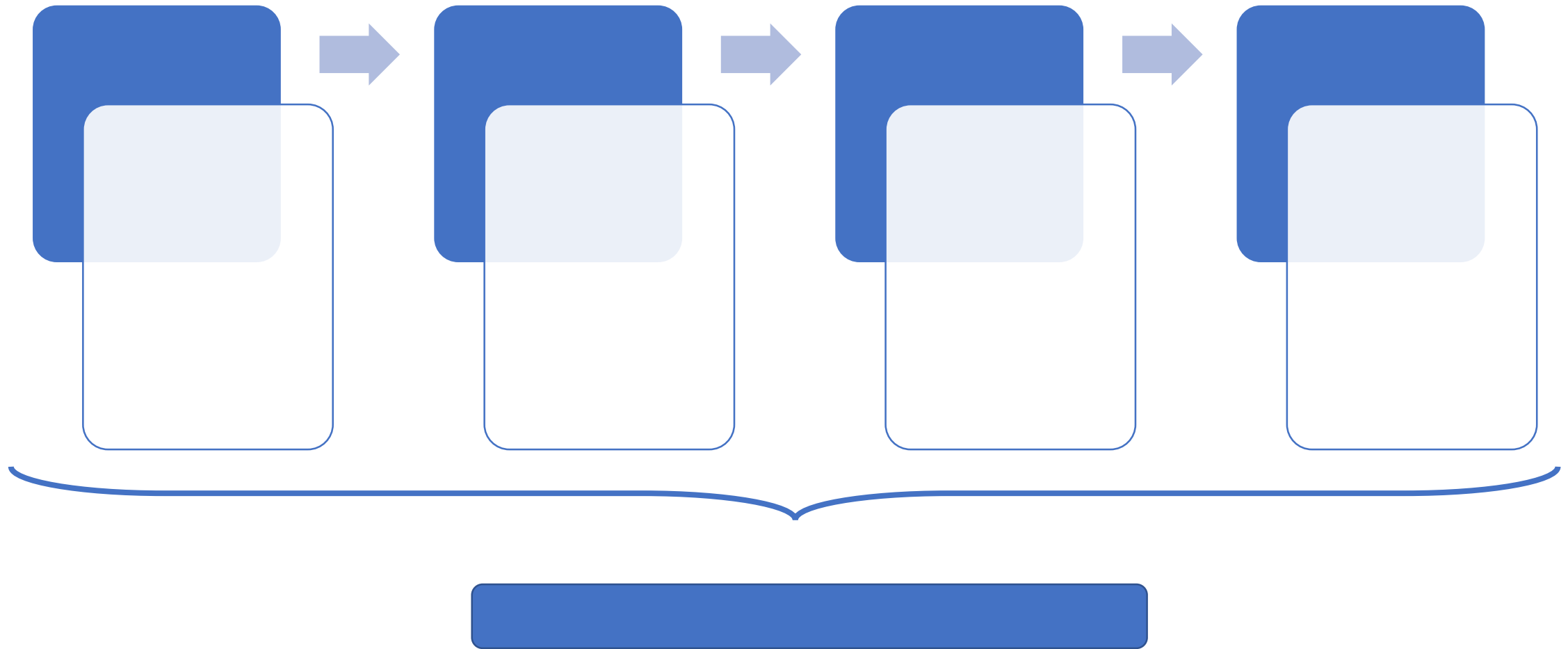

# Arbeitsblatt – System Markenbotschafter

## Kundenzufriedenheit = Empfundene Veränderung

Ergebnisse massbar machen		
Situation vorher	Leistung	Situation nachher
Messkriterien		

# TN Arbeitsblatt – System Markenbotschafter

## Begeistern mit System























# Engpass-Evaluation

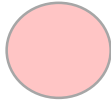


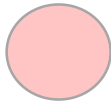


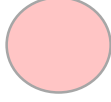


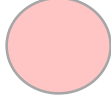


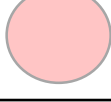


## Wo ist mein aktueller Engpass?



Bekannte, externe Markenbotschafter	
Kunden begeistern   	Kunden-Onboarding   
30 Tage   	WOW!   
100 Tage   	Normale Betreuung   
Mein Aktionsplan	

# Selbst-Check

## System Markenbotschafter - externe, bekannte

Mache den Selbst-Check und finde heraus, wo Du heute stehst	fehlt und muss gemacht werden	hat Verbesserungsbedarf	ist umgesetzt
1. Ich biete mehr, als der Kunde erwartet und begeistere ihn dadurch.			
2. Ich nutze kleine Aufmerksamkeiten, um meinen Kunden zu begeistern.			
3. Ich liefere messbare Ergebnisse, die meinen Kunden begeistern.			
4. Ich habe eine WOW!-Strategie, um Kunden systematisch zu begeistern.			
5. Ich lebe meine Marke konsequent und konsistent in diesem System und habe die Werte in Optik, Verhalten und Kommunikation stimmig umgesetzt.			
<b>Summe</b>			

