

A woman with blonde hair, wearing a white long-sleeved top and blue jeans, is walking from left to right in front of a rustic stone wall. She is holding a camera in her right hand. The wall is made of light-colored, irregular stones. There is a dark wooden door with a small window above it, framed in reddish-brown stone. The ground is paved with cobblestones.

Werde zur **PERSONAL BRAND**

HANNAH QUENTIN FOTOGRAFIE

DER INHALT

In diesem E-book gehts um die Basics: Was ist eine Personal Brand, warum es heutzutage so wichtig ist und wie du selbst zu einer wirst.

01. EINFÜHRUNG IN PERSONAL BRANDING

02. DEINE IDENTITÄT UND WERTE DEFINIEREN

03. GRUNDLAGEN EINER AUTHENTISCHEN MARKE

04. DEINE MARKE SICHTBAR MACHEN

05. DEINE ZIELGRUPPE UND POSITIONIERUNG

06. DEIN VISUELLER AUFTRITT





HELLO!

Ich bin Hannah aus Hamburg. Wenn ich nicht fotografiere, bin ich wahrscheinlich mit meinem Hund Findus und meinem Bulli in surfblau unterwegs. Gern am Strand, seit neustem aber auch mal in den Bergen.

Das Reisen hilft mir gelassener zu werden, weil da auch nicht immer alles so läuft, wie ich mir das vorstelle. Genau so ist es auch in der Selbstständigkeit. Oder beim Fotoshooting.

Hannah Quentin

hannahquentin.de

info@hannahquentin.de



WIE ICH DIR HELFE?

Ich mache Personal Branding Fotos und um darin gut zu sein, habe ich mich viel mit dem Thema beschäftigt, was eine gute Personal Brand ausmacht.

Darum geht es auf den folgenden Seiten. Von den theoretischen Grundlagen bis zu Praxistipps, wie du selbst zur Personal Brand wirst.

LET'S DO IT!



MENSCHEN KAUFEN VON MENSCHEN.



EINFÜHRUNG IN PERSONAL BRANDING



Was ist eine Personal Brand?

Eine Personal Brand ist die einzigartige Identität, die du dir aufbaust und durch die du dich als Person, Marke oder Unternehmen unterscheidest. Sie spiegelt wider, wer du bist, wofür du stehst und welchen Wert du anderen bietest. Anders als klassische Marken ist deine Personal Brand nicht nur eine Ansammlung von Farben und Logos – sie besteht aus deiner Persönlichkeit, deinen Werten, deinen Talenten und deiner Vision.

Mit deiner Personal Brand zeigst du die Welt aus deiner Perspektive und machst sie für andere greifbar. Im besten Fall schaffst du so eine authentische und unverwechselbare Identität, die Menschen anzieht und inspiriert.

Was ist Personal Branding?

Personal Branding ist der Prozess, mit dem du dir diese einzigartige Marke erschaffst. Dabei geht es darum, deine Stärken und Werte zu identifizieren und sie nach außen zu kommunizieren. Es umfasst alles – von der visuellen Gestaltung deiner Marke bis hin zu den Inhalten, die du teilst, und der Art und Weise, wie du kommunizierst.

In einer zunehmend vernetzten Welt, in der viele ähnliche Produkte oder Dienstleistungen anbieten, hilft Personal Branding dir, aus der Masse herauszustechen. Es ist deine Möglichkeit, sichtbar und als Expertin wahrgenommen zu werden, Vertrauen aufzubauen und eine echte Verbindung zu deinem Publikum zu schaffen.



Warum ist *Personal Branding* so wichtig?

Die Bedeutung von Personal Branding liegt darin, dass Menschen heute mehr denn je wissen möchten, mit wem sie es zu tun haben. Wir kaufen lieber von Personen, die wir kennen und denen wir vertrauen. Mit einer authentischen und klaren Personal Brand ziehst du die richtigen Menschen an und schaffst eine nachhaltige Verbindung, die über einzelne Produkte oder Dienstleistungen hinausgeht.



Nutzen von Personal Branding

- **Sichtbarkeit:** Sichtbar zu sein und im Gedächtnis potentieller Kund*innen zu bleiben, ist entscheidend. Eine starke Präsenz kann zu Kooperationen, Aufträgen und vielen weiteren Möglichkeiten führen, die sonst vielleicht nie entstanden wären.
- **Glaubwürdigkeit:** Eine konsistente und authentische Personal Brand positioniert dich als Expert*in und öffnet Türen für Vorträge, Interviews und andere Gelegenheiten, dich als Thought Leader in deiner Nische zu etablieren
- **Verbindung:** Im digitalen Zeitalter ist Authentizität essenziell. Eine glaubwürdige Personal Brand ermöglicht echte Verbindungen mit Gleichgesinnten, Kund*innen und anderen Schlüsselpersonen in deiner Branche und schafft Vertrauen durch gemeinsame Werte und Überzeugungen.
- **Botschaft:** Durch deine Personal Brand hast du die Möglichkeit, deine Standpunkte und Werte sichtbar zu machen. Deine Marke ist dein digitaler Fußabdruck und beeinflusst, wie du heute und zukünftig wahrgenommen wirst.
- **Bekanntheit:** Eine starke Personal Brand kann deine Reichweite vergrößern und deine Bekanntheit außerhalb deiner bisherigen „Bubble“ fördern, sodass du eine breitere Zielgruppe erreichst.



