



Transkript zum Video

Marketing mit Persönlichkeit: So werden deine Kunden zukünftig ihre Kaufentscheidungen treffen

Heléne Rhodin-Shillingford (7:33 Minuten)

Hallo zusammen, hej allihopa! Wenn du wissen willst, was 2020 das Allerwichtigste sein wird im Bereich Online-Marketing für Coaches und Beraterinnen, dann ist dieses Video für dich. Ich werde nämlich die schockierende Wahrheit verraten, wie Kunden zukünftig ihre Kaufentscheidungen treffen werden. Obwohl das war eigentlich immer so und ich weiß, es wird auch hier ein bisschen kritisch für die deutschen Zuhörerinnen, weil die Deutschen, die haben zu einem bestimmten Thema eine ziemlich feste Überzeugung - nicht alle, aber einige - die anders ist als beispielsweise die schwedische Einstellung dazu. Und was das ist, das verrate ich gleich.

Mein Name ist Heléne Rhodin-Shillingford. Ich bin Online Marketing Strategist für weibliche Coaches und Beraterinnen und ich helfe ihnen, eine starke persönliche Marke aufzubauen, um ihre potentiellen Kunden in den Herzen zu berühren, damit sie auch mehr Coachings verkaufen können.

Machst du dir viele Gedanken über deine Zielgruppe, was du anbieten sollst, dein Angebot und zu welchem Preis und wie du das online präsentieren sollst? Das sind sehr, sehr wichtige Themen und sie sind sehr Basic. Und dafür gibt es so viele Business Coaches, die die helfen können, Klarheit zu bekommen. Zum Beispiel ich oder du guckst Videos bei Youtube. Diese Themen sind halt durchgehend für alle Unternehmen und Branchen und wie gesagt, man soll sich natürlich damit beschäftigen.

Das Ergebnis ist dann halt, dass viele Anbieter, die sich an die gleiche Zielgruppe wenden sehr ähnliche Angebote haben und es ist schwierig sich von den anderen abzuheben. Wenn jetzt zum Beispiel zehn andere Coaches in deiner Stadt auch Gruppen-Coachings anbieten oder Eins zu Eins Intensiv- Coaching oder Mastermind-Gruppen fühlt sich dein Angebot nicht so spannend und exotisch an.

Und jetzt kommt das, was schockierend ist: keiner interessiert sich wirklich für deine Angebote als Coach oder Dienstleister - also sorry not sorry. Sie interessieren sich eher für dich, wer du bist, wie du drauf bist und ob sie dir vertrauen können. Wenn du es schaffst, deine Marke durch deine eigene Persönlichkeit zu stärken, dann entsteht eine richtige Verbindung zu dir - auch durch den Bildschirm - und das wird der ausschlaggebende Punkt sein, warum Leute von dir kaufen. Was du dann anbietest oder eher in welcher Form, das ist zum Teil zweitrangig. Es geht um dich und die Kunden kaufen das dann halt, weil du es bist und du als persönliche Marke stehst hier im Mittelpunkt.

Schau mal große Marken zum Beispiel wie Apple. Die Leute kaufen das nur, weil es Apple ist, nicht weil es unbedingt das beste Telefon ist und egal was Apple rausbringt, die Leute



kaufen es. Das Gleiche zum Beispiel mit großen persönlichen Marken wie Tony Robbins in den USA oder Tobias Beck hier in Deutschland. Die Anhänger lieben sie und schmeißen ihnen das Geld hinterher, fast egal was sie anbieten, weil sie vertrauen ihnen einfach. 2020 müssen wir als persönliche Marke mehr Persönlichkeit zeigen, um Beziehungen zu unseren potentiellen Kunden aufzubauen.

Wir müssen zeigen, wie wir als Menschen sind und können uns nicht hinter irgendwelchen Logos und komischen Fantasie- Firmennamen verstecken und genau hier kommt der große Panik-Moment für viele Deutsche, habe ich jetzt gemerkt. Die Deutschen haben ein sehr starkes Bedürfnis nach Privatsphäre und viele - natürlich nicht alle - zeigen sich selbst online nur sehr ungern. Da kann mir jemand die Fotos klauen. Die wollen nicht das Zuhause zeigen, weil jemand kann ja einbrechen und nicht die Kinder und nicht die Haustiere, die können ja alle missbraucht werden. Also die haben eine sehr skeptische Haltung gegenüber dieser Offenheit, die Social Media uns heute halt anbietet und deshalb interessanterweise sind ja diese Portale langsamer gewachsen hier in Deutschland im Vergleich zu anderen europäischen Ländern zum Beispiel.

In Schweden ist das ganz anders. Wir haben keine Gardinen vor dem Fenster, wir posten unser ganzes Leben bei Instagram und Facebook. Also und wenn man die richtige Einstellung hat, muss sich hinzufügen, dann spielt das auch keine Rolle, das sehen nur die richtigen Leute. Und bei uns werden sogar die Einkommen aller Bürger jedes Jahr veröffentlicht. Das steht in der Zeitung und sowas wäre ja in Deutschland komplett unvorstellbar.

Was ich hiermit sagen will: traut euch zu zeigen, wer ihr seid, zeigt eure Schwächen, zeigt eure Stärken, zeige, wofür du stehst und zeige, wofür du nicht stehst, was du nicht gut, was du scheiße, findest. Sag deine Meinung zu Dingen, weil deine Meinung und deine Standpunkte, das ist dann das, was dich von anderen unterscheidet. Die Leute werden dir vertrauen, weil sie sich so dir angezogen fühlen, zu dem wofür du stehst und sie wollen deine Energie sein und so wirst du auch deine Produkte und Dienstleistungen nicht verkaufen müssen im klassischen Sinne, sondern der Verkauf findet in der persönlichen Bindung zwischen dir und deinen Kunden statt.

Und deshalb ist mein Fokus jetzt zum Beispiel mit meinen Coaching-Klientinnen momentan: Wie baue ich eine starke Marke mit Persönlichkeit auf eine authentische Art, obwohl ich das Wort authentisch fast nicht mehr hören kann. Das ist ziemlich missbraucht, finde ich und man muss den wirklich überlegen, was ist denn überhaupt authentisch und was soll man dann so lieber für sich behalten?

Um deine persönliche Marke zu stärken, überlege dir drei Dinge, wofür du stehst und kommuniziere das in deinem Content diese Woche. Stehst du für Umweltschutz, Freiheit und Frauenrechte, dann kommuniziere das. Stehst du für Glamour Luxusreisen und Shopping, dann zeige das auch. Natürlich es wird Leute und potentielle Kunden geben, die sich von dir verabschieden, weil Menschen, die zu einigen Dingen keine eigene



Stellungnahme haben, die fühlen sich oft bedroht, wenn jemand eine starke Meinung äußert und das merke ich.

Wenn es um das Thema zum Beispiel vegan sein oder Veganismus geht, obwohl ich muss leider zugeben, ich lebe nur zu 90 vegan, ich schaffe es noch nicht. Aber bei diesem Thema fangen die Leute sofort an sich zu rechtfertigen, aber wir essen ja nur Bio- Fleisch und ich esse ja nur Fleisch von den Bauern hier um die Ecke und ich denke dann "so what?" Ein Tier, das sicherlich nicht sterben wollte, muss für dein Essen sterben und wird zum Schlachthaus gebracht, egal wie gut es vorher gelebt hat dieses Tier. Und dann halt diese Rechtfertigung - was die Leute sagen - die kommt, ohne dass ich nach ihren Essgewohnheiten gefragt habe und das ist dann halt auch ein Zeichen dafür, dass sie mit ihren Handlungen nicht wirklich im Reinen sind.

Das ist dann nur so ein Beispiel über Stellungnahmen, die nicht jedem gefallen werden und vielleicht verliere ich auch jetzt einige Subscribers, vielleicht kommen Neue dazu, aber das ist halt ein Thema, das für mich wichtig ist und ich muss dazu stehen können.

Also was wirst du diese Woche noch kommunizieren? Wofür stehst du? Wie können deine Follower und deine potentiellen Kunden online dich näher kennenlernen, um mehr Vertrauen zu dir zu gewinnen, dass du auch ehrlich und authentisch bist. Schreibe es gerne in die Kommentare - das würde ich mich sehr interessieren und ich hoffe, dass dieses Video dich jetzt inspiriert hat und dass du ein bisschen anders denkst über das Marketing, was jetzt 2020 auf uns zukommt und dass du Lust hast, deinen potentiellen Kunden näher zu kommen, weil die wollen dich auf jeden Fall kennenlernen. Gib mir gerne ein Like oder teile das, wenn jemand anders davon profitieren könnte. Mach's gut, bis bald. Tschüss.