# Zusammenfassung und Aktionsplan

## System Markenbotschafter - externe, bekannte

Kernaussagen	Mein Aktionsplan
<p>Nur Kunden zufrieden zu stellen, reicht nicht mehr aus.</p> <p>Messbare Ergebnisse begeistern Kunden und schaffen die Voraussetzungen für Folge- und Zusatz-Aufträge.</p> <p>Mehr bieten, als der Kunde erwartet, ist der neue Standard.</p>	<p>1.</p> <p>2.</p>
Meine Erkenntnisse	
	<p>3.</p>

# Arbeitsblatt – System Markenbotschafter

## Aktives Bewertungs-/Referenz-System

	<p>Wie zufrieden sind Sie?</p> <p>*****</p> <p>****</p> <p>***</p> <p>**</p> <p>*</p>	

# TN Arbeitsblatt – System Markenbotschafter



















## Empfehlungs-Marketing-System bei Kunden

### Eventbasiertes Empfehlungs-Marketing-System

# Engpass-Evaluation

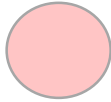


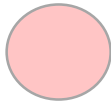


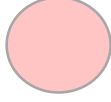


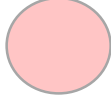


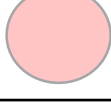


## Wo ist mein aktueller Engpass?



Bewertungs-Marketing	
Referenzmarketing   	Bewertungs-marketing   
Empfehlungs-System   	  
  	  
Mein Aktionsplan	

# Selbst-Check

## System Markenbotschafter - externe, bekannte

Mache den Selbst-Check und finde heraus, wo Du heute stehst	fehlt und muss gemacht werden	hat Verbesserungsbedarf	ist umgesetzt
1. Ich nutze aktives Referenz-Marketing, um täglich Feedback und Referenzen zu erhalten.			
2. Ich nutze Case-Studies und Video-Testimonials, die Interessenten zu überzeugen.			
3. Ich nutze Feedback und Referenzen als Angebots- und Vertrauens-Verstärker.			
4. Ich nutze aktives Empfehlungs-Marketing, um planbar und messbar Empfehlungen zu generieren.			
5. Ich lebe meine Marke konsequent und konsistent in diesem System und habe die Werte in Optik, Verhalten und Kommunikation stimmig umgesetzt.			
<b>Summe</b>			

# Zusammenfassung und Aktionsplan

## System Markenbotschafter - externe, bekannte

Kernaussagen	Mein Aktionsplan
<p>Aktives Referenz-Marketing bringt täglich Feedback und Referenzen.</p> <p>Aktives Empfehlungs-Marketing generiert planbar und messbar Empfehlungen.</p>	1.
Meine Erkenntnisse	2.
	3.



