



ONLINE MARKETING & BRANDING

DIE RICHTIGE POSITIONIERUNG

“Genau das meine ich”

“Er/Sie versteht mich”

“Wow, bei ihm/ihr fühle ich mich richtig abgeholt”

= Distanzmarketing



~~“Das machen wir anders!”~~

Das Ergebnis davon: Benefit
Emotionen wecken (rechte Gehirnhälfte, linke dann
mit Logik Daten, Fakten)

DIE RICHTIGE POSITIONIERUNG

Kreiere Wert!

und hole den Kunden
ab!

“Er/Sie versteht mich”

“Genau das meine ich”

“Wow, bei ihm/ihr fühle ich mich richtig abgeholt”

= Distanzmarketing

DIE RICHTIGE POSITIONIERUNG

Kreiere Wert!

und hole den Kunden
ab!

“Er/Sie versteht mich”

“Genau das meine ich”

“Wow, bei ihm/ihr fühle ich mich richtig abgeholt”

= Distanzmarketing

DAFÜR BRAUCHEN WIR EINE
BÜHNE

UND UNSERE BÜHNE BIETET UNS

...



ONLINE MARKETING & BRANDING

PERSONAL BRAND =



ONLINE MARKETING & BRANDING

PERSONAL BRAND =

WIE DIE WELT DICH SIEHT
+
REPRÄSENTATION, WIE DU
DICH SELBST SIEHST



ONLINE MARKETING & BRANDING



**WENN DU DEINE MARKE NICHT
DEFINIERST, TUT ES EIN ANDERER FÜR
DICH!**



ONLINE MARKETING & BRANDING



Nutze ALL deine Bühnen!

ON- und OFFLINE!

Social Media

Website

Broschüren

Veranstaltungen

Messen

Bühnen, die dir gegeben werden und Bühnen, die du selbst erschaffen kannst!



ONLINE MARKETING & BRANDING

Gezielte Marketing- und Kommunikationsstrategien



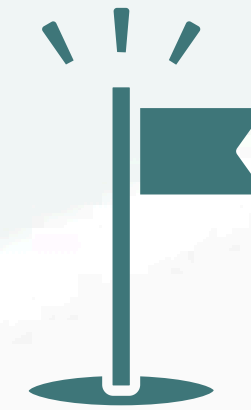
Zielgruppenausrichtung

Zielgruppe verstehen und gezielt auf Bedürfnisse & Werte kommunizieren

Das richtige Contentmanagement



ONLINE MARKETING & BRANDING

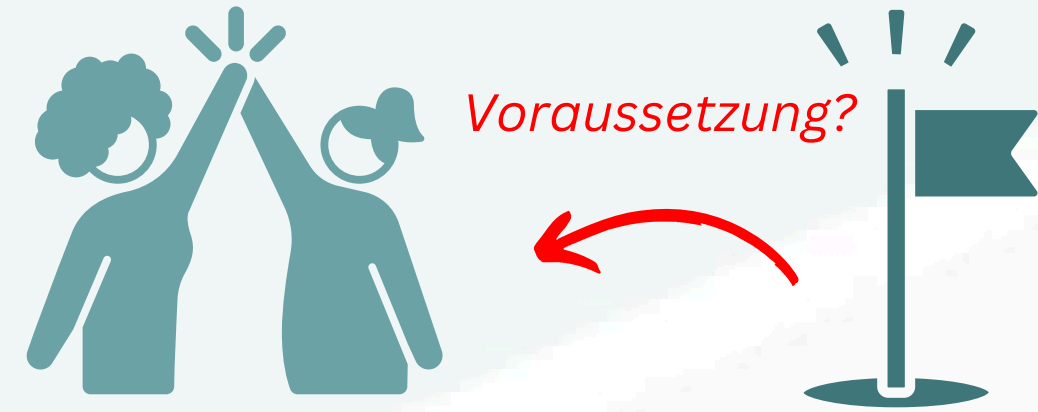


Ziel

Menschen in die
Handlung zu bringen



ONLINE MARKETING & BRANDING



Überzeugung

Distanz-/ Online
Marketing: Menschen
über Distanz zu
überzeugen

Ziel

Menschen in die
Handlung zu bringen



ONLINE MARKETING & BRANDING



Vertrauen

Gefühl von Sicherheit & Vertrauen

Voraussetzung?



