

Personal Branding Positionierung von Unternehmerinnen auf Social Media

Marijke Milles

6. April 2022

Marijke Milles

KURZVORSTELLUNG



- > **Senior Social Media Beraterin**
- > seit 7 Jahren Teil der shapefruit AG
- > Kauffrau für Marketingkommunikation
- > Wirtschaftspsychologie B.Sc.

Fakten

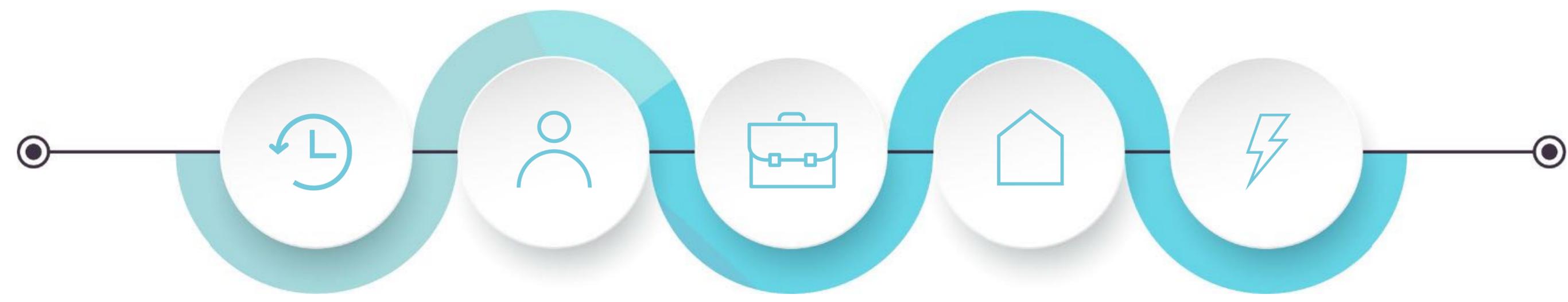
KURZVORSTELLUNG

Team

29 feste Mitarbeiter
Spezialistennetzwerk
ca. 30 Personen

Standort

53474 Bad Neuenahr-Ahrweiler



Historie

1990 gegründet,
seit 2000
Aktiengesellschaft

Leistungen

- > Beratung
- > Strategie
- > Konzept
- > Kreation
- > Grafik-Design
- > Programmierung
- > Produktion

Disziplinen

Marketing
Werbung
Internet

Female Empowerment

Female Empowerment bedeutet, Frauen im sozialen sowie wirtschaftlichen Bereich zu fördern und echte Chancengleichheit zu bieten.

Unabhängige, selbstbewusste und mutige Frauen, die ihr Leