

Übersicht

Vorwort zur deutschen Ausgabe	18
I Eigenwerbung – wozu das?	21
1 Willkommen bei der Party	23
2 Wie passen Sie dort hinein?	41
II Networking ist alles: So bauen Sie Ihr Netzwerk auf	57
3 Im Blog die eigene Geschichte erzählen	59
4 LinkedIn und Xing: Netzwerken auf Speed	93
5 Mitreden bei Twitter	117
6 Unter Freunden bei Facebook	139
7 Die Ich-Marke am Markt einführen	165
8 Erfolgsmessung: Die mögen mich ja!	185
III Ich-Markenwerbung in der realen Welt	207
9 Das Wie der Netzwerkpflege	209
10 Öffentliches Sprechen bringt Sie nicht um	245
11 Ich bin ein Autor!	275
12 Mit dem hier Gelernten den Traumjob finden	301
Stichwortverzeichnis	329

Inhaltsverzeichnis

Leserstimmen zu „Die Ich-Marke“	13
Danksagungen	14
Danksagung des Lektorats	15
Vorwort	16
Vorwort zur deutschen Ausgabe	18
I Eigenwerbung – wozu das?	21
1 Willkommen bei der Party	23
1.1 Was ist Eigenwerbung?	25
1.1.1 Warum ist Eigenwerbung wichtig?	25
1.1.2 Was Eigenwerbung nicht ist	25
1.1.3 Was leistet Eigenwerbung für Sie und Ihre Karriere?	26
1.2 Die Ich-Marke	26
1.2.1 Was ist persönliches Branding?	27
1.2.2 Erschaffen Sie Ihre Marke	27
1.2.3 Wie Sie Ihre Marke aufbauen	28
1.3 Die fünf universellen Ziele der Ich-Marke	29
1.3.1 Entdecken Sie, was Sie begeistert (ohne Begeisterung können Sie keine Ziele erreichen)	29
1.3.2 Seien Sie selbstbewusst (Sie dürfen ruhig über sich reden)	31
1.3.3 Erzählen Sie Ihre Geschichte (nur durch Ihre Geschichte sind Sie etwas Besonderes)	33
1.3.4 Knüpfen Sie Beziehungen (aus Beziehungen ergeben sich Chancen)	34
1.3.5 Werden Sie aktiv (auch ein kleiner Schritt ist ein Schritt vorwärts)	36
1.4 Wer braucht Eigenwerbung?	37
1.5 Unsere Helden	39
2 Wie passen Sie dort hinein?	41
2.1 Grundlagen der persönlichen Markengeschichte	43
2.1.1 Die Autobiografie Ihrer Ich-Marke	43
2.1.2 Prioritäten in der persönlichen Markengeschichte	44
2.1.3 Die eigene Markenbiografie schreiben	45
2.1.4 Wie nutzen unsere Helden die persönliche Markenbiografie?	48
2.2 Die gesamte Markengeschichte erzählen	50

