

Ing. Schönberg Christian

Softwareentwicklung

Einzelpreis: kostenlos



Ing. SCHÖNBERG Christian *
Softwareentwicklung

Schallermühle 6/5,

A-4844 Regau

christian@schoenberg.co.at

*) Einzelunternehmen
SCHÖNBERG gegründet 2002
© 2002 – 2014

[Impressum hier klicken](#)

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose
Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Branding als Experte

In fast allen Branchen und Geschäftsbereichen gibt es viele **tausende Angebote**, von gut qualifizierten Anbietern, mit ähnlich überzeugenden Verkaufsargumenten und aufgrund des Konkurrenzkampfes zu einem zumeist niedrigen Preis. Noch vor 10 Jahren reichte es aus als **Experte** zu gelten, damit dieser erfolgreich sein konnte. Inzwischen gibt es aber so viele Experten, dass auch der **Expertenstatus** allein nicht mehr genügt. Daher ist das sogenannte **Branding als Experte** von immenser Bedeutung. Ein Experte zeichnet sich damit aus, dass dieser deutlich mehr über ein bestimmtes Thema weiß, als eine Durchschnittsperson, die sich ebenfalls mit diesem Thema beschäftigt. Aber mindestens so wichtig ist, dass der **Expertenstatus** von Kunden, Medien, usw. auch als solcher **wahrgenommen** wird. Die Voraussetzung dafür ist, dass Ihr eigenes Angebot **aus der Masse herausstechen** muss und dass bei Ihren Kunden das notwendige **Vertrauensverhältnis** zu Ihnen entsteht.



Die drei Schritte dazu:

I.) persönliche Marke kreieren:

dies wird auch als **Personal Branding** bezeichnet. Dabei sollten vor allem Ihre **Einzigartigkeit** sowie Ihre **Autorität** zur Geltung kommen. Dafür müssen Sie aber im vor hinein klären, welche **Ziele** Sie erreichen möchten und in welchem Bereich Sie als Experte gelten möchten. Dann ist zu beachten, dass es grundsätzlich **2 Modelle** für das eigene Einkommen gibt. Einerseits "**Zeit gegen Geld**", dass jedoch durch den 24-Stunden Tag begrenzt ist und andererseits ein **skalierbares Einkommen**, das beinahe unbegrenzt ist (z.B. Verkauf einer Software, Ebooks, ...), dafür aber mit **mehr Risiko** verbunden ist. Außerdem sollte im vor hinein mit sich selbst abgeklärt werden, wer die **Zielgruppe (Kunden)** sein soll und auch in welchem **Preissegment** (entweder Billiganbieter oder im Premiumsegment) sie Ihre Produkte anbieten möchten.

Dann gibt es **3 Möglichkeiten**, wie Sie Ihre Leistungen anbieten können:

- 1. der direkte Zugang:** Dabei treten Ihre Kunden direkt mit Ihnen in Kontakt. Dies hat allerdings den Nachteil, dass Sie Zeit gegen Geld tauschen und das Einkommen daher begrenzt ist.
- 2. das gemischte Modell:** Dabei treten Sie zwar auch direkt mit Ihren Kunden in Kontakt, aber im Gegensatz zum direkten Zugang, gleichzeitig mit vielen hunderten Personen (z.B. über Vorträge, Webinare, ...)
- 3. kein persönlicher Zugang:** Dazu zählen skalierbare Produkte, wie z.B. Audio-CDs, Videokurse, Softwareprogramme, usw.

Personal-Branding

FAZIT:

Obwohl sich "Branding" nicht von heute auf morgen durchführen lässt, sondern etwas Geduld erforderlich ist, ist Branding langfristig eine sehr nützliche Maßnahme, um erfolgreich zu sein.

Strategische Produkte

Kontakte und Kunden pflegen

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Dabei spielt es betreffend Ihren Zeitaufwand keine große Rolle, ob 100 Kunden oder 10.000 Kunden Ihre Produkte kaufen.

Beim **Personalbranding** sollten auch alle Möglichkeiten des Internet ausgenutzt werden, z.B. **Kanäle** wie Twitter, Facebook, XING, LinkedIn, usw., dann einen **eigenen Blog** und noch weitere verfügbare Maßnahmen. Diese verschaffen Ihnen das Vertrauen von Ihren Kunden.

II.) strategische Produkte erstellen

Ihre Produkte sollten eine möglichst **große Zielgruppe** ansprechen. Außerdem sollte die Angebote in mehreren **Preissegmenten** erstellt werden (ein **Low-Ticket** oder Gratisangebot, ein **Mid-Ticket** und ein **High-Ticket-Produkt**).

Dabei gibt es **drei Hauptmodelle**:

- 1. Urhebermodell:** Dabei erstellen Sie Ihre Produkte selbst und sind dann natürlich der alleinige Urheber und Eigentümer der Produkte. Die Erstellung der Produkte ist aber dafür mit Zeitaufwand verbunden.
- 2. Kollaborationsmodell:** Dabei lassen Sie das Produkt von jemandem anderen erstellen und bieten es zusammen mit den anderen Partnern zum Verkauf an.
- 3. Herausgebermodell:** Dabei lassen Sie die Texte durch einen Ghostwriter schreiben und sichern sich dabei aber die Urheberrechte an den Werken.

Kanäle: da es unterschiedliche **Menschentypen** gibt (visuelle, auditive, verbale, physische, logische und Einzelgängerische Menschentypen) sollten Sie möglichst alle zur Verfügung stehenden Medien (**Multimedia**) für sich nutzen.

Wie Sie Angebote gestalten?

- **den hohen Wert Ihrer Produkte vermitteln:** die Produkte, die Sie Ihrer Zielgruppe anbieten, müssen für Ihre Kunden einen hohen Mehrwert und Nutzen (Benefit) haben.
- **Glaubwürdigkeit:** Diese ist Grundvoraussetzung, damit Kunden mit gutem Gewissen Ihre Produkte kaufen. Daher sollten Sie unbedingt darauf achten, dass Ihre Kunden auf Ihre Glaubwürdigkeit vertrauen können.
- **Glaubwürdigkeit Ihrer Produkte:** Das Angebot sollte dabei realistisch sein und nicht übertrieben. Ansonsten führt dies zwar möglicherweise zu einem Verkauf, aber beim Kunden anschließend zu einer Enttäuschung, sodass das Vertrauensverhältnis und die Glaubwürdigkeit zerstört ist.
- **Vollständigkeit:** Nach dem Motto "halbe Sachen sind nichts wert", sollte Sie Ihren Kunden immer vollständige Produkte anbieten.
- **Klarheit:** Ihr Kunde muss genau vermittelt bekommen, wie er Ihre Produkte oder Dienstleistungen erwerben kann. Also eine klare "Call-to-Action" (Handlungsaufforderung).

III.) Kunden, Kontakte und Beziehungen pflegen

Dabei ist es von großer Bedeutung, dass Sie **loyale Stammkunden** aufbauen. Dafür zählt vor allem das Ihre Kunden Sie als **Autorität** wahrnehmen und Sie sich um Ihre **Kunden kümmern** und diese inspirieren (**Affinität**). Und zu einer der wichtigsten Punkte zählt die **Aufmerksamkeit**. Diese können Sie erreichen, indem Sie etwas **Bemerkenswertes** machen oder ein **Problem** für Ihre Zielgruppe **lösen**.

SCHÖNBERG
Softwareentwicklung



<http://schoenberg.company>