**DEINE
IDENTITÄT
UND WERTE
DEFINIEREN**



Verstehe dein *Alleinstellungs-* *merkmal*

Dein Alleinstellungsmerkmal (USP) definiert, was dich besonders macht und dich von der Konkurrenz unterscheidet. Es geht darum, die einzigartigen Fähigkeiten, Erfahrungen oder Perspektiven zu erkennen, die du deinem Zielmarkt anbieten kannst. Dies kann eine besondere Fähigkeit sein, eine innovative Herangehensweise an ein Problem oder eine unverwechselbare Art der Kommunikation. Dein USP sollte deutlich machen, warum Kunden gerade mit dir arbeiten sollten. Es ist entscheidend, dass dein USP klar kommuniziert wird, um die Aufmerksamkeit deiner Zielgruppe zu erregen und ihre Entscheidung für dich zu erleichtern.

Schritte, um deinen USP zu definieren, beinhalten:

01

Selbstreflexion

Überlege, was dich als Person und als Expert*in einzigartig macht. Welche Werte und Qualitäten bringst du mit, und wie möchtest du wahrgenommen werden? Diese Selbsterkenntnis ist der erste Schritt, um dein Alleinstellungsmerkmal zu verstehen.

02

Kompetenzfeststellung

Analysiere deine Fähigkeiten, Kenntnisse und Erfahrungen, die dich von anderen abheben. Frage dich, welche spezifischen Fähigkeiten oder Erfolge du hast, die dich als Expert*in in deinem Bereich positionieren.

03

Leidenschaft und Zweck Abgleich

Denke darüber nach, was dir in deinem Beruf besonders Freude bereitet und wie das mit den Bedürfnissen deines Zielmarktes übereinstimmt. Dein USP sollte nicht nur deine Stärken, sondern auch deine Leidenschaft widerspiegeln, da dies deine Arbeit authentisch und ansprechend macht.

04

Lücke feststellen

Identifiziere Bedürfnisse oder Probleme im Markt, die bisher unzureichend abgedeckt sind, und frage dich, wie deine Fähigkeiten diese Lücke füllen könnten. Dies zeigt dir, wo dein USP am besten positioniert ist, um einen echten Mehrwert zu schaffen.





Definiere deine *Werte* und dein *Warum*

Deine Werte sind die Prinzipien, die bestimmen, wie du Geschäfte machst und wie du in deiner Branche sowie gegenüber Kund*innen auftrittst. Dein „Warum“ ist der zentrale Grund, weshalb du tust, was du tust – die Leidenschaft und der Zweck hinter deiner Arbeit. Beide Elemente sind entscheidend, um eine tiefe Verbindung zu deinem Publikum aufzubauen, da sie zeigen, dass deine Marke mehr ist als nur dein Angebot. Sie vermitteln, was dich antreibt und machen deine Marke menschlich, greifbar und nahbar.

LET'S DO IT!



Deine *Werte*

Liebe
Freundlichkeit
Spaß
Verspieltheit
Integrität
Zweck
Ehrgeiz
Individualität
Freude
Gemeinschaft

Mut
Schönheit
Einfachheit
Erfolg
Lernen
Disziplin
Vision
Respekt
Flexibilität
Gleichheit

Demut
Ausdruck
Beharrlichkeit
Großzügigkeit
Leichtigkeit
Ehrlichkeit
Mitgefühl
Dienst
Kreativität
Optimismus

Dein *Warum*

Der erste *Eindruck*

Wenn du an deine Marke denkst, frage dich, wie sie auf andere wirken soll. Welche Gefühle oder Gedanken sollen Kund*innen haben, wenn sie deine Marke zum ersten Mal erleben? Soll sie warmherzig und nahbar wirken? Oder eher vertrauenswürdig und professionell? Dein „Warum“ hilft dir, diese Wirkung zu prägen und eine authentische, einprägsame Markenpersönlichkeit zu schaffen.



Genieße den Prozess

Das „Warum“ deiner Marke zu finden, ist ein Prozess. Lass dir Zeit, spüre in dich hinein und frage dich, was dich antreibt. Was möchtest du mit deiner Arbeit erreichen? Was begeistert dich daran? Deine Antworten bilden das Fundament deiner Marke und machen sie für andere greifbar und überzeugend.