Inhaltsverzeichnis

2.3	Die Dos und Don'ts Ihrer Markengeschichte	53
2.3.1	Stellen Sie keine Bilder ins Netz, die Ihre Mutter schockieren würden	53
2.3.2	Ihre persönliche Markengeschichte ist kein Verkaufsgespräch	53
2.3.3	Stellen Sie nichts ins Internet, das Sie später bedauern	53
2.3.4	Äußern Sie Ihre Bitte nicht als Erstes, sondern als Zweites	54
2.3.5	Bleiben Sie bei der Sache	54
2.3.6	Unterschätzen Sie nicht die Macht Ihres Netzwerks	55
2.3.7	Investieren Sie in sich selbst	55
2.3.8	Investieren Sie in andere	55
2.3.9	Seien Sie aktiv und wahrnehmbar	56
2.3.10	Nehmen Sie sich Zeit für sich selbst	56
II	Networking ist alles: So bauen Sie Ihr Netzwerk auf	57
3	Im Blog die eigene Geschichte erzählen	59
3.1	Was ist Bloggen?	61
3.2	Einige Begriffe	63
3.3	Warum sollten Sie bloggen?	63
3.4	Eine Blogging-Plattform auswählen	66
3.4.1	Blogspot.com/Blogger.com	66
3.4.2	WordPress.com und WordPress.org	68
3.4.3	Andere Blogging-Plattformen	69
3.5	Welche Plattform sollten Sie wählen?	72
3.6	Ein Blog einrichten	73
3.7	Einen Domain-Namen kaufen und hosten	75
3.8	Inspiration holen	75
3.9	Worüber sollten Sie schreiben?	76
3.10	Themen finden	79
3.11	Wie man einen Blog-Beitrag schreibt	80
3.12	Für Menschen oder Suchmaschinen schreiben	82
3.13	Wie oft sollten Sie schreiben?	83
3.14	Wie lang sollten Ihre Beiträge sein?	84
3.15	Meine Beiträge sind aber zu lang	85
3.16	Suchmaschinenoptimierung durch Blogging	86
3.17	Wie lässt sich das auf unsere vier Helden anwenden?	88
3.18	Die Dos und Don'ts des Blogging	89
3.18.1	Dos	89
3.18.2	Don'ts	90
3.19	Ein letzter Hinweis zu den „Regeln“ des Blogging	91
4	LinkedIn und Xing: Netzwerken auf Speed	93
4.1	Grundlagen von LinkedIn und Xing	95
4.1.1	Was ist in einem LinkedIn-Profil enthalten?	95

4.1.2	Die besten Funktionen von LinkedIn	100
4.1.3	Kontakte knüpfen auf LinkedIn	102
4.1.4	So werden aus Kontakten Beziehungen	107
4.1.5	Die Bedeutung von Empfehlungen	108
4.2	Zehn Dos und Don'ts für LinkedIn	112
4.2.1	Laden Sie ein professionelles Bild hoch	112
4.2.2	Vernetzen Sie sich mit Ihren wirklichen Freunden und Kontakten	113
4.2.3	Halten Sie Ihr Profil auf dem neuesten Stand	113
4.2.4	Löschen Sie Spammer aus Ihren Kontakten	114
4.2.5	Nehmen Sie sich Zeit für Ihre Zusammenfassung	114
4.2.6	Verwenden Sie LinkedIn nicht wie Facebook und Twitter	114
4.2.7	Synchronisieren Sie LinkedIn nicht mit Twitter	114
4.2.8	Einladungen sollten Sie nicht ablehnen, sondern archivieren	115
4.2.9	Bitten Sie nicht jeden um eine Empfehlung	115
4.2.10	Vergessen Sie nicht die Grammatik- und Rechtschreibprüfung	116
5	Mitreden bei Twitter	117
5.1	Warum sollten Sie Twitter benutzen?	118
5.2	Was kann Twitter für Sie tun?	119
5.3	Wie verwendet man Twitter?	121
5.3.1	Ein Twitter-Profil erstellen	121
5.3.2	Follower gewinnen	123
5.3.3	Tweets versenden	124
5.3.4	Content retweeten	125
5.4	Anwendungen für Twitter	127
5.4.1	Desktop-Anwendungen	129
5.4.2	Webanwendungen	130
5.4.3	Mobile Anwendungen	131
5.5	Was sollten Sie twittern (und was nicht?)	132
5.6	Dos und Don'ts für Twitter	136
5.7	Wie lässt sich das auf unsere vier Helden anwenden?	137
6	Unter Freunden bei Facebook	139
6.1	Warum sollten Sie Facebook nutzen?	140
6.2	Was kann Facebook für Sie tun?	142
6.2.1	Frühere Klassenkameraden und Kollegen wiederfinden	142
6.2.2	Professionelle Eigenwerbung mit einer Facebook-Seite	143
6.2.3	Für einen guten Zweck eintreten	143
6.2.4	Veranstaltungen vor Ort finden und besuchen	143
6.3	Was Sie zuerst über Facebook wissen sollten	144
6.3.1	Seite und persönliches Profil	145