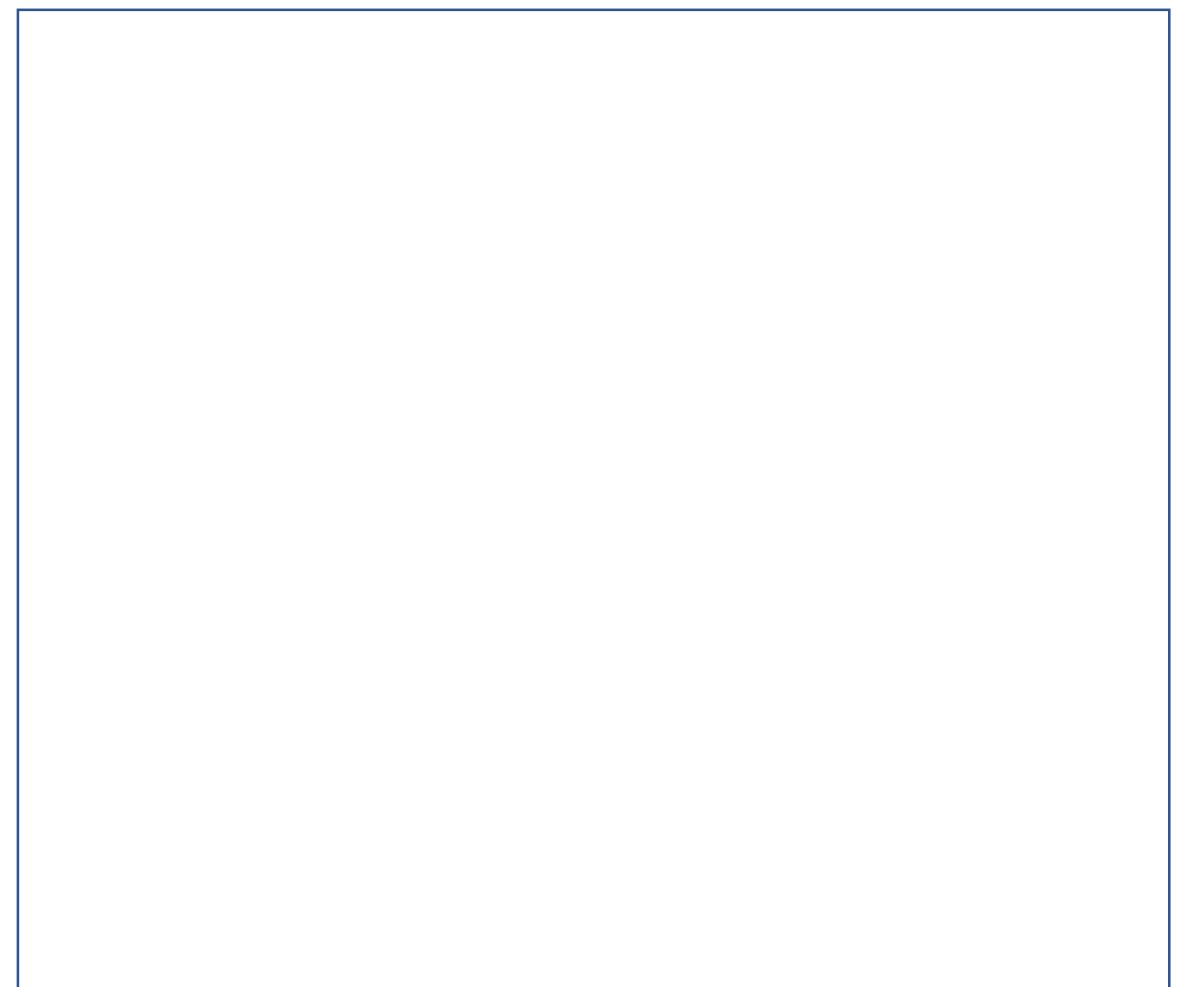
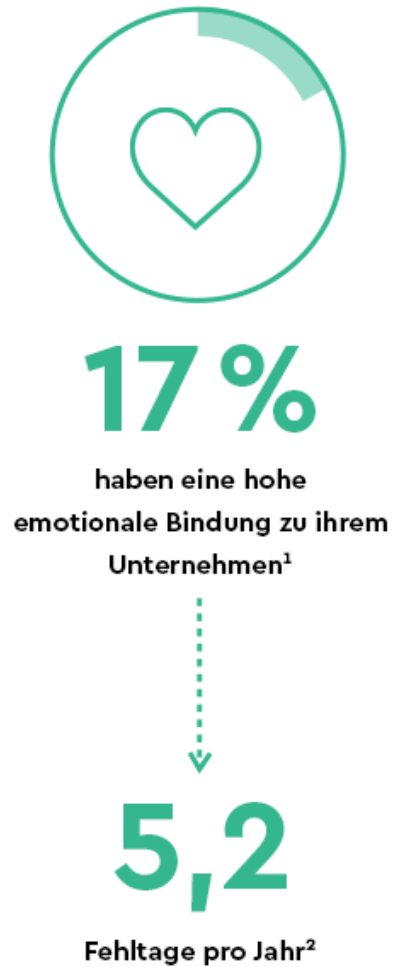
## Arten von Markenbotschaftern