Stell dir diese Fragen:

- Was begeistert dich an deiner Arbeit und warum?
- Welche Veränderung möchtest du bewirken?
- Woran sollen sich Menschen erinnern, wenn sie an deine Marke denken?

Dein *Warum*

**GRUNDLAGEN
EINER
AUTHENTISCHEN
MARKE**

Die Säulen einer *authentischen Personal Brand*

Eine authentische Personal Brand basiert auf drei wesentlichen Säulen: Klarheit, Konsistenz und Authentizität. Diese Elemente helfen dir, eine starke Verbindung zu deinem Publikum aufzubauen und Vertrauen sowie Glaubwürdigkeit zu stärken.

01

Klarheit

Klarheit bedeutet, dass du genau weißt, wer du bist und was du repräsentierst. Eine klare Personal Brand definiert präzise deine Werte, dein Angebot und deine Zielgruppe, sodass du dir darüber bewusst bist, was du mit deiner Marke ausdrücken möchtest. Diese Klarheit ermöglicht es dir, authentisch aufzutreten und als kompetente, glaubwürdige Persönlichkeit wahrgenommen zu werden. Sie schafft die Grundlage für eine Marke, die im Gedächtnis bleibt.

02

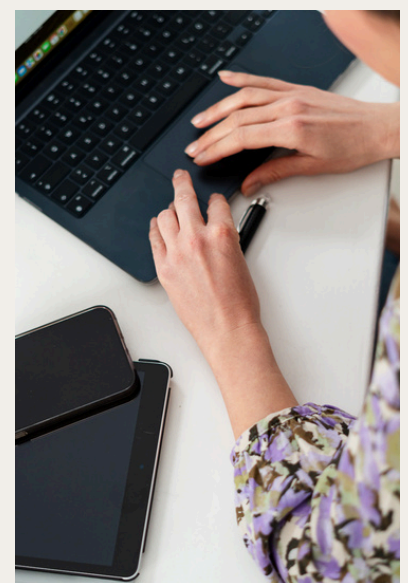
Konsistenz

Konsistenz bedeutet, dass deine Botschaften und dein Auftreten über alle Kanäle und Interaktionen hinweg einheitlich sind. Sie umfasst dabei nicht nur visuelle Elemente, sondern auch deine Tonalität, deinen Stil und die Werte, die du vermittelst. Indem du kontinuierlich wertvollen Content lieferst und einen gleichbleibenden Markenauftritt pflegst, bleibst du deinem Publikum im Gedächtnis und stärkst dein Markenimage.

03

Authentizität

Authentizität bedeutet, dass deine Marke ein ehrliches Bild davon vermittelt, wer du bist, ohne dabei eine Rolle zu spielen. Es geht darum, Inhalte zu teilen, die dein Publikum inspirieren, informieren oder einen Mehrwert bieten, indem sie auf deren Bedürfnisse eingehen. Diese echte, unverstellte Herangehensweise macht deine Marke greifbar und baut Vertrauen auf – die Basis, um eine treue Community aufzubauen und als authentische Persönlichkeit wahrgenommen zu werden.



ENTWICKLE EINE STRATEGIE



DENK ÜBER DEINEN NAMEN NACH



ENTWICKLE EINE STRATEGIE

Eine durchdachte Personal Branding-Strategie umfasst klare Ziele, eine Analyse deiner Zielgruppe, die Entwicklung einer Positionierung und die Auswahl der Kommunikationsmethoden. Der erste Schritt ist es, genau zu definieren, wen du erreichen möchtest und auf welchem Weg dies geschehen soll. Je besser du dein Publikum kennst und verstehst, desto gezielter kannst du Inhalte schaffen, die ihre Bedürfnisse und Interessen ansprechen.

Die Festlegung von Zielen für deine Personal Brand ist essenziell. Diese Ziele bestimmen die Art der Inhalte, die du erstellst, sowie die Häufigkeit und Wahl der Kanäle. Ob es darum geht, deine Reichweite zu erhöhen, Leads zu generieren oder dich als Vordenker*in in deinem Bereich zu etablieren – deine Strategie sollte sicherstellen, dass deine Botschaft konsistent und effektiv über alle Plattformen vermittelt wird.

Deine Ziele können sowohl übergeordnete Zielsetzungen als auch spezifische Schwerpunkte umfassen. Beispielsweise könntest du anstreben, deine Online-Präsenz zu erhöhen oder eine engagierte Community aufzubauen. Durch die regelmäßige Überprüfung und Anpassung deiner Strategie kannst du sicherstellen, dass du langfristig auf Kurs bleibst.

Eine fundierte Strategie ist das Rückgrat deines Personal Brandings und gibt dir eine klare Richtung, um deine Marke gezielt und authentisch aufzubauen.



DER RICHTIGE NAME



DER ERSTE EINDRUCK

Der Name deiner Personal Brand ist entscheidend für die erste Wahrnehmung. Branding-Expert*innen empfehlen, einen beschreibenden Namen zu wählen, der klar kommuniziert, was du tust. Ein solcher Name erleichtert es potenziellen Kund*innen, sofort zu verstehen, was du anbietest.