Überzeugung

Distanz-/ Online Marketing: Menschen über Distanz zu überzeugen

Voraussetzung?



Ziel

Menschen in die Handlung zu bringen



ONLINE MARKETING & BRANDING

DER RICHTIGE CONTENT



Bedürfnisse

erkennen & richtig adressieren

Wann passiert das?



Vertrauen

Gefühl von Sicherheit & Vertrauen

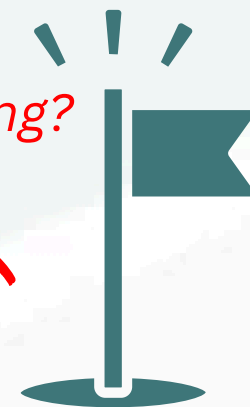
Voraussetzung?



Überzeugung

Distanz-/ Online Marketing: Menschen über Distanz zu überzeugen

Voraussetzung?



Ziel

Menschen in die Handlung zu bringen



ONLINE MARKETING & BRANDING

DER RICHTIGE CONTENT



Bedürfnisse

erkennen & richtig adressieren

Wann passiert das?



Vertrauen

Gefühl von Sicherheit & Vertrauen

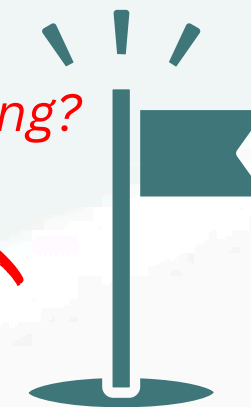
Voraussetzung?



Überzeugung

Distanz-/ Online Marketing: Menschen über Distanz zu überzeugen

Voraussetzung?



