



Transkript zum Video

Wie baust Du Loyalität und Vertrauen auf?

Heléne Rhodin-Shillingford (6:10 Minuten)

Hallo zusammen, hej allihopa. Die Welt und die Wirtschaft draußen steht fast still und diese ganze Unwissenheit und die Spekulation sind wirklich schwer zu verkraften für viele Menschen. Was wir wissen ist: die meisten von uns leben noch und werden auch lebendig aus dieser Corona-Krise rauskommen und für diese Zeit danach müssen uns jetzt rüsten. Wenn du jetzt etwas Luft und Zeit hast, nutze diese Zeit, um mit einer noch stärkeren persönlichen Marke für dein Business noch besser aufgestellt zu sein als vorher und wie du das machen kannst und welche Fragen du dir selbst stellen solltest, erfährst du in diesem Video, auch mit einer kleinen Frage-Übung für euch.

Mein Name ist Heléne Rhodin-Shillingford, ich bin Business Coach und Onlinemarketing-Strategist und momentan ist natürlich mein Fokus darauf, selbständige Coaches und Beraterinnen durch diese Corona Krise zu unterstützen, damit sie wirklich die Zeit nutzen, um sich online besser zu positionieren und ihre persönliche Marke zu stärken. Ich komme ursprünglich aus Schweden, aber wohne seit 20 Jahren in Deutschland und die skandinavischen Länder, die haben ja in Deutschland eine sehr starke positive Positionierung. Es wird irgendwie eine romantische Idylle und sehr viele positive Eigenschaften auf uns projiziert und auch auf mich persönlich von Menschen, die mich gar nicht kennen.

Die Frage ist, warum ist das so und was hat dazu beigetragen? Und was können wir davon lernen für unser Business? Branding oder Markenaufbau erfüllt einen Sinn und zwar setzt dein Branding den Ton in der Kommunikation mit dem Markt und mit deinen potentiellen Kunden und mit der Welt um uns herum überhaupt.

Deine Marke ist dafür da, um die Kunden anzuziehen, um dich vor dem richtigen Marktsegment zu positionieren und auch zu kommunizieren, warum genau deine Dienstleistung einen einzigartigen Nutzen bringt für deine Kunden. Du baust dein Image auf und dieses soll sich auch in Farben, Symbolen, Mustern, Fotos und deiner Sprache widerspiegeln.

Es ist wichtig, dass deine Marke deine Positionierung und deine Glaubwürdigkeit stärkt. Das ist wichtig, dass du mit verschiedenen Mitteln deine potentiellen Kunden emotional ansprichst und das ist genauso wichtig, dass du deine Kunden inspirierst und motivierst und auch, dass du deine persönliche Botschaft kommunizierst, um Loyalität mit deinem potentiellen Kunden aufzubauen.

Jetzt kommen wir zu der Frage-Übung: Nimm jetzt ein Stück Papier und einen Stift, jetzt musst du was aufschreiben. Jetzt bekommst du nämlich die Aufgabe, damit du selbst sehen kannst, welchen Eindruck verschiedene Marken auf uns haben - auf dich und auf deine



Wahrnehmung. Mache jetzt nur mal eins. Denke an deine drei Lieblingsmarken oder einfach drei Marken. Es könnte sein, ein Designer oder ein Restaurant oder ein Onlineshop oder sogar Schweden oder ein anderes Land, das spielt keine Rolle. Für jede von den drei Marken, stelle dir jetzt folgende Fragen:

- Warum vertraust du dieser Marke?
- Was findest du so toll an dieser Marke?
- Was erwartest du von dieser Marke?
- Welche Story erzählt diese Marke und warum zieht es dich an?
- Welche Emotionen wecken diese Marke bei dir?

Nachdem du diese Fragen beantwortet hast, drehe sie einfach um und frage dich selbst:

- Warum sollen andere meiner Marke vertrauen?
- Was werden andere toll finden an meiner Marke?
- Was möchte ich, dass Leute von meiner Marke erwarten können und welche Emotionen möchte ich mit meiner Marke wecken?

Das sind sehr wichtige Fragen, um wirklich eine starke persönliche Marke aufzubauen und du musst einfach überlegen, wie du die Antworten auf diese Fragen in deinem Marketing ständig immer wieder einbaust, um eine stabile, hervorragende und strahlende persönliche Marke aufzubauen. Z.B. regelmäßiger Kontakt mit deinen Followern, das baut Vertrauen auf. Sich trauen, Persönliches zu zeigen, das baut die Story deiner Marke auf und das baut Loyalität auf, das macht neugierig und das weckt auch Emotionen.

Professionelles Auftreten online und offline und immer das Beste zu geben. Das stärkt auch deine Positionierung und Glaubwürdigkeit. Ich hoffe, du hast jetzt ein bisschen Inspiration und Ideen bekommen wie du deine persönliche Marke noch stärker aufbauen kannst. Nutze wie gesagt die Zeit jetzt, um diese Fragen zu beantworten damit dein Business nach dieser Pause wie ein Phönix aus der Asche steigen kann.

Gib mir gerne ein Like oder ein Kommentar oder teile das Video mit Leuten, die auch eine starke persönliche Marke aufbauen wollen und wenn du Fragen hast und wenn du möchtest, melde dich bei mir, wenn du dich ein bisschen über deine persönliche Marke austauschen möchtest. Ich freue mich. Bis bald, tschüss.

Jetzt ist die Frage, warum haben die skandinavischen Länder so einen guten Ruf? Oder so eine positive Marke. Ich als Schwedin bin sehr dankbar für die Arbeit die Pippi Langstrumpf, die Kinder aus Bullerbü, Abba und Ikea vor vielen Jahren gemacht haben, die einfach ein gutes Bild von Schweden hinterlassen hat und was mein Leben auch einfacher macht und vielleicht auch von diesem Herrn hier. Deutschland hat ja auch einen guten Ruf. Made in Germany ist ja unschlagbar. Das will ja die ganze Welt haben. Manchmal versuchen andere davon zu profitieren. Z.B. P&C hat eine eigene Marke, die heißt Christian Berg by Stockholm. Da denk ich auch, jetzt versuchen sie Schweden zu nutzen, um mehr Pullover zu verkaufen. Aber egal, wenn das klappt, dann ist doch gut.