DER RICHTIGE NAME

Die Suche nach dem richtigen Namen sollte kreativ sein und nicht an einem universellen Standard gemessen werden. Finde einen einzigartigen Namen, der zu deiner Vision passt und deine Identität widerspiegelt.



STORYTELLING

Ein effektiver Markenname erzählt eine Geschichte und bietet eine Momentaufnahme deiner Identität. Er sollte Informationen über deinen Ursprung, deine Mission oder Werte vermitteln und eine emotionale Verbindung zu deinem Publikum herstellen.



MARKENWAHRNEHMUNG

Überlege, wie du von deinen Kund*innen wahrgenommen werden möchtest. Welchen ersten Eindruck willst du hinterlassen? Deine Namenswahl sollte das gewünschte Markenimage fördern und klar deine Identität und Werte kommunizieren.

**DEINE
MARKE
SICHTBAR
MACHEN**



WÄHLE EINE PLATTFORM

Die Auswahl der richtigen Plattform ist entscheidend, um deine Zielgruppe effektiv zu erreichen. Ob LinkedIn, Instagram, Facebook oder eine eigene Website – jede Plattform hat ihre eigenen Stärken und Ansätze zur Ansprache deiner Zielgruppe.

Wähle Plattformen, die am besten zu deiner Marke passen und die Medien, die du am effektivsten nutzen kannst, um deine Botschaft zu verbreiten.

Berücksichtige auch, welche Plattform dir am meisten Spaß macht. Aus eigener Erfahrung kann ich sagen, dass Freude an der Nutzung entscheidend ist, um aktiv und regelmäßig Inhalte zu posten.

Denk darüber nach, wie du mit deinem Publikum interagieren möchtest. Plattformen wie Social Media fördern schnelle Interaktionen und Diskussionen, während Blogging-Plattformen eher für tiefere, ausführlichere Inhalte geeignet sind.

Wenn du beispielsweise täglich oder wöchentlich bloggen möchtest, könnten Blogging-Plattformen die beste Wahl sein, da sie einfache Tools und kostenlose Hosting-Optionen bieten.

Falls deine Geschäftsziele eher auf Reichweite abzielen, kann Social Media vorteilhafter sein. Mit über einer Milliarde Nutzerinnen können deine Beiträge, wenn sie richtig getaggt sind, eine breite Sichtbarkeit erreichen. Achte darauf, regelmäßig aktiv zu sein und deine Inhalte strategisch zu teilen, um die gewünschten Leserinnen zu erreichen.



Bau deine eigene *Online Präsenz* auf

Deine Online-Präsenz ist oft der erste Kontaktpunkt für potenzielle Kund*innen. Eine professionell gestaltete Website, aktive Social-Media-Kanäle und regelmäßige Blog-Beiträge helfen, deine Expertise und Einzigartigkeit zu demonstrieren. Achte darauf, dass alle Elemente deiner Online-Präsenz konsistent mit deinem Branding und deiner Botschaft sind, um ein einheitliches und vertrauenswürdiges Bild zu vermitteln.

01

Definiere deine Ziele und deine Zielgruppe:

- **Ziele:** Beginne damit, deine Ziele für den Aufbau deiner Online-Präsenz klar zu definieren. Möchtest du dich als Vordenker*in etablieren, ein Produkt oder eine Dienstleistung bewerben oder dich mit Fachleuten aus deiner Branche vernetzen?
- **Zielgruppe:** Verstehe, mit wem du online in Kontakt treten möchtest. Profiliere dein ideales Publikum, indem du demografische Merkmale, Interessen, Online-Verhalten und die bevorzugten Plattformen berücksichtigst.

02

Wähle und optimiere deine Plattformen

- **Plattformauswahl:** Wähle basierend auf den Vorlieben deiner Zielgruppe die relevantesten Plattformen aus. Denke daran, dass es besser ist, auf wenigen Plattformen aktiv und konsistent zu sein, als dich auf zu viele zu verteilen und dadurch weniger Wirkung zu erzielen.
- **Profiloptimierung:** Stelle sicher, dass deine Profile deine Marke widerspiegeln. Verwende hochwertige Bilder, schreibe klare und ansprechende Biografien und verlinke, wo möglich, auf deine Website oder dein Portfolio.

03

Content-Strategie und Engagement

- **Wertorientierte Inhalte:** Setze den Fokus auf die Erstellung von Inhalten, die deine Zielgruppe informieren, inspirieren oder Probleme lösen. Achte darauf, einen konsistenten Veröffentlichungszeitplan einzuhalten.
- **Echtes Engagement:** Antworte auf Kommentare, beteilige dich an Diskussionen und fördere eine authentische, wechselseitige Kommunikation mit deinem Publikum. Regelmäßiges Engagement hilft dir, Vertrauen und eine Beziehung zu deiner Zielgruppe aufzubauen.

