

Selbstmarketing: Klappern gehört zum Handwerk

Ist Ihnen das auch schon passiert, dass ein Kollege oder eine Kollegin wieder mal die neue, spannende Aufgabe bekommen hat, die Sie wahrscheinlich viel besser erfüllen könnten? Als Sie Ihren Chef darauf angesprochen haben, war er sehr überrascht über Ihr Interesse. Ein Chef von heute kann kaum noch einen Einblick in die komplexen Aufgaben seiner MitarbeiterInnen haben und hat meist lediglich eine vage Vorstellung Ihrer Stärken. Er kann kaum wissen, für welche Aufgaben und Themen sie brennen. Dabei liegt es zum Teil an uns selbst, weil wir nicht über unsere kleinen und großen Erfolge und über unsere Stärken reden. Unsere Annahmen über Marketing in eigener Sache stehen uns dabei im Weg.

Selbstmarketing ist nur etwas für Aufschneider

Mitnichten. Großes Fachwissen allein reicht heute nicht mehr aus, um auf sich aufmerksam zu machen. Zusätzlich brauchen wir kommunikatives Geschick, um Menschen von uns und unseren Vorhaben zu überzeugen. In unserer heutigen Arbeitsrealität gibt es keine Einzelleistungen mehr. Wir sind auf die Zusammenarbeit mit anderen Menschen angewiesen und brauchen deren Vertrauen in uns, um unsere Aufgaben erfüllen zu können.

Gute Leistung setzt sich von selbst durch

Wenn sie herausragend ist, dann möglicherweise ja. Doch Leistung ist nur ein Aspekt unter mehreren. Und was nutzt die tollste Leistung, wenn die wichtigen Personen in unserem Umfeld sie nicht wahrnehmen? Wir müssen selbst aktiv werden, damit wir wahrgenommen werden. Wir können kommunizieren, Netzwerke knüpfen und Win-Win-Situationen schaffen, um unseren Ruf im Unternehmen zu prägen und unsere Bekanntheit zu erhöhen.

Wie können Sie Selbstmarketing für sich betreiben? Bevor Sie nach außen gehen, analysieren Sie zentrale Punkte für sich:

- Sie klären Ihr berufliches Ziel unter Berücksichtigung Ihrer familiären Situation,
- Sie machen sich Ihre Fach- und Spezialkenntnisse, Ihre Erfahrungen und Erfolge bewusst, die für Ihr berufliches Umfeld von Bedeutung sind,
- Sie wissen, wer Ihre relevanten Zielgruppen sind,
- Sie kennen deren spezifische Interessen, wissen, wie diese „ticken“ und
- Sie verankern sich durch Ihre Kommunikation in deren Gehirnen.

Im Karriere-Coaching wundern sich meine Klienten, dass sie nach einem einzigen Gespräch mit ihrem Chef nicht gleich mit einer verantwortungsvollen Aufgabe betraut werden. Im Marketing und in unserem Selbstmarketing braucht es viele Wiederholungen, bis die Botschaft beim Kunden, also bei unseren Gesprächspartnern ankommt und fest verankert ist.

Gerne unterstütze ich Sie als Karriere-Coach auf dem Weg zu authentischem und wirksamen Selbstmarketing – damit Sie nie wieder übersehen werden. Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme.