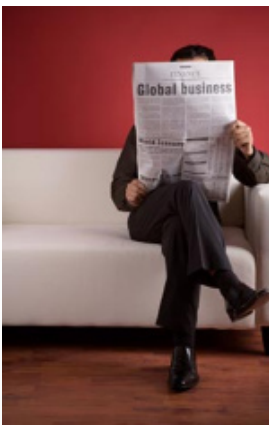


## Der Arbeitsmarkt wandelt sich stetig – was tun Sie, um darin zu bestehen? Du bist eine Marke: Human Branding



Arbeitnehmer sind nicht länger Lohnempfänger, sie sind längst Anbieter auf einem Markt für Expertise und Engagement, der von Sättigung und Verdrängungswettbewerb bestimmt wird.

Wo sich gut qualifizierte und motivierte Arbeitskräfte häufen, wird es immer wichtiger, sich und seine Qualitäten von

der Masse abzuheben. Zumal beste Leistungen in der Regel wenig zum beruflichen Aufstieg beitragen können: Beförderungen gründen lediglich zu 10 % auf Leistungen. Wichtiger sind Eindruck (30 %) und Bekanntheitsgrad (40 %) – beide gilt es also zu pflegen und zu optimieren.

Sollen eigene Persönlichkeit und Leistungen optimal verkauft werden, müssen Sie sich zu einer unverwechselbaren und einzigartigen „Marke“ entwickeln. Eine gute Marke genießt Vertrauen und einen bestimmten Markenwert, garantiert Verlässlichkeit.

### Du bist eine Marke!

In unserer Seminarreihe „Du bist eine Marke“ können Sie Ihre Kompetenzen, Ihre Stärken und Ihre besonderen Fähigkeiten und Werte analysieren. Was hebt mich von Anderen ab?

Was kann ich, was Andere nicht können? Wofür stehe ich und für welche Werte stehe ich ein? Welche außergewöhnlichen Qualitäten besitze ich? Wie kann ich das, was ich nach außen darstellen möchte so transportieren, dass Eigen- und Fremdbild übereinstimmen?

Welchen Wert gebe ich mir und meinen Leistungen und wo möchte ich mich als Marke positionieren?

### Individualität statt Anpassung

Ausgangspunkt zur Markenentwicklung ist eine Situationsanalyse mit Selbst- und Fremdbild-Einschätzung und einem Stärken-Schwächen-Profil. Bloße Anpassung an überkommene Hochleistungs-Stereotypen ist der schlechteste Weg zum Erfolg. Erkennen und pflegen Sie Ihre Einzigartigkeit und machen diese zu einem Teil Ihres Images! So bauen Sie sich eine widerspruchsfreie, beständige und individuelle Marke mit ganz eigenen Schwerpunkten auf, werden unverwechselbar und im wahrsten Sinne (be-)merkenswert.

Die eigenständige Persönlichkeit ist immer Grundlage der eigenen Marke. Passt Ihre Marke zu Ihren eigenen Bedürfnissen, sind in einem zweiten Schritt die Wünsche und Erwartungshaltungen der Nachfrager zu beachten. In allen Bereichen, die eine Innen- und Außenwirkung haben: Auftreten, Kommunikation, Verhalten. Ecken und Kanten gehören zu einer starken, gefestigten Persönlichkeit.

So kommt zu Ihren Qualifizierungen auch das Wissen, wie man diese vermarkten kann. Professionelle Selbstvermarktung ist die Ausarbeitung einer starken Persönlichkeit, einer eindeutigen Positionierung und einer klaren Strategie für Ihre berufliche Zukunft.

Denn:

**Die stärkste Marke bist Du selbst!**

Weitere Informationen finden Sie unter  
[www.Heinrich-Roth.com](http://www.Heinrich-Roth.com)