Ziel

Menschen in die Handlung zu bringen

C

+

S

+

EA

=

ERFOLG

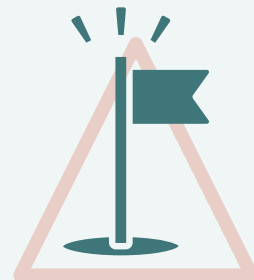
Kompetenz-Content

Sichtbarkeit

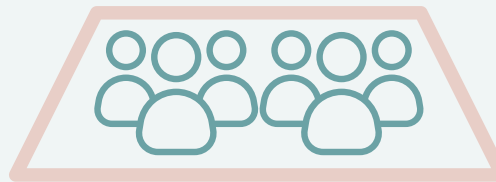
Exzellentes Angebot



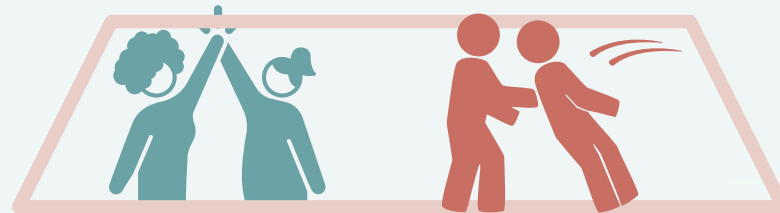
ONLINE MARKETING & BRANDING



Mehr Gewinn



Mehr Kunden & Verkauf/Kunde



Mehr Vertrauen



Mehr Sichtbarkeit



Der Richtige

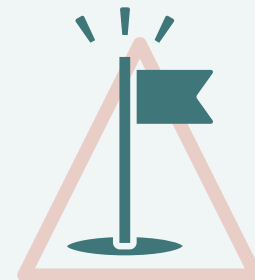
~~Mehr Content~~



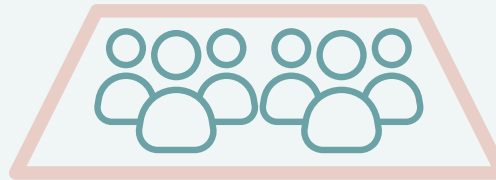
ONLINE MARKETING & BRANDING

Content

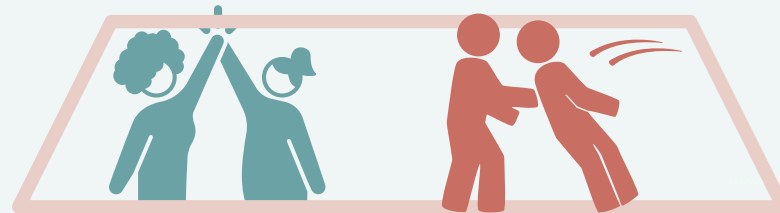
Der richtige Content & Sichtbarkeit ist ein wichtiges Fundament



Mehr Gewinn



Mehr Kunden & Verkauf/Kunde



Mehr Vertrauen



Mehr Sichtbarkeit



Der Richtige

~~Mehr Content~~



ONLINE MARKETING & BRANDING

Content

Der richtige Content & Sichtbarkeit ist ein wichtiges Fundament





CONTENT

WELCHE CONTENT ART NUTZE ICH?

4 CONTENT ARTEN

1. Autoritäts-Content	
2. Nachvollziehbarer Content	
3. Inspirierender Content	
4. Lehrender Content	

Leadgenerierung / Kundenakquise

1

Kundenbindung / Loyalität

Markenbekanntheit und -positionierung

Bildung / Informationsvermittlung

2



FREEBIE

ONLINE WORKSHOP

VERANSTALTUNG

YOUTUBE/PODCAST

SALES CALL

COMMUNITY

Merkmal → Beweis → Kundenvorteil

Merkmal → Beweis → Kundenvorteil

Merkmal = Was du anbietest (Fähigkeit, Service, Arbeitsweise)

**Beweis = Wie du es umsetzt oder warum du es kannst
(Methode, Hintergrund, Haltung)**

**Kundenvorteil = Warum das für den Kunden konkret
hilfreich ist**

Merkmale → Beweis → Kundenvorteil

Beispiel 1: Termin- und Planungscoordination

- **Merkmale:** Simone koordiniert Planungsbeteiligte virtuell und hält Projekttermine im Blick.
- **Beweis:** In 5 Projekten wurden die Planungsphasen um durchschnittlich 12 Tage schneller abgeschlossen – ohne Nachforderungen wegen verspäteter Zuarbeit.
- **Vorteil:** „Mit mir verlieren Sie keine Zeit in der Planung – ich erinnere, fordere ein, dokumentiere und halte nach.“

Merkmale → Beweise → Kundenvorteile

 Beispiele (allgemein & übertragbar)

◆ Beispiel 1: Strukturiertes Arbeiten

- **Merkmale:** Ich arbeite sehr strukturiert und organisiert.
- **Beweis:** Ich nutze digitale Tools wie [z. B. Trello, Asana, Notion] und arbeite nach festen Prioritäten- und Zeitmanagement-Methoden.
- **Kundenvorteil:** Sie behalten jederzeit den Überblick – ohne sich selbst mit Listen, Nachfragen oder Frist-Tracking aufzuhalten.

Merkmale → Beweis → Kundenvorteil

 Beispiele (allgemein & übertragbar)

◆ Beispiel 2: Technisches Verständnis (z. B. aus Studium oder früherer Tätigkeit)

- **Merkmale:** Ich habe fundiertes technisches Verständnis.
- **Beweis:** Durch mein Fachstudium / meine Ausbildung kann ich Prozesse, Systeme oder Inhalte schnell erfassen und korrekt einordnen.
- **Kundenvorteil:** Sie müssen mir nichts dreimal erklären – ich spreche Ihre Sprache und denke fachlich mit.

