

#1: DEINE MISSION

- Was bezweckst Du mit Deiner „Personal Brand“?
 - Wer soll von ihr erfahren?
 - Wie groß soll Deine „Bühne“ werden?

#2: DEINE MARKEN-IDENTITÄT

Du kennst Deinen inneren Antrieb und weißt, welche Motive Du im Leben verfolgst. Du kannst klar benennen, welche Eigenschaften oder Verhaltensweisen Dich unverwechselbar machen.

#3: DEINE ROLLE UNTER ANDEREN

Du weißt, welche Rolle Du typischerweise einnimmst und kannst dies zukünftig gezielter tun. Du weißt, worin du am stärksten bist und was Dich von der Masse abhebt

#5: DEIN MARKEN-KERN

#4: ABGLEICH ZWISCHEN SELBST- & FREMDWAHRNEHMUNG

#6: DEINE BÜHNE

Du weißt, wie Du Dein Auftreten als Marke unterstreichst und in welchem Rahmen du davon zukünftig besonders profitierst. Je nach Größe Deiner „Bühne“ hast Du konkrete Maßnahmen geplant, um dich als Marke zu etablieren.