

Damit nicht schon wieder alles beim Alten bleibt

Jon Christoph Berndt: 10 effektvolle Raketen für Ihre guten Vorsätze

Sicher stecken Sie wieder voller Pläne fürs neue Jahr. Setzen Sie sie um! Und bekämpfen Sie den Schlendrian, bevor er entsteht. Dafür gibt es die zehn Erfolgsfaktoren von Human Branding: Wenn Sie die beachten, haben Sie einen guten Rahmen für Ihre Vorsätze und profilieren Ihre starke Marke.

1. Fokus – Finde heraus, wofür du stirbst: Jeder sollte das machen, wofür er brennt, was er am liebsten macht und am besten kann. Was können Sie, ohne was können Sie nicht leben? Tun Sie es, und lassen Sie den Rest sein.

2. Wettbewerb – Achte auf deine Mitbemüher: Es gibt immer jemanden, der genauso gut ist wie Sie. Wie halten Sie dennoch Ihre Wettbewerber auf Abstand? Entdecken Sie diese kleinen, wichtigen Unterschiede.

3. Einzigartigkeit – Entscheide, ob du in der Hand schmilzt oder im Mund: Sie haben vermutlich kein „Alleinstellungsmerkmal“ (etwas, das nur Sie haben) wie M&M's: Schmecken lecker und versauen beim Naschen nicht die Polster. Finden Sie stattdessen Ihr starkes, unverwechselbares Merkmal, das Sie von der Masse aller anderen Menschen abhebt.

4. Relevanz – Sei den guten Streit wert: Sagen Sie klipp und klar, was Sie denken, und erwarten Sie das auch von anderen. Und streiten Sie ruhig, aber konstruktiv, wenn Sie jemand kritisiert. Ihr Gegenüber nimmt sich schließlich Zeit für ein schwieriges Gespräch mit Ihnen. Ist das nicht toll?

5. Qualität – Außen hui, innen pfui: Kennen Sie auch diese Blender mit viel davor und wenig dahinter? Achten Sie darauf, dass Sie selbst innen sind wie außen und außen wie innen.

Dann brauchen Sie keine Angst zu haben vor einem Fassadendasein, das früher oder später sowieso enttarnt wird.

6. Echtheit – Paula bleibt Paula und Horst bleibt Horst; gut so: Erinnern Sie sich an Edmund Stoiber, von den Imageberatern runderneuert für den smarten und weltmännischen Kanzlerwahlkampf? Als der auf einmal ganz anders rüber kam, war es Essig mit Echtheit und Wahlsieg. Bedenken Sie bei allem, was Sie tun: Wo komme ich her? Wofür schlägt mein Herz? Ab wann verbiege ich mich auch so und verhalte mich wie ferngesteuert?

7. Wiedererkennung – Setze deinen Anker: Karl Lagerfeld hat den Fächer, Cindy Crawford das Muttermal. Ohne diese Markenzeichen wären sie niemals so berühmt und beliebt geworden. Setzen auch Sie solch einen starken Anker: Das ist doch der, der mit seiner Krawatte noch ins Bett geht. Oder die mit dem roten Halstuch. Wenn das von Ihnen gesagt wird, haben Sie auch ein unverwechselbares Markenzeichen.



Das unverwechselbare Merkmal ist sehr wichtig.

8. Klappern – Werde Aktivist: Beim Wettrennen des Lebens steht nicht der Fleißigste und auch nicht der Beste auf dem Treppchen. Vielmehr bekommen diejenigen die Blumen, die Gutes



Jon Christoph Berndt®

ZUR PERSON

Jon Christoph Berndt® ist Markenexperte, Management-Trainer und Keynote-Speaker in München.

Weitere Informationen: www.human-branding.de

tun und fortwährend darüber berichten. Klappern gehört dazu, damit Sie in dem gigantischen Rauschen überall um Sie herum wahrgenommen werden.

9. Kontinuität – In der Kraft liegt die Ruhe: Wer eine starke Marke ist, kann sich entspannt zurücklehnen. Vieles passiert dann von ganz allein, und Sie müssen sich gar keine Sorgen um die Wahrnehmung Ihrer Persönlichkeit und Ihrer Qualitäten machen. Willst du was gelten, komme selten – und wenn du kommst, achte auf die anderen neun Regeln.

10. Netzwerk – Lieber ein Freund als 100 Freundschaften: Eine Handvoll wahrer Freunde ist mehr als genug. Sie sind immer für Sie da, glauben an Sie, kritisieren Sie und streiten mit Ihnen. Es geht um die persönlichen Qualitäten der Menschen, an denen wir uns reiben und wachsen können. Deshalb ist die Anzahl der Kontakte nebensächlich.

Ich wünsche Ihnen, dass Sie mit diesen zehn Profilraketen 2010 endlich weniger tun müssen, um mehr zu erreichen. Und zwar nicht nur für Kopf und Konto, sondern vor allen Dingen für Ihren Return on Emotion. In diesem Sinne: **Alles Gute für Ihre Pläne und Ihre Taten!** ■