Merkmale → Beweise → Kundenvorteile

 Beispiele (allgemein & übertragbar)

◆ Beispiel 3: Kommunikationsstärke

- **Merkmale:** Ich bringe Ordnung in unklare Kommunikation.
- **Beweis:** Ich fasse komplexe Informationen verständlich zusammen – schriftlich, klar und auf den Punkt.
- **Kundenvorteil:** Ihre Kund:innen, Partner oder Teammitglieder verstehen sofort, worum es geht – das spart Zeit, Missverständnisse und Rückfragen.

Merkmale → Beweis → Kundenvorteil

Tipp: Alternativen zu „Beweisen“, wenn Erfahrung fehlt

Wenn du keine Projekte oder Zahlen hast, nutze stattdessen:

- **Methoden, mit denen du arbeitest** (z. B. Kanban, Getting Things Done, CRM-Systeme)
- **Wissen oder Training**, das du absolviert hast (z. B. Weiterbildung, Tools, Studiengänge)
- **Typische Situationen**, die du gut lösen kannst (z. B. Chaos in Teams, fehlende Struktur)
- **Eigenes Mindset oder Prinzipien** (z. B. Verlässlichkeit, Klarheit, Mitdenken)

Merkmale → Beweis → Kundenvorteil

- ✓ **Wie du überzeugst, auch wenn du neu startest (ohne Beweise oder Projekte)**

1. Fokus auf zukünftigen Nutzen, nicht vergangene Erfolge

Statt zu sagen:

„Ich habe noch keine Projekte gemacht.“

Sage lieber:

„Was Sie mit mir bekommen: eine strukturierte, zuverlässige Unterstützung, die mitdenkt und entlastet – von Anfang an.“

📌 **Grundidee: Du musst nicht beweisen, was du getan hast, sondern was du für andere tun wirst. Formuliere aus Sicht des Kunden:**
„Ich übernehme...“, „Ich unterstütze...“, „Ich bringe...“

Merkmale → Beweis → Kundenvorteil

2. Fachliche Kompetenz klar und konkret machen

Statt zu sagen:

„Ich bin qualifiziert.“

„Ich habe einen technischen Hintergrund.“

Besser konkret:

„Ich verstehe, wie Abläufe in Projekten funktionieren – von der Planung bis zur Umsetzung.“

„Ich kenne die typischen Engpässe, an denen Projekte ins Stocken geraten – genau da unterstütze ich gezielt.“

 Tipp: Zeige, wie dein Wissen anwendbar ist – nicht nur, dass du es besitzt.

Merkmale → Beweis → Kundenvorteil

3. Kundensicht einnehmen: Zeige, dass du ihre Probleme verstehst

Statt zu sagen:

„Ich bin flexibel und lernbereit.“

Sage lieber:

„Viele Unternehmen verlieren Zeit durch schlechte Koordination oder fehlende Struktur. Genau hier schaffe ich Ordnung und Entlastung.“

„Ich weiß, wie frustrierend es ist, wenn niemand Aufgaben nachhält – ich bin genau dafür da.“

📌 Ziel: Empathie erzeugt Vertrauen – zeige, dass du ihre Herausforderungen kennst, auch ohne sie selbst erlebt zu haben.

Merkmale → Beweis → Kundenvorteil

4. Überzeuge durch Arbeitsweise, nicht durch Lebenslauf

Statt zu sagen:

„Ich habe noch keine Kunden.“

Sage lieber:

„Ich arbeite systematisch – alle Aufgaben sind nachvollziehbar dokumentiert, Termine klar getrackt, Kommunikation transparent.“

„Ich nutze digitale Tools, strukturiere Aufgaben und halte Fristen nach – damit nichts untergeht.“

📌 Zeige, wie du arbeitest – dadurch wird dein Wert sichtbar, auch ohne Referenzen.

Statement & Mut zur Meinung

Wofür brauchen wir Statements & Mut zur Meinung?

1. Positionierung: Zeig, wofür du stehst

Ohne klare Meinung wirkst du austauschbar. Ein Statement macht sichtbar, **was dich von anderen unterscheidet** – und zieht die richtigen Menschen an.

