

Idee braucht Präsentation: Die Kunst der intelligenten Selbstdarstellung

30.03.2006, 09:01 | Medien & Telekommunikation

Pressemitteilung von: *Platinum-News.De*

Presseagentur: *Platinum-News.de*



Platinum-News.De: Wie alle Selbst-PR-Maßnahmen überhaupt, richtet sich auch die Präsentation der eigenen Ideen und Leistungen sowohl an die (potentiellen) Kunden als auch an die unternehmens- bzw. brancheninternen Ansprechpartner. Auf einen einfachen Nenner gebracht, könnte das Motto hier lauten: „Tu Gutes und rede darüber!“ Denn überragende Leistungen und kreative Ideen können nur überzeugen, wenn sie von Ihrem Umfeld auch wahrgenommen werden. Und das geschieht in der Regel nicht von allein! Es ist schon ein Glücksfall, wenn ohne Ihr eigenes Zutun jemand auf Sie aufmerksam wird und ein äußerst seltener dazu, wenn daraus auch noch nachhaltige Vorteile für Sie erwachsen sollten. Sie selbst haben es in der Hand, andere umfassend über Ihre Erfolge und Fähigkeiten zu informieren. Das heißt aber auch: Nehmen Sie es in die Hand – jemand anderes wird es nämlich nicht für Sie tun! Es erübrigt sich fast, noch einmal darauf hinzuweisen, dass Sie als allererste Bedingung, die es hinsichtlich der erfolgreichen Präsentation zu erfüllen gilt, tatsächlich auch Leistungen und Ideen zu bieten haben müssen. Das scheint selbstverständlich, doch hat sich die Selbst-

PR immer wieder des Argwohns zu erwehren, Aufschneiderei oder Schaumslägerei zu propagieren, weshalb diese Vorbedingung hier doch noch einmal erwähnt sein darf. Nur wirklich vorhandene Qualitäten können Inhalt eines erfolgreichen Selbst-Marketings sein! Ohne Substanz verpuffen die Selbst-PR-Effekte früher oder später im Nichts.

Als Folgebedingung ergibt sich die Notwendigkeit, selbst erst einmal die eigenen Qualitäten und Leistungen erkennen und einschätzen zu können. Nur wenn Sie klar sehen und zutreffend beurteilen, was Sie wirklich zu bieten haben, können Sie dies auch in den Fokus der Aufmerksamkeit rücken. Dazu gehört unter anderem, dass Sie sich selbst ein Bild von sich machen, Ihre Stärken und Besonderheiten herausfinden und Ihre Positionierung bestimmen können. Ist dies geschehen, nehmen Sie Ihre bisherigen Leistungen und Erfolge noch hinzu – und Sie haben einen reichen Fundus an wirklich entscheidenden Informationen über sich selbst. Doch wie gesagt, nützen Ihnen diese wichtigen Einsichten überhaupt nichts, wenn Sie sie für sich behalten. Also: Reden Sie darüber! Überlegen Sie sich dabei genau, für welche Zielgruppe welche spezifischen Informationen relevant sind. Und wichtig: Bleiben Sie sachlich! Wenn Sie Ihre Ergebnisse und Fähigkeiten bekannt machen wollen, macht auch hier der Ton die Musik. Selbstbewusst, konstruktiv und auf Fakten basierend formuliert, gewinnen Ihre Informationen an Aussage- und Überzeugungskraft.

Die Kunst der intelligenten Selbstdarstellung

Sich selbst anzupreisen, stellt verständlicherweise für viele Menschen eine große Hürde dar. Schnell fühlt man sich als Angeber oder als arroganter Besserwisser wahrgenommen, wenn man offensiv mit seinen Stärken und Ergebnissen aufwartet. Doch es gibt eine Methode, mit der Sie ganz ungezwungen über Ihre Qualitäten sprechen können und die Ihnen die Angst nehmen kann, beim Gegenüber Irritationen oder Missstimmungen auszulösen: Richten Sie bei Ihren Äußerungen den Fokus auf den Nutzen und die Vorteile, die Ihre Leistungen und Erfolge dem Ansprechpartner gebracht haben oder bringen werden. So vermittelt sich zwar deutlich der Inhalt Ihrer Selbstdarstellung, doch der geschaffene Kontext lässt Ihre Aussage nicht mehr wie eine explizite Selbstdarstellung erscheinen, sondern gibt ihr den Charakter eines konstruktiven Vorschlags oder einer fruchtbaren Idee. Sicher wäre Ihr Kunde etwas verwundert, würden Sie ihm blank herausgestellt sagen, über welch umfassende Fachkompetenz Sie verfügen. Sagen Sie zu ihm hingegen so etwas wie: „In mehreren Fachartikeln, die ich kürzlich gelesen habe, wurden einige besondere Details dieses Produkts besprochen, bei denen ich für Sie deutliche Vorteile sehe und die ich Ihnen gern erläutern will, weil sie wesentliche Unterschiede zu anderen Produkten ausmachen...“, erkennt der Kunde/Interessent deutlich, dass Sie sich umfassend über Ihr Angebot informiert haben, es hinsichtlich seiner Tauglichkeit für den Kunden überprüft, verglichen und eingeschätzt haben und in der Lage sind, Ihr Fachwissen für ihn selbst nutzbringend einzusetzen.