04

Überwachen, Anpassen und Entwickeln

- **Leistungsanalyse:** Nutze Analysetools, um die Leistung deiner Inhalte und das allgemeine Online-Engagement zu verfolgen. Achte auf Kennzahlen wie Engagement-Rate, Follower-Wachstum und Website-Traffic.
- **Bleibe auf dem Laufenden:** Digitale Trends, Algorithmen und die Vorlieben deiner Zielgruppe entwickeln sich ständig weiter. Passe deine Strategien basierend auf Feedback und Veränderungen im digitalen Umfeld an, um sicherzustellen, dass deine Online-Präsenz effektiv und relevant bleibt.

So *kommunizierst* du als *Personal Brand*

Effektive Kommunikation ist entscheidend für den Aufbau und die Pflege deiner Personal Brand. Deine Kommunikationsstrategie sollte deine Persönlichkeit widerspiegeln und gleichzeitig professionell sein. Dabei geht es nicht nur darum, was du sagst, sondern auch, wie du es sagst. Nutze eine klare und konsistente Sprache, die deinem Publikum zeigt, dass du ihre Bedürfnisse und Herausforderungen verstehst. Ob durch regelmäßige Beiträge auf Social Media, E-Mails oder persönliche Interaktionen bei Netzwerkveranstaltungen – stelle sicher, dass deine Kommunikation stets auf deine Ziele und die Bedürfnisse deiner Zielgruppe ausgerichtet ist.



01

Definiere deine Markenstimme

Deine Markenstimme verkörpert die Persönlichkeit und Emotionen deiner Marke. Es geht um den Ton, Stil und die Konsistenz in der Kommunikation. Eine klare Markenstimme sorgt dafür, dass alle Inhalte – sei es in Marketing oder Kund*innenservice – die gleiche Identität widerspiegeln.

02

Nutze konsistente visuelle Elemente

Visuelle Elemente wie Logos und Farbschemata bilden das visuelle DNA deiner Marke. Durch die konsequente Anwendung dieser Elemente auf allen Plattformen steigerst du die Markenwiedererkennung und schaffst Verlässlichkeit in den Augen deiner Zielgruppe.

03

Teile deine Markenstory

Jede Marke hat eine Geschichte – das „Warum“ hinter ihrer Gründung und ihre Visionen. Diese Geschichte zu teilen, schafft eine tiefere Verbindung zu deinem Publikum und fördert Loyalität und Vertrauen.

04

Engagiere dein Publikum

Echte Markenbindung erfordert aktives Engagement. Initiiere Gespräche, erkenne Feedback an und sei präsent im Dialog mit deiner Zielgruppe. So zeigst du, dass dir deine Community wichtig ist, was zu stärkeren Beziehungen führt.



DEINE ZIELGRUPPE UND POSITIONIERUNG

Identifiziere deine Zielgruppe



”

„In einem Meer aus Stimmen ist das Wissen über deine Zielgruppe der Kompass, der sicherstellt, dass deine Botschaft ihr gewünschtes Ziel erreicht.“

Die Kenntnis deiner Zielgruppe ist ein wesentlicher Bestandteil des Personal Brandings. Definiere genau, wer deine idealen Kund*innen sind, indem du demografische Daten, Interessen und Bedürfnisse analysierst. Verstehe ihre Schmerzpunkte und finde heraus, wie du ihnen spezifisch helfen kannst. Diese Informationen ermöglichen es dir, maßgeschneiderte Marketingstrategien zu entwickeln, die Resonanz erzeugen und echte Verbindungen schaffen. Je präziser du deine Zielgruppe kennst, desto relevanter und ansprechender kannst du sein – was letztendlich zu deinem Erfolg beiträgt.



01. Bewerte dein Angebot

Frage dich, welches Problem dein Angebot löst und wer am meisten davon profitiert. Überlege, was dein Produkt oder deine Dienstleistung einzigartig macht und welchen Mehrwert du bietest.

03. Psychografisches Profiling

Tauche tiefer in den Lebensstil, Hobbys, Interessen, Werte und Verhaltensmuster deiner Zielgruppe ein. Diese Informationen ermöglichen dir, ein nuancierteres Bild zu erhalten, das gezielte Botschaften erleichtert.

05. Feedback und Umfragen

Engagiere deine bestehenden Kund*innen, um wertvolle Einblicke zu gewinnen. Führe Umfragen oder Fokusgruppen durch, um ihre Meinungen und Erfahrungen zu sammeln.

02. Demografische Analyse

Untersuche die demografischen Merkmale deiner aktuellen Kund*innen, wie Alter, Geschlecht, Standort, Einkommensniveau, Bildung und Beruf. Diese Faktoren helfen dir, ein breites Verständnis dafür zu entwickeln, wer an deinem Angebot interessiert sein könnte.