extern unbekannt	extern bekannt	intern

# Arbeitsblatt – System Markenbotschafter Employer-Branding

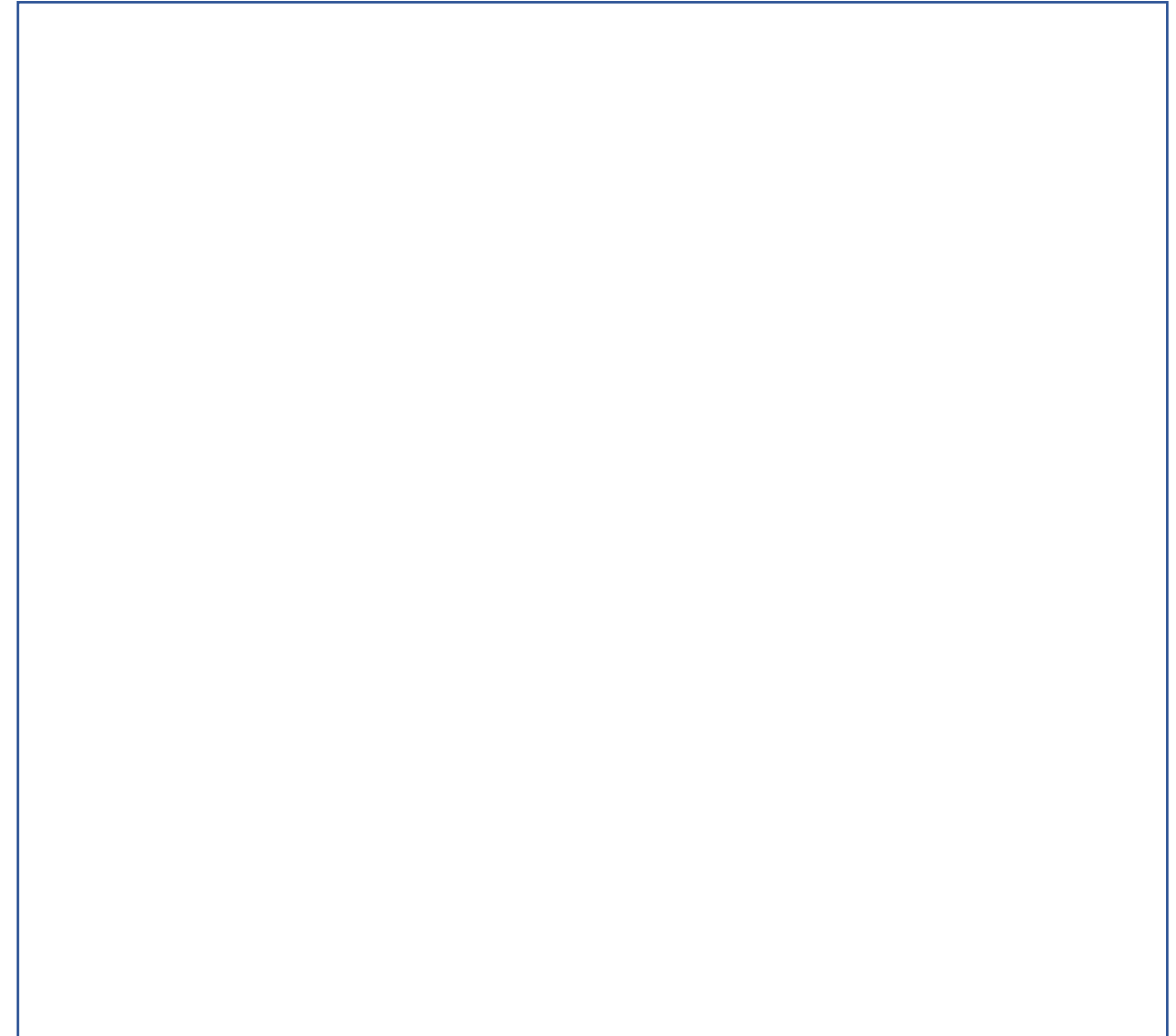
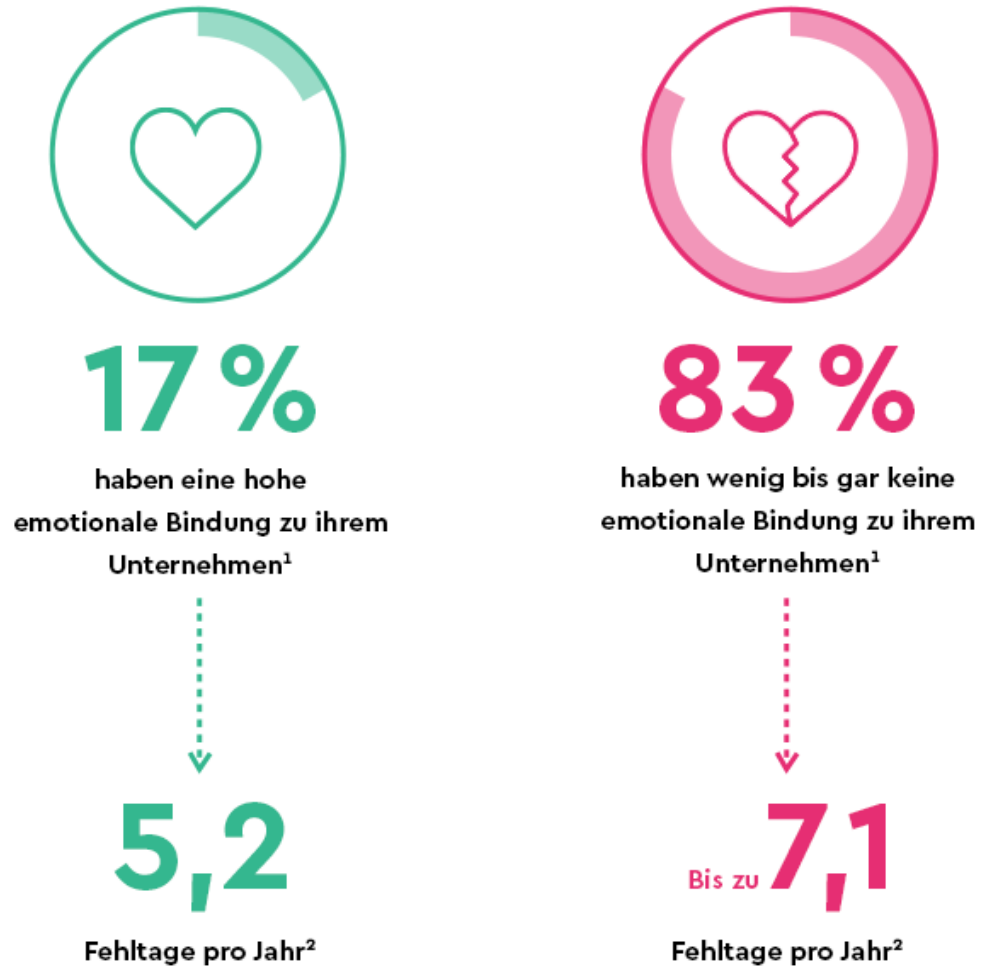
# Arbeitsblatt – System Markenbotschafter