Das gleiche gilt für Ihren Vorgesetzten: Sicher wird sich schwerlich ein günstiger Anlass ergeben, völlig losgelöst von jedem Zusammenhang ihm gegenüber bspw. von Ihren besonderen Sprachkenntnissen zu sprechen. Doch gehen Sie auf ihn zu mit einem Satz wie: „Ich habe bemerkt, dass unser Unternehmen immer öfter mit italienischen Partnern zu tun hat. In den letzten Wochen habe ich meine Grundkenntnisse in Italienisch aufgefrischt und bin in den Fortgeschrittenen-Kurs gewechselt, sodass ich bei Bedarf gern als Übersetzer einspringen kann...“, wird Ihr Vorgesetzter das Angebot sicher gern annehmen und sich zukünftig immer an Sie erinnern, sobald er einmal jemanden mit Fremdsprachenkenntnissen braucht. Vielleicht bietet er Ihnen ja in der Folge sogar einen betrieblich finanzierten Sprachkurs an, damit Sie Ihre besondere Fähigkeit zum Nutzen des Unternehmens weiter ausbauen können. Sie hätten damit ein wesentliches Ziel von Selbst-PR erreicht:

Sie haben Ihr Umfeld über Ihre besonderen Leistungen in Kenntnis gesetzt, es von dem Nutzen dieser Leistungen überzeugt und sich selbst damit in Zusammenhang gebracht. In gleicher Weise, also wie Sie den Nutzen für Ihren Ansprechpartner herausstellen, können Sie auch ganz unbefangen von Ihren beruflichen Erfolgen berichten, ohne Gefahr zu laufen, den Eindruck der Aufschneiderei zu erwecken.

Sie dürfen auf sich selbst stolz sein und das auch zeigen! Es ist sogar unerlässlich, denn die Anerkennung der eigenen Leistung und Erfolge ist grundlegend für dauerhaften Erfolg. Wer nicht weiß bzw. anerkennt, dass er etwas geleistet hat, wird daraus keine produktive Kraft und kein Selbstbewusstsein für zukünftige Aufgaben erlangen können. Für den bleiben Erfolge Zufallsereignisse.

Als Teil Ihrer Selbstdarstellung ist auch Ihr Umgang mit dem Lob anderer zu betrachten. Das Lob durch andere ist der überaus günstige Fall, dass jemand Ihre Leistung/Ihren Erfolg bereits wahrgenommen hat. Sie haben jetzt die Wahl,

diese Gelegenheit zu nutzen und den Eindruck, den ein Lob beim Umfeld hinterlässt, zu verstärken, indem Sie sich aufrichtig freuen und bedanken. Und wenn Sie das Lob auch noch zum Anlass nehmen, um mit der entsprechenden Person etwas ins Gespräch zu kommen, werden Sie bei Ihrem Gegenüber außerdem als individuelle Persönlichkeit wahrnehmbar und von der Masse unterscheidbar. Oder Sie versuchen, die Sache, für die Sie Anerkennung erhalten haben, verschämt herunterzuspielen, damit bloß niemand bemerkt, was Sie wirklich geleistet haben – so können Sie allerdings halbwegs sicher sein, dass Sie so schnell niemand wieder loben wird. Sie sehen, worum es geht: Auch hier ist es wichtig, das Erreichte selbst anzuerkennen und es dem Umfeld positiv zu präsentieren.

Die Bestrebungen, sich selbst als Einzelperson mit seinen Leistungen von anderen abzuheben, scheint auf den ersten Blick der viel beschworenen Teamfähigkeit und Teamarbeit entgegenzustehen. Doch gerade, wenn Sie im Team arbeiten, ist es notwendig, sich als individueller Mitarbeiter zu profilieren und auf sich aufmerksam zu machen, denn zum einen habe ich es noch nie erlebt, dass ein gesamtes Team befördert oder eine attraktive Führungsposition auf ein Team von Mitarbeitern aufgeteilt wurde, und zum anderen suchen sich Kunden immer eine individuelle Person als Ansprechpartner. Kunden oder Interessenten werden nicht auf eine Gruppe von Verkäufern zugehen, um dort nach Beratung zu fragen, sondern denjenigen ansprechen, dessen Namen sie kennen. Es ist also unverzichtbar, auch innerhalb eines Team sein individuelles Profil zu entwickeln und nach außen darzustellen. Das heißt nicht, dass Sie sich dem Team entgegenstellen sollen, um aus der Gemeinschaft herauszufallen. Im Gegenteil: Viele der Initiativen, die Sie für Ihre Selbstdarstellung ergreifen können, sind der Arbeit des Teams durchaus förderlich.

Mehr zu diesem Thema:

Stéphane Etrillard
Selbst-PR für Verkäufer
ISBN 3409142843
Gabler Verlag 2005

www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/3409142843/newbooks0b-21

Aktuelle Seminare mit Stéphane Etrillard finden Sie unter:

www.etrillard.com/3_81.htm

PRESSEKONTAKT:

MANAGEMENT INSTITUTE SECS
Stéphane Etrillard
Schloß Elbroich
Am Falder 4
D-40589 Düsseldorf

Portrait

info@etrillard.com
www.etrillard.com

News-ID: 81783 • Views: 87 (Stand: 30.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/81783/Idee-braucht-Praesentation-Die-Kunst-der-intelligenten-Selbstdarstellung.html>