04. Wettbewerbsanalyse

Untersuche deine Konkurrenz: Wen sprechen sie an? Gibt es ein unzureichend bedientes Marktsegment, auf das du dich konzentrieren kannst? Dies hilft dir, Differenzierungsmöglichkeiten zu erkennen.

06. Nutze Analysetools

Verwende Plattformen wie Google Analytics oder die Insights sozialer Medien, um Daten darüber zu erhalten, wer mit deinen Online-Inhalten interagiert. Diese Informationen können dir helfen, deine Zielgruppendefinition zu verfeinern.

So setzt du dich von deiner *Konkurrenz* ab

Um dich in einem überfüllten Markt abzuheben, ist es entscheidend, deine Einzigartigkeit klar zu erkennen und herauszustellen. Dies kann durch eine gezielte Nischenstrategie, außergewöhnliche Dienstleistungen oder durch deine unverwechselbaren persönlichen Eigenschaften geschehen. Zeige auf, warum deine Herangehensweise, deine Erfahrungen oder dein Service einen echten Mehrwert bieten, der dich von der Konkurrenz abhebt. Nutze Geschichten, Testimonials und Fallstudien, um deine Einzigartigkeit zu verdeutlichen und den Mehrwert, den du bietest, greifbar zu machen. Indem du diese klaren Unterschiede konsequent kommunizierst, schaffst du eine Marke, die einzigartig ist und nicht leicht kopiert werden kann.





01. Deep Dive in die Markenidentität

Reflektiere über die Grundwerte, Mission und Vision deiner Marke. Identifiziere, was dich wirklich abhebt – sei es deine Geschichte, deine Werte oder ein einzigartiges Produktmerkmal.

02. Verstehe dein Publikum

Indem du die Herausforderungen, Vorlieben und Bedürfnisse deiner Zielgruppe genau identifizierst, kannst du deine Angebote und deine Kommunikation gezielt anpassen. So stellst du sicher, dass deine Alleinstellungsmerkmale nicht nur einzigartig, sondern auch wertvoll für dein Publikum sind.

03. Analyse der Konkurrenzlandschaft

Studiere deine Mitbewerber*innen – nicht, um sie zu imitieren, sondern um Lücken im Markt zu erkennen. Finde Bereiche, in denen andere Anbieter*innen möglicherweise schwächeln oder Aspekte vernachlässigen, die du gezielt ausbauen könntest.

04. Innovative Produkt- und Servicegestaltung

Biete etwas Neues oder Besseres an, sei es in Form von Produktfunktionen, Benutzererfahrung oder Service nach dem Kauf. Überlege dir, wie du eine Lösung verbessern oder ein einzigartiges Modell oder eine spezielle Methode einführen kannst.

05. Ein außergewöhnliches Kund*innenerlebnis bieten

Ein herausragendes Kund*innenerlebnis kann eine Marke selbst dann abheben, wenn ähnliche Produkte angeboten werden. Denke dabei an persönlichen Service, unkomplizierte Rückgabemöglichkeiten oder Support nach dem Kauf.





"Jede Marke ist eine Geschichte. Die besten sind die, die nicht nur erzählt, sondern auch gelebt und gefühlt werden."

**DEIN
VISUELLER
AUFTRITT**

Die visuellen Elemente einer *Personal Brand*

Visuelle Elemente wie dein Logo, deine Farbpalette, Typografie und der allgemeine visuelle Stil sind entscheidend für die Wahrnehmung deiner Marke. Sie helfen deinem Publikum, sofort zu erkennen, wofür du stehst, und sollten deine Persönlichkeit und Werte authentisch widerspiegeln. Eine konsistente visuelle Identität – ob auf deiner Website, in deinen Social-Media-Profilen oder in deinem Marketingmaterial – stärkt die Wiedererkennbarkeit deiner Marke und fördert die emotionale Verbindung mit deinen Kund*innen.





01. Logo and Monogramm

Ein persönliches Logo oder Monogramm sorgt für sofortige Wiedererkennung und verkörpert deine einzigartige Identität. Es sollte einfach, vielseitig und auf allen Plattformen konsistent sein.

03. Typografie

Die Schriftarten deiner Marke vermitteln subtile Nuancen deiner Markenpersönlichkeit. Sie sollten leicht lesbar sein und dabei den Charakter deiner Brand widerspiegeln.

05. Persönliche Website

Deine Website ist das digitale Zentrum deiner Marke und sollte durch benutzerfreundliches Design die ästhetischen Werte deiner Brand widerspiegeln.

02. Farbpalette

Farben sind emotionale Signale für deine Marke; daher ist es wichtig, ihre Wirkung zu verstehen und sie konsistent einzusetzen. Jede Farbe trägt zur Wahrnehmung deiner Marke bei und beeinflusst die emotionale Verbindung deines Publikums.