Inhaltsverzeichnis

6.3.2	Die Grundlagen: ein persönliches Profil erstellen	147
6.3.3	So behalten Sie die Kontrolle über Ihr Profil	150
6.4	Die Privatsphäre-Einstellungen Ihres Profils	150
6.4.1	Privatsphäre-Einstellungen für Ihr persönliches Profil	151
6.5	Mit individueller URL arbeiten	152
6.6	Wie kann ich eine Seite für meine Ich-Marke einsetzen?	153
6.7	Content-Wachstum mit Insights beobachten	156
6.8	Die Facebook-Seite einrichten	157
6.9	Fünf gute Tipps für Ihre Facebook-Nutzung	159
6.10	Zehn Dos und Don'ts für Facebook	160
7	Die Ich-Marke am Markt einführen	165
7.1	Was ist eine Ich-Marken-Kampagne?	167
7.2	Welche Positionierungs- und Geschäftsaussage treffen unsere Helden?	169
7.3	Warum ist eine Ich-Marken-Kampagne wichtig?	172
7.4	So bauen Sie Ihre Ich-Marken-Kampagne auf	173
7.4.1	Die Ich-Marken-Kampagne entwickeln	173
7.4.2	Die Ich-Marken-Kampagne umsetzen	175
7.4.3	Die Ich-Marken-Kampagne automatisieren	177
7.5	Ein eigener Weg für Ihre Ich-Marken-Kampagne	178
7.6	Und wie lancieren unsere Helden ihre Marken?	181
7.7	Dos und Don'ts beim Lancieren Ihrer Ich-Marke	182
8	Erfolgsmessung: Die mögen mich ja!	185
8.1	Warum Sie Messungen benötigen	187
8.2	Was sollten Sie messen?	187
8.2.1	Reichweite	188
8.2.2	Qualität versus Quantität	188
8.2.3	Sichtbarkeit	189
8.2.4	Einfluss	190
8.3	Wie sollten Sie messen?	192
8.3.1	Die Wirkung Ihres Blogs messen	193
8.3.2	Google Analytics für Ihr Blog	194
8.3.3	Ihre Wirkung bei Twitter messen	198
8.3.4	Ihre Wirkung auf LinkedIn messen	200
8.3.5	Ihre Wirkung auf Facebook messen	201
8.4	Zehn Programme für die Datensammlung	201
8.5	Die Ich-Marke effektiv messen	203
8.6	Wie können unsere Helden Analytics und Messwerkzeuge einsetzen?	204
8.7	Dos und Don'ts für Analytics und Messungen	205

