

Selbstmarketing

Mehr Erfolg durch geschickte Eigen-PR

Bearbeitet von
Birgit Ebbert

2. Auflage 2016 2016. Taschenbuch. 256 S. Paperback
ISBN 978 3 648 09245 3

[Wirtschaft > Wirtschaftswissenschaften: Allgemeines > Wirtschaftswissenschaften: Sachbuch und Ratgeberliteratur](#)

schnell und portofrei erhältlich bei



Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Leseprobe

Sich von anderen abgrenzen

Nun wissen Sie also, was Sie Ihrem Arbeitgeber und Ihrem Kunden anbieten möchten. Eigentlich könnten Sie Ihren Flyer oder Ihr Bewerbungsschreiben schon in Angriff nehmen. Wäre da nicht die Konkurrenz, die bekanntlich nicht schläft und leider die gleiche Ausbildung gemacht oder die gleiche Fortbildung besucht hat. Unternehmen grenzen ihr Produkt von vergleichbaren Produkten durch ein Alleinstellungsmerkmal, genannt USP (Unique Selling Proposition), ab. Wo möglich achten sie schon bei der Entwicklung darauf, dass ihr Produkt ein Kennzeichen besitzt, das ähnliche Produkte nicht haben. Wo das nicht möglich ist, wird bei der Entwicklung der Marketingstrategie ein Alleinstellungsmerkmal gesucht, z. B. die Verpackungsgröße, eine Zugabe in der Verpackung. In jedem Fall ist es die Aufgabe des Marketing, diesen USP besonders herauszustellen. Gäbe es ein Auto, das fliegen kann, so hätte es einen klaren USP. Aber nur solange, bis die Konkurrenten ein Auto entwickelten, das ebenfalls fliegen kann. Sie sehen, es ist nicht leicht, ein Alleinstellungsmerkmal zu finden, und nahezu unmöglich, dieses auf Dauer zu beanspruchen. Aber bis andere kommen und das fliegende Auto oder Sie imitieren, hat das Auto-Unternehmen schon viele Autos verkauft und Sie haben einen Kundenstamm aufgebaut oder Ihren Traumjob gefunden. Ein Alleinstellungsmerkmal hilft Ihnen, wie dem Produkt in einem Laden, aufzufallen. Ein Kunde oder Personalentscheider schaut zweimal hin, wenn er sieht, dass Sie genau das anbieten, was er gerade sucht.