## Employer-Branding - Konsequenzen



# Arbeitsblatt – System Markenbotschafter



















## Employer-Branding - Maßnahmen



# Engpass-Evaluation

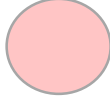


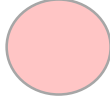


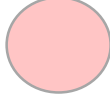


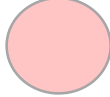


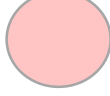


## Wo ist mein aktueller Engpass?



Mitarbeiter als Markenbotschafter	
Werte   	Prozesse   
Schulungen   	Checks   
Vorbilder   	  
Mein Aktionsplan	

# Selbst-Check

## System Markenbotschafter – interne

Mache den Selbst-Check und finde heraus, wo Du heute stehst	fehlt und muss gemacht werden	hat Verbesserungsbedarf	ist umgesetzt
1. Die Marken-Werte sind als Missions-Statements formuliert und in der Firma bekannt.			
2. Ich bringe neuen Mitarbeitern im Onboarding die Werte bei.			
3. Es gibt eine niedergeschriebene Unternehmens-Kultur.			
4. Führungskräfte sind gebrieft/ausgebildet, wie sie Werte selbst vorleben und Vorbild sind.			
5. Wir geben regelmäßig Schulungen dazu und haben Tools für die Führungskräfte, um die regelmäßige „Kontrolle“ zu gewährleisten.			
<b>Summe</b>			

# Zusammenfassung und Aktionsplan

## System Markenbotschafter – interne

Kernaussagen	Mein Aktionsplan
<p>Du brauchst nur ein zusätzliches Employer-Branding, wenn Deine Mitarbeiter aktiv gegen Dein Unternehmen arbeiten.</p> <p>83% der Mitarbeiter verhindern Bewerbungen im direkten Umfeld</p> <p>83% der Mitarbeiter empfehlen Dich nicht weiter</p> <p>83% der Mitarbeiter geben Dir schlechte Referenzen</p> <p>Mit aktiven Maßnahmen kannst Du die 83% zu Deinen Markenbotschaftern machen.</p>	<p>1.</p> <p>2.</p>
Meine Erkenntnisse	
	<p>3.</p>

# Markenbotschafter-System- Abschluss-Frage

Sind meine Aktivitäten in diesem System bisher Investitionen oder eher Kosten?





# Arbeitsblatt

## 6 wichtige Fragen vor der Entscheidung Podcast

1.

2.

3.

4.

5.

6.

# TN Arbeitsblatt

## Brandawarenes mit einem Podcast

Direkter Umsatz

A large, empty rectangular box with a thin blue border, intended for drawing or writing about direct revenue.

indirekter Umsatz

A large, empty rectangular box with a thin blue border, intended for drawing or writing about indirect revenue.

Der Nutzen meiner Marke

Wofür steht meine Marke? Welches  
Versprechen gebe ich ab und lebe es vor?

Meine Marken-Werte

Welche drei Werte formen meine Unternehmenskultur?  
Wonach richte ich mein ganzes Marketing aus?

