

Was ist Image?

Eine neue Modeerscheinung oder etwas zum Essen?

Image ist immer das, was andere von uns denken. (Andreas Wenzlau)

Kurz entschlossen haben sich zwei Unternehmer Ende Mai wieder in Stuttgart dem scharfen Spiegel Ihres Fremdbildes gestellt! Es war ein Powerseminartag DAS MARKENZEICHEN ICH mit vielen Erkenntnissen, intensiven Fragen und Antworten, tollen Tipps für Marketing und dem eigenen Erscheinungsbild und anregende Impulse für ein souveränes und selbstsicheres Auftreten.

Ob langjähriger Unternehmer oder junger Existenzgründer. Es gab viel über Charisma und Selbstwert zu erfahren und die Zeit verflog im Handumdrehen. Warum man das Seminar nicht schon lange gemacht habe? Eine Frage, die auch bei den Steinseifer-Seminaren immer wieder gestellt wird! Hinterher ist man halt schlauer!

Die Teilnehmer haben den Seminartag mit einer glatten 1 ausgezeichnet! Vielen Dank! Die müden aber strahlenden Gesichter beim Abschied sind der beste Lohn.

Wie wichtig ist für Sie Ihr Image?

Haben Sie sich schon einmal ehrlich gefragt, welche Spur Sie oder auch Ihre Mitarbeiter bei Ihren Kunden hinterlassen?

Wie oft haben Sie sich schon vorgenommen, Ihrem Erscheinungsbild, Ihrer Berufskleidung und auch Ihrem Kleiderschrank einen Feinschliff zu gönnen? Auch von Kunden haben Sie schon einmal kritische Bemerkungen gehört, wie vielleicht auch so mancher Mitarbeiter in seiner Arbeitskleidung und Benehmen negativ aufgefallen ist? Haben Sie etwas unternommen?

Die eigene persönliche Wertigkeit in der Imagepflege, auch nach außen dargestellt, wird leider im Alltag oft für Werkzeuge und Maschinen oder dem langersehnten Urlaub vorgezogen.

Was gehört zu einem seriösen und authentischen Firmenauftritt?

Der Unternehmer als Vorbild selbstverständlich und seine Mitarbeiter als Visitenkarte seiner Unternehmensphilosophie!

Das richtige Image

Berufszweig und Image: Zu jedem Berufszweig gehört immer ein bestimmtes Image. Egal ob es sich um einen multinationalen Konzern, ein Einzelunternehmen oder eine gemeinnützige Organisation handelt, ein klares Unternehmensimage ist von wesentlicher Bedeutung für die Kommunikation mit den Klienten und Partnern des Unternehmens. Es geht um ein einheitliches Bild. Daran wird von Ihrem Umfeld abgelesen, worum es bei Ihnen geht und was Ihre Ziele bei der Kundenbegeisterung sind.

Die Frage ist unerheblich, ob wir ein gutes Image brauchen. Die eigentliche Frage sollte sein, ob uns das Bild gefällt, welches wir anderen von uns vermitteln. Entscheidend ist dafür aber auch, zu hinterfragen, wann und in welchen Situationen effektive Image-Indikatoren eingesetzt werden sollten, um erfolgreich zu handeln.

Wollen Sie Ihr Image positiv verändern, dann sollten Sie Ihre Stärken und Ihre Schwächen kennen.

Das setzt voraus, dass Sie zunächst einmal bereit sind, Ihre Persönlichkeit zu entfalten; sich Ihrer Stärken und Schwächen, und vor allem auch der Wirkungsweise auf andere bewusst werden; Ihre Gesprächspartner aufmerksamer als bisher beobachten, um auch mal die Perspektive des anderen kennenzulernen:

- ▲ Stimme, Wort und Gestik gezielt einsetzen
- ▲ über gute Umgangsformen verfügen
- ▲ in Ihre Erscheinung investieren
- ▲ glaubhafte Begeisterung an Ihre Kunden vermitteln
- ▲ sympathisch und selbstsicher auftreten
- ▲ auf verständliche Weise kommunizieren
- ▲ die individuellen Erwartungen Ihrer Kunden übertreffen
- ▲ Ihre positiven Emotionen zielsicher einsetzen und mit Ihren negativen Emotionen gut umzugehen wissen
- ▲ auf sich dezent aber wirkungsvoll aufmerksam machen
- ▲ selbst als nachzueiferndes Vorbild auftreten, ohne dabei Ihre Gesprächspartner übertrumpfen zu wollen

Wann ist die beste Zeit, Ihrem Image einen Feinschliff zu schenken? Schieben Sie es nicht auf die lange Bank, denn einen schlechten Ruf wieder in einen guten und professionellen Ruf zu wandeln, ist weitaus kosten- und zeitaufwendiger als sich mit dem Markenzeichen ICH dem Selbst- und Fremdbild zu stellen. Auf was warten Sie noch? Die nächsten Termine finden Sie im Seminarkalender oder nehmen Sie gleich hier Kontakt mit mir auf.

Ihre

Evelin S. Knauß