04. Bildsprache und Fotografie

Hochwertige Bilder erzählen die Geschichte deiner Marke. Eine visuelle Konsistenz in Komposition und Stil verstärkt die Identität deiner Brand und erhöht ihre Wiedererkennbarkeit.

06. Social Media

Soziale Medien sind digitale Erweiterungen deiner Marke, in denen sowohl Profilbilder als auch Beitragsdesigns konsistent mit deiner visuellen Identität gestaltet sein sollten.

Dein *Moodboard*

Ein Moodboard ist ein visuelles Werkzeug, das dir hilft, die Ästhetik deiner Marke klar zu definieren und zu verfeinern. Es vereint inspirierende Bilder, Farbschemata, Muster und eventuell auch Texte oder Schlagworte, die das Gefühl und den Stil deiner Brand ausdrücken. Ein Moodboard ist besonders hilfreich, um kreative Ideen zu sammeln und sicherzustellen, dass alle visuellen Elemente harmonisch zusammenwirken. Es dient dir zudem als Referenz, um die Markenkohärenz über verschiedene Plattformen und Medien hinweg zu wahren.





Minimalist

BRAND MOOD BOARD

WERTE



color palette



#A78A70



#829AAE



#AFACA3



warm neutral



earth tones

MEIN WARUM

So unterstützen *Bilder* deine Personal Brand

Bilder spielen eine zentrale Rolle im Personal Branding, da sie oft den ersten Eindruck prägen und sofort emotionale Verbindungen schaffen können. Professionelle Fotos, die deine Persönlichkeit und Professionalität authentisch zeigen, sind entscheidend und sollten konsistent auf deiner Website sowie in allen Marketingmaterialien und Social-Media-Kanälen verwendet werden. Bilder, die deine Markenästhetik und -botschaften widerspiegeln, verstärken deine Identität und machen deine Marke einprägsam und wiedererkennbar.





01. Der erste Eindruck zählt

Bilder vermitteln oft den ersten Eindruck und können in Sekunden darüber entscheiden, ob sich potenzielle Kund*innen von deiner Marke angezogen fühlen. Ein hochwertiges, authentisches Bild schafft Vertrauen und weckt Interesse.



02. Persönlichkeit zeigen

Bilder ermöglichen es, deine Persönlichkeit visuell auszudrücken. Dies schafft eine nahbare, menschliche Verbindung, die dir hilft, authentisch zu wirken und eine emotionale Bindung zu deinem Publikum aufzubauen.

03. Professionalität und Expertise

Professionell gestaltete Fotos, die auf deine Marke abgestimmt sind, heben deine Kompetenz und dein Engagement hervor. Sie zeigen, dass du Wert auf Qualität legst, und machen deine Marke glaubwürdiger.



04. Ästhetik und Konsistenz

Eine konsistente Bildsprache, die auf der Ästhetik deiner Marke basiert, verstärkt den Wiedererkennungswert deiner Brand. Dies hilft deinem Publikum, deine Marke schnell zu identifizieren, egal auf welchem Medium es sie sieht.

05. Emotionen und Geschichten erzählen

Bilder haben die Fähigkeit, Botschaften und Stimmungen zu transportieren. Wenn sie sorgfältig ausgewählt sind, können sie die Geschichte und Werte deiner Marke authentisch vermitteln und so dein Publikum auf emotionaler Ebene ansprechen.

Deine *Brand* *Identität*

Deine Brand Identität ist das Fundament deiner Personal Brand und prägt, wie andere deine Marke wahrnehmen. Eine klar definierte Identität gibt potenziellen Kund*innen starke Gründe, sich für deine Dienstleistungen zu entscheiden. Sie umfasst deinen Stil, deine Stimme und die Werte, die deine Arbeit leiten – all das macht dich einzigartig und schafft Vertrauen.

01

Wie würdest du deinen ästhetischen Stil und die visuelle Sprache deiner Marke beschreiben?

02

Welche Tonalität und Markenstimme verwendest du in deiner Kommunikation? (freundlich, professionell, inspirierend, etc.)

03

Welche besonderen Stärken und Fähigkeiten zeichnen dich aus?

04

Wer sind deine idealen Kund*innen, und welche Eigenschaften haben sie?

Deine *Brand* *Inspiration*

Es gibt viele Dinge, die deine Personal Brand inspirieren können. Hier schauen wir uns ein paar davon an.

01

Das sind Bücher, die ich mag und die zu meiner Personal Brand passen:

02

Diese Schriftarten mag ich besonders gern:

03

Farben, die ich gut finde:

*I'm cheering
for you!*



Deine eigene Personal Brand kann so viel für dich und deine Selbstständigkeit tun.

Es lohnt sich. **Wirklich!**

Wenn du beim Projekt "Personal Brand" Hilfe benötigst, dann melde dich gern bei mir. Ich stehe dir zur Seite.