👉 Menschen kaufen nicht nur, *was* du tust, sondern *warum* du es tust.

2. Vertrauen aufbauen: Klarheit schafft Verbindung

Wenn du Haltung zeigst, wirkst du greifbar und echt.

👉 Kunden vertrauen nicht der „perfekten“ Fassade, sondern **echten Überzeugungen**.

3. Orientierung geben: Mut macht entscheidbar

Dein Statement hilft potenziellen Kunden zu verstehen:

„Passt sie zu mir – ja oder nein?“

👉 Klare Meinung = klare Zielgruppe. Das spart dir Zeit, zieht die richtigen Anfragen an und schreckt falsche ab.

Wofür brauchen wir Statements & Mut zur Meinung?

4. Sichtbarkeit: Wer nichts sagt, wird übersehen

Im lauten Markt reicht es nicht, nur zu sagen, was du anbietest – du musst sagen, **warum es relevant ist und wofür du stehst.**

👉 Haltung macht sichtbar. Meinung macht merkbar.

5. Selbstvertrauen: Du darfst für etwas stehen

Viele Selbstständige „verstecken“ sich aus Angst, Kunden zu verlieren. Aber in Wahrheit:

👉 **Mut zur Meinung stärkt deinen Auftritt** – und du wirst genau deshalb gebucht.

Fazit:

Ein Statement ist kein Spruch – es ist eine Entscheidung.

Und der Mut zur Meinung ist das, was aus „ich kann alles für alle“ ein echtes, kraftvolles Business macht.

Statement & Mut zur Meinung

💡 Beispiele für eine Branding-Agentur (selbstständig)

Beispiel 1: Branding mit Persönlichkeit

- **Merkmal:** „Bei mir bekommst du kein 08/15-Design, sondern Markenauftritte mit Charakter.“
- **Beweis:** „Ich arbeite 1:1 mit dir, gehe tief in deine Werte und bringe sie sichtbar auf den Punkt.“
- **Kundenvorteil + Statement:**
 - ✅ „Marken, die sich nicht abheben, gehen unter – ich helfe dir, sichtbar du zu sein. Und das zahlt sich aus.“

Statement & Mut zur Meinung

Beispiele für eine Virtuelle Assistenz (VA)

Beispiel 1: Struktur und Entlastung

- **Merkmal:** „Ich übernehme für dich wiederkehrende Aufgaben wie E-Mail-Management, Planung oder Buchhaltungsvorbereitung.“
- **Beweis:** „Meine Kund:innen berichten regelmäßig, dass sie 5–10 Stunden pro Woche zurückgewinnen.“
- **Kundenvorteil + Statement:**
 - ✓ „Du musst nicht alles allein machen – du darfst dir Entlastung holen, damit du wieder am Unternehmen statt im Unternehmen arbeitest.“