III	Ich-Markenwerbung in der realen Welt	207
9	Das Wie der Netzwerkpflege	209
9.1	Warum sollte ich mein Netzwerk pflegen?	212
9.2	Eine Fallstudie in Netzwerkpflege: Starla West	212
9.3	Die Regeln der Netzwerkpflege	213
9.3.1	Es geht nicht um Sie	214
9.3.2	Givers Gain ist nicht Leistung und Gegenleistung	215
9.3.3	Seien Sie ehrlich – online und offline	218
9.3.4	Sie sind nicht schlechter als die anderen	219
9.3.5	Meiden Sie Personen, die nicht hilfsbereit sind	220
9.4	Netzwerkpflege mit dem Wettbewerb	221
9.5	Drei Arten von Netzwerkpflege	223
9.5.1	Netzwerkpflege in Gruppen	223
9.5.2	Netzwerkpflege im persönlichen Gespräch	229
9.5.3	Nachfassen	235
9.5.4	Seien Sie ehrlich	238
9.6	Dos und Don'ts der Netzwerkpflege	240
9.6.1	Dos	240
9.6.2	Don'ts	241
9.7	Wie pflegen unsere Helden ihr Netzwerk?	242
10	Öffentliches Sprechen bringt Sie nicht um	245
10.1	Fallstudie: Hazel Walker, die Königin der Netzwerkpflege	247
10.2	Sollte ich öffentlich auftreten?	248
10.3	Nein, ernsthaft	248
10.4	Aber ich hasse es, öffentlich zu reden	249
10.5	Das Lampenfieber überwinden	250
10.5.1	Toastmasters	250
10.5.2	Rhetorik-Trainings an der örtlichen Universität oder Volkshochschule	250
10.5.3	Seminare und Kurse	251
10.5.4	Speakers Associations	251
10.5.5	Coaches	251
10.6	Die eigene Nische als Redner finden	252
10.7	Wie Sie als Redner starten	254
10.8	Möglichkeiten zum Auftreten finden	256
10.8.1	Branchentreffen	257
10.8.2	Verbrauchergruppen	259
10.8.3	Konferenzen, Messen und Ausstellungen	259
10.8.4	So stellen Sie sich vor	261
10.8.5	Promotion für Ihre Rede	262
10.9	Wie lässt sich das auf die vier Helden übertragen?	265
10.10	So halten Sie Ihren Vortrag	266
10.11	Wichtige Techniktipps für Vortragsredner	268

Inhaltsverzeichnis

10.12	Verschiedene Tipps mit 140 Zeichen	273
11	Ich bin ein Autor!	275
11.1	Warum sollte ich Autor werden?	278
11.2	Publikationsmöglichkeiten	279
11.2.1	Lokalzeitungen	280
11.2.2	Wirtschaftszeitungen	281
11.2.3	Wissenschaftsjournale	282
11.2.4	Fachzeitschriften und Fachzeitungen	283
11.2.5	Hobbyzeitschriften	285
11.2.6	Große Publikumszeitschriften	285
11.2.7	Horizontal statt vertikal veröffentlichen	286
11.3	Durch Schreiben die Ich-Marke aufbauen	287
11.3.1	Publikationsrechte	289
11.3.2	Suchen Sie auch beim Schreiben Ihre eigene Nische	289
11.3.3	Aller Anfang ist schwer	290
11.3.4	Honorar erhalten	293
11.4	Lehgeld bezahlen	294
11.4.1	Der Mythos der „Bekanntheit“	295
11.5	Dos und Don'ts beim Schreiben für Veröffentlichungen	296
11.6	Wie können unsere Helden für Publikationen schreiben?	298
12	Mit dem hier Gelernten den Traumjob finden	301
12.1	Das Netzwerk zur Stellensuche einsetzen	304
12.1.1	Twitter: Job-Kontakte in 140 Zeichen	305
12.1.2	Knüpfen Sie berufliche Kontakte bei Xing/LinkedIn	305
12.2	Eine Bewerbung schreiben	310
12.2.1	Sollte ich eine Bewerbung auf Papier erstellen?	310
12.2.2	Wie passen Social Media in die Bewerbung?	311
12.2.3	Sechs Tipps für Social Media in Bewerbungen	312
12.2.4	Dos und Don'ts für Bewerbungen	314
12.3	Suchen Sie nicht nur in den Karriereportalen	318
12.3.1	Suchen Sie auf der Unternehmenswebsite die Stellenangebote	318
12.3.2	Mit Xing und LinkedIn Karriereportale umgehen	320
12.4	Netzwerkarbeit statt Personalabteilung	321
12.4.1	Aufträge an Land ziehen durch Netzwerkpflege	322
12.4.2	Wie finden unsere Helden durch Netzwerkpflege Arbeit?	323
12.5	Bewerbersuche mit Social Media: Fallstudie	324
12.6	Tipps für die Jobsuche in 140 Zeichen	327
	Stichwortverzeichnis	329