Arbeitsblatt

# Vermarktungs-Möglichkeiten

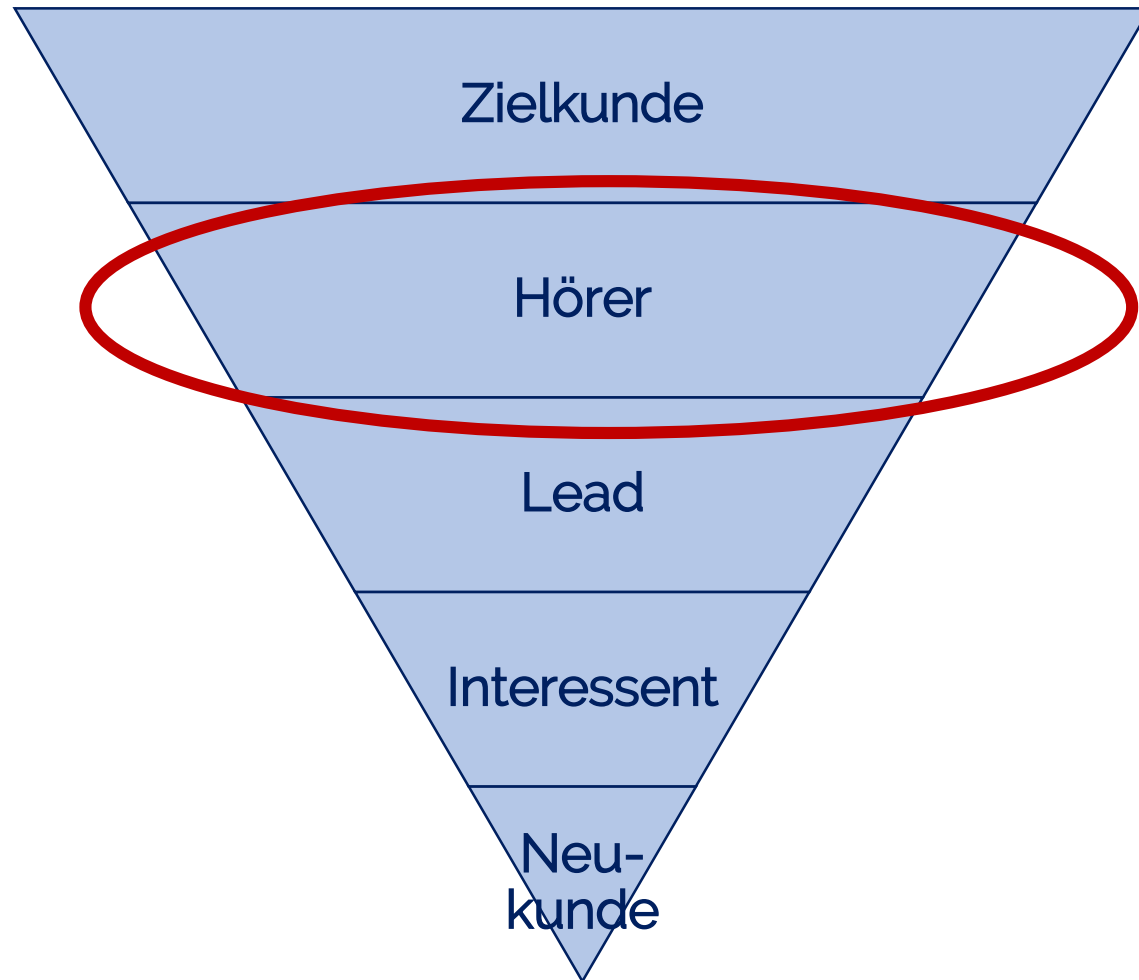


Arbeitsblatt

## Vermarktungs-Möglichkeiten



# Arbeitsblatt – System Markenbotschafter digitaler Kundengewinnungs-Prozess mit einem Podcast

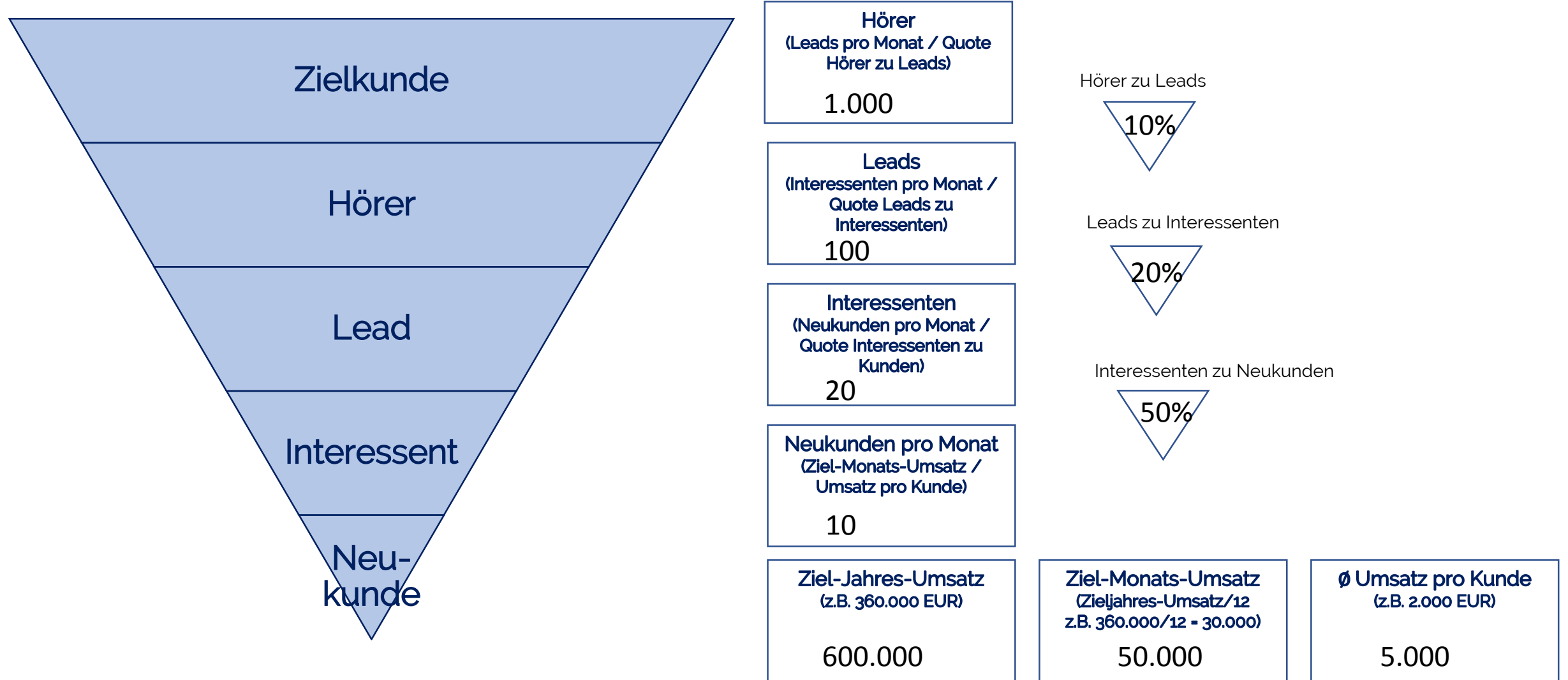



Arbeitsblatt

Was kostet ein Podcast bei 100% Eigenleistung?