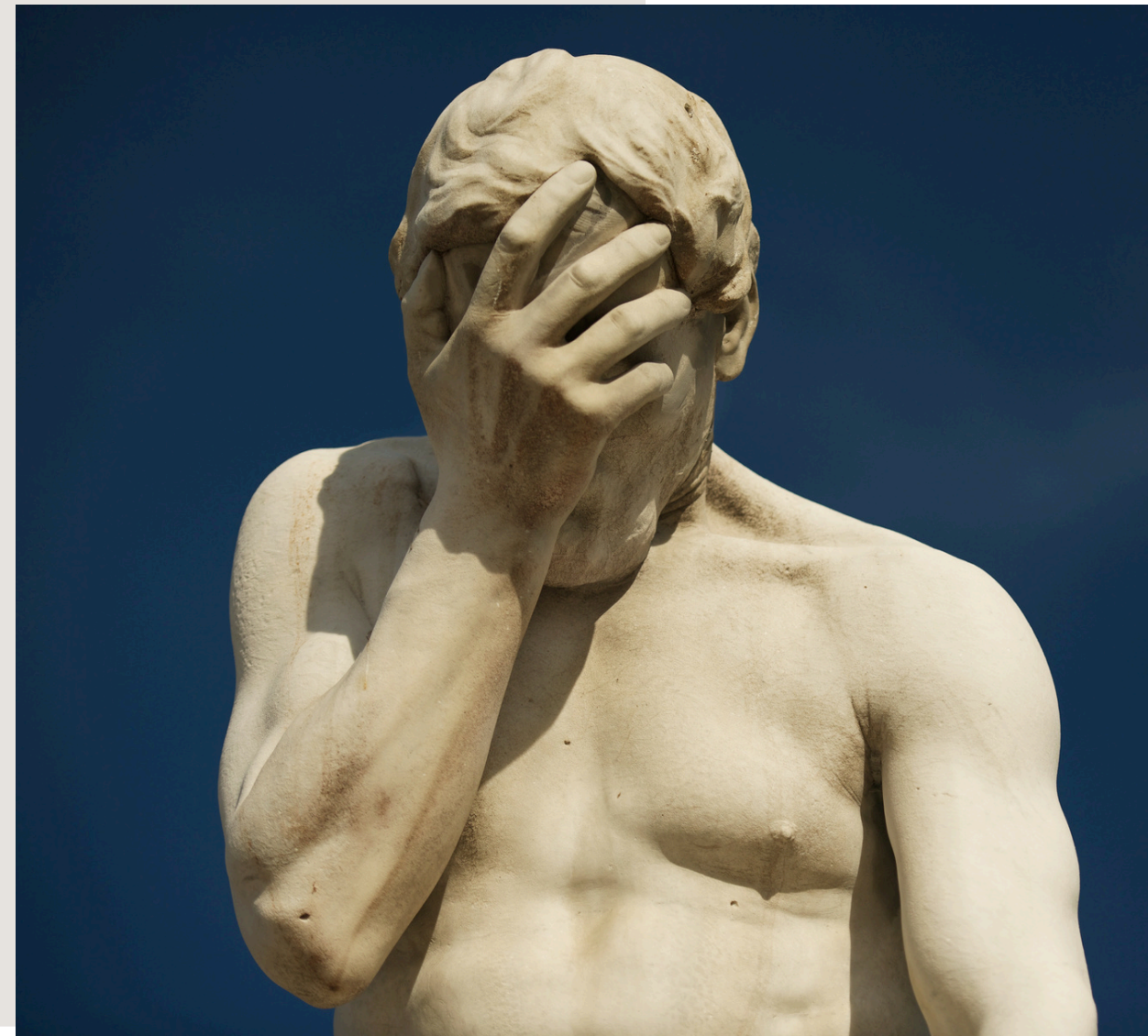
Statement & Mut zur Meinung

Beispiel 2: Verlässlichkeit

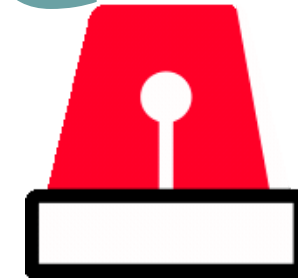
- **Merkmal:** „Ich bin keine ‚Springerin‘ – bei mir bekommst du eine konstante Zusammenarbeit auf Augenhöhe.“
- **Beweis:** „Viele meiner Kund:innen arbeiten seit über einem Jahr durchgehend mit mir.“
- **Kundenvorteil + Statement:**
 - ✓ „Verlässlichkeit ist kein Extra – sie ist der Grundstein dafür, dass du loslassen kannst.“



ONLINE MARKETING & BRANDING



SONST...



- Keine Marke, keine Sichtbarkeit
→ **keine Leadgenerierung**
- keine klare Nutzen USP, keine klare Kommunikation
→ **Kunde fühlt sich nicht abgeholt**
- keine Außenwirkung als Experte
→ **weniger Vertrauen & Sicherheit**
- Vorteile nicht auf den Punkt gebracht
→ **schnelle Welt: Kunde scrollt weiter**