

Personal Branding: Der berühmte erste Eindruck

Wie machen Sie durch einen Auftritt auf einer Messe oder einem Event, bei einer geschäftlichen Zusammenkunft oder bei einem Kundenbesuch aus Ihrer Persönlichkeit eine Marke, die nachhaltig wirkt?

LUCIA BLEULER

Lucia Bleuler Image
Management



An Business-Events geht man ausgesprochenerweise, um Kontakte und nicht zuletzt, um Geschäfte zu machen. Trotzdem besteht häufig eine unausgesprochene, aber wahrnehmbare Zurückhaltung im Leute ansprechen respektive im Angesprochen werden. Jeder hofft, der andere würde den Anfang machen. Positives Denken, aktives Zuhören und Offenheit gegenüber anderen Menschen zeigen, sind Schlüsselfaktoren.

Der berühmte erste Eindruck

Ein häufig unterschätzter Faktor ist die Kleidung, auch wenn man nicht auf der Bühne steht. Kleidung ist jenes Medium, mit dem wir normalerweise den berühmten ersten Eindruck, der von unserem Gegenüber nicht bewusst wahrgenommen, aber unbewusst interpretiert wird. Ein Outfit, welches meine Persönlichkeit und meine Botschaft unterstützt, in dem ich mich wohlfühle und das dem Anlass gerecht wird, ist bestimmt passend und auch erfolgversprechend. Hier gibt es ganz bestimmte Regeln, die von jedermann lernbar sind und trotzdem meist unbeachtet bleiben.

«Unten dunkel» gibt optische Standfestigkeit und «oben hell» macht uns kommunikativ zugänglicher. Dann gibt es eine ganze Palette von farblichen Regeln nach der Farbpsychologie. Gelb zum Beispiel ist eine kommunikative Farbe. Oder eine rote Krawatte ist gut, wenn wir nicht übersehen werden wollen und auf «Verkaufen» eingestellt sind.

Umgangsformen

In unserem Buch «Knigge für Leute von heute – wie wir erfolgreicher miteinander umgehen», werden solche Themen behandelt. Häufig wird die Frage gestellt, ob die Leute von heute nicht die Leute von gestern sind, weil sich die Umgangsregeln ja lockern oder ändern. Schwierigkeiten bereitet häufig nicht zu wissen, ob «du» oder «Sie» richtig ist. Grundsätzlich ist es richtig, unbekannte Erwachsene mit «Sie» anzusprechen. Und wenn eine Beziehung näher zusammenwächst, ist es immer noch vorteilhaft, sich an die gute Regel zu halten. Die heisst: Die ältere Person bietet das Du der jüngeren Person an und die Dame bietet es dem Herrn an. Im Geschäftsleben gilt die Regel, dass die ranghöhere Person das Du anbietet. Aber wo es Regeln gibt, kann es doch auch Ausnahmen geben, und somit finde ich es in passenden Situationen angebracht, wenn man sein Gegenüber fragt, ob es angenehm wäre, wenn wir uns duzen dürften.

Small Talk

Small Talk ist nicht allen gegeben. Jedoch auch Small Talk ist lernbar. Wagen Sie den ersten Schritt und setzen Sie ganz bewusst Ihre emotionale und soziale Kompetenz ein. Stellen Sie keine Ja-Nein-Fragen, sondern nutzen Sie offene Fragen, weil sie eine differenzierte Antwort, gerade auch für im Small Talk unübliche Antwortende, ermöglichen. Machen Sie es wie die erfolgreichsten Verkäufer dieser Welt: Seien Sie ein guter Zuhörer: 80 Prozent zuhören, 20 Prozent sprechen. Im Personal Branding geht es nicht darum, möglichst unauffällig und uniform zu sein und auch nicht um eine falsch verstandene Inszenierung einer «Persönlichkeit»! Eine offene und ehrliche, jedoch zuvorkommende Haltung ist erfolgversprechend. ●

Seminare in PERSONAL BRANDING:

Professioneller Small Talk: Auftrittskompetenz

Freitag, 28.10.11, 17–22, Zürich

Savoir vivre:

Gastgeber/in sein «businesslike»

Donnerstag, 9.2.11, 17–22, Zürich

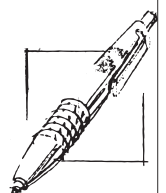
Outfit ist Kommunikation:

Persönliche Farb- und Stilberatung

Samstag, 27.08.11, 9.30–16.30, Zürich

WIPEX.ch

Werbeartikel und textile Werbeträger



8200 Schaffhausen ■ Tel. 052 630 20 20