Hannah Quentin

www.hannahquentin.de
info@hannahquentin.de
[@hannah.quentin](https://www.instagram.com/hannah.quentin)

Personal Brand Foto Pakete



BRANDSHOOTING 1H

Dieses Shooting könntest du auch als Mini-Brandshooting bezeichnen. Die beste Variante bei einem knappen Budget und wenn du erstmal nur ein paar Bilder benötigst. Bei diesem Fotoshooting können wir uns kennenlernen, du wirst merken, dass es gar nicht so schlimm ist, vor der Kamera zu stehen. Aber das Shooting ist auch nicht zu lang, dass es dich überfordert.

Denk dran: eine Stunde ist schneller um, als du vermutest.



BRANDSHOOTING 2H

Dieses Angebot ist optimal für dich geeignet, wenn du aktuelle Portraitaufnahmen von dir haben möchtest. Innerhalb von 2 Stunden haben wir genug Zeit, dass du dich vor der Kamera wohl fühlst & verschiedene Outfits ausprobieren kannst.

Nach diesem Shooting gehst du mit ca. 100 guten Aufnahmen nach Hause, die du dann für die Ausstattung deiner Website und Social-Media-Kanäle nutzen kannst. Dieses Shooting ist eine gute erste Wahl für dich, wenn du noch nicht genau weißt, welche Bilder du benötigst und welcher Look dir gefällt. Wir probieren das gemeinsam aus.



BRANDSHOOTING 4H

Wenn du einen halben Tag buchst, mache ich bis zu 4 Stunden lang Fotos von dir. Ein halber Tag ist gut geeignet, wenn du genug Zeit haben möchtest, um in verschiedenen Outfits verschiedene Motive zu shooten. Außerdem können wir auch die Location wechseln.

Da du nach dem Shooting viele Bilder erhältst, ist dieses Paket auch super geeignet, wenn du Aufnahmen für deine Social-Media-Kanäle benötigst, auf denen du regelmäßig postest. Mit diesem Paket bist du mit genug Bildern versorgt, um ein viertel bis ca. halbes Jahr regelmäßig zu posten. Ist das was für dich?



Feedback lieber Kund*innen



X  **Tim Thuernau**
1 Rezension
★★★★★ vor einer Woche

Ich hatte die Freude, ein Fotoshooting für meinen Podcast mit Hannah zu machen, und es war einfach super! Die Atmosphäre war richtig locker und entspannt, was mir total geholfen hat, mich wohl zu fühlen. Hannah ist unglaublich professionell, gleichzeitig aber auch total sympathisch und bringt viel Spaß und Leichtigkeit in den Shoot. Die entstandenen Fotos sind einfach fantastisch geworden! Kann ich nur weiterempfehlen!



X  **Sabrina Hünnefeld**
2 Rezensionen
★★★★★ vor 4 Wochen

Ich hatte im Mai mein Personal Brand Shooting mit Hannah und bin begeistert von ihrer Arbeit!

Da ich selbst Fotografin bin, war ich bisher immer sehr skeptisch, wenn es um Bilder von mir ging, aber Hannah hat wirklich alles mit ihrer entspannten und witzigen Art aus mir herausgekitzelt, was nötig war. Ich wollte Bilder von mir haben, die sowohl meine Persönlichkeit als auch meine Brand widerspiegeln und genau das hat sie geschafft.

Der komplette Ablauf von Kennenlernen über Moodboard Gestaltung, Shooting und Bildübergabe war mehr als professionell. Hannah hat sich die Zeit genommen, um auf meine Wünsche einzugehen und hat mir viele gute Tipps gegeben. Sie hat die Bilder sogar mit meinem eigenen Preset bearbeitet, was für mich wahnsinnig wichtig war.

Die ersten Bilder habe ich natürlich schon verwendet und bekomme immer wieder das gleiche Feedback: Sabrina, das bist einfach genau du!



X  **Christine Zeller**
3 Rezensionen
★★★★★ vor 2 Wochen

Super entspanntes Shooting, das Hannah perfekt vorbereitet hat. Musste mich um nichts kümmern. Die Bilder sind toll geworden! Ich nutze sie ständig für alles mögliche im Business. Danke Hannah



X  **Laura Kümmel**
3 Rezensionen
★★★★★ vor einem Jahr

Dank Hannah habe ich nun richtig tolles Material für Social Media und meine Website! Ich klicke immer noch gerne durch die Bildergalerie, die beim Brand Shooting entstanden ist. So viel Abwechslung, so spannende Bildkompositionen. Ich hätte niemals erwartet, dass der Output so groß sein wird. Auch meinen Hund hat Hannah unglaublich toll eingefangen. Vom Konzept bis zum Shooting, alles war entspannt und ich habe mich in jeder Minute gut gefühlt. Ich freue mich schon aufs nächste Shooting!

**Viel Spaß mit
deiner *Personal*
*Brand!***