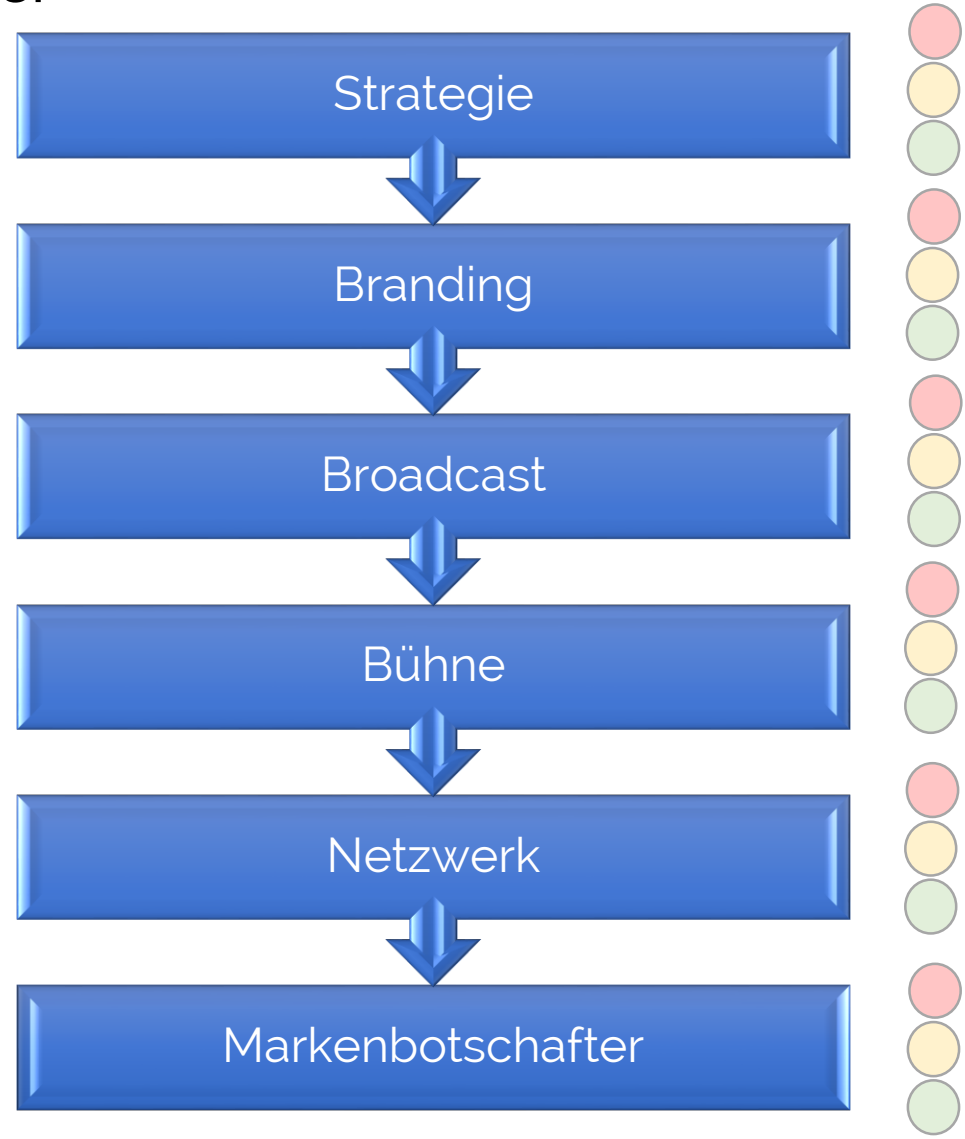
**IMAGE**  **SELLS**






# Image-Sells-System

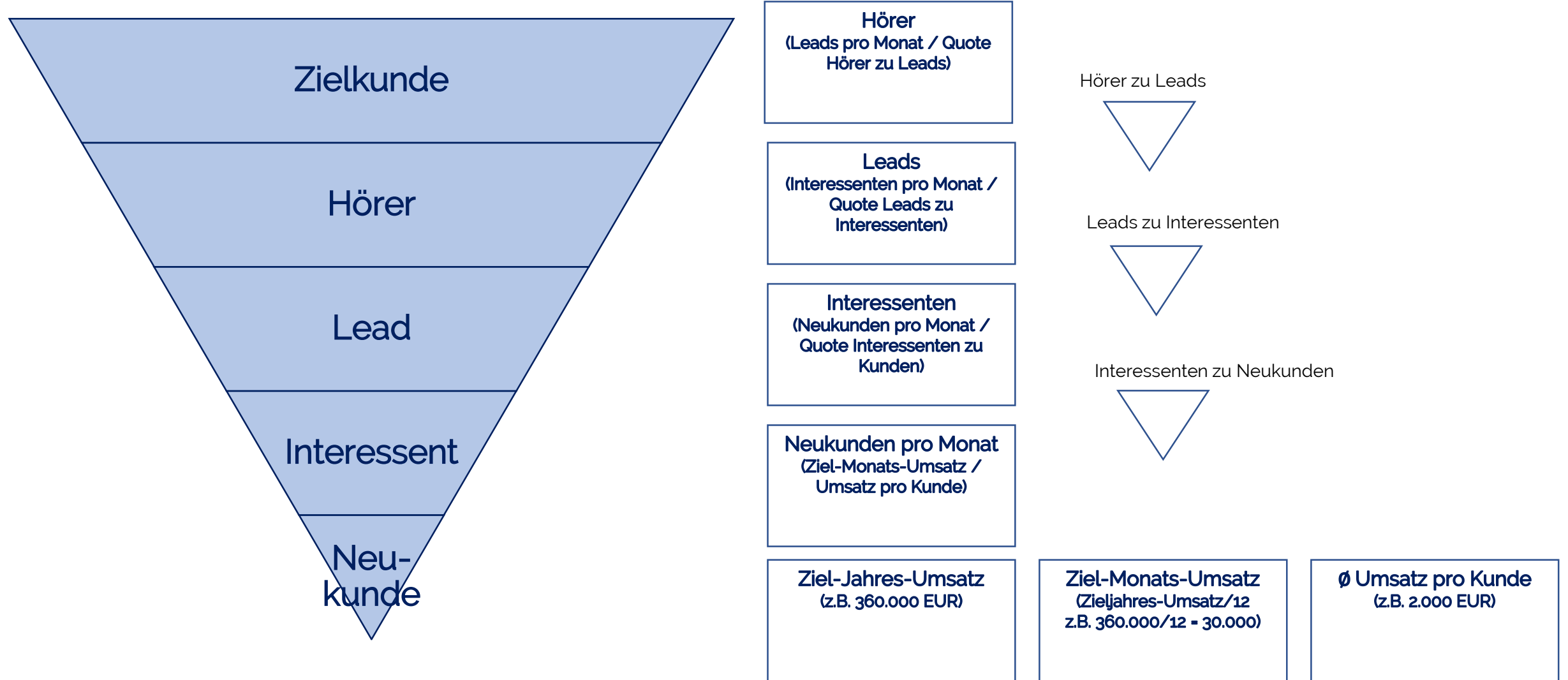
## Wo ist mein aktueller Engpass?



TN Arbeitsblatt

## Vorbereitung auf das Nachgespräch





# Schnell-Check

## Image-Sells-System



So geht's weiter

So können wir Dich bei der Umsetzung unterstützen

**IMAGE**  **SELLS**

Du wünschst Dir ein Team an Deiner Seite, das Dich aktiv bei der Umsetzung unterstützt und Dir hilft, schnelle Ergebnisse zu erzielen?

Dann sprich mit uns über das Image-Sells-Mentoring

**IMAGE**  **SELLS**

Deine Ansprechpartnerin ist:

**Carmen Brablec**

Termin mit Carmen vereinbaren  
unter <https://www.image-sells.de/carmenbrablec>