

# Inhaltsverzeichnis

---

<b>1</b>	<b>Selbstmarketing – wozu?</b>	3
1.1	Rücken Sie Ihren Erfolg ins rechte Licht	3
1.2	Ihre Arbeit, Ihre Leistung, Ihre Grenzen	4
<b>2</b>	<b>Wie machen es andere?</b>	7
2.1	Selbstmarketing? Muss das wirklich sein?!	7
2.2	Werbung	9
2.3	Pressearbeit	11
2.4	Selbstmarketing: Werbung und Presse für sich nutzen	12
<b>3</b>	<b>Marke »Ich«</b>	14
3.1	Stärken-Schwächen-Analyse: Das zeichnet Sie aus	14
3.2	Zielbestimmung	21
3.3	Über die eigene Leistung sprechen	32
<b>4</b>	<b>Entwickeln Sie eine effiziente Strategie</b>	44
4.1	Aktions- und Ergebniskontrolle	46
4.2	Strategien für den Alltag	51
<b>5</b>	<b>Professionell kommunizieren</b>	57
5.1	Kommunikationswege und -medien	59
5.2	Welcher Weg für welchen Anlass?	63
<b>6</b>	<b>Ihre »Kunden«: Prioritäten setzen</b>	69
6.1	Zielgruppen identifizieren	71
6.2	Prioritäten analysieren	74
6.3	Ansprache vorbereiten	76
6.4	Die Techniken nutzen wie ein Profi	81

<b>7 Selbstmarketing als Ressource in Konflikten und Verhandlungen . . . . .</b>	<b>84</b>
<b>7.1 Marke »Ich« im Konfliktmanagement . . . . .</b>	<b>85</b>
<b>7.2 Marke »Ich« in der Verhandlungsführung . . . . .</b>	<b>91</b>
<b>8 Ihr Nutzen: zusammengefasst . . . . .</b>	<b>97</b>
<b>9 In aller Kürze . . . . .</b>	<b>100</b>
<b>Literatur . . . . .</b>	<b>101</b>
<b>Stichwortverzeichnis . . . . .</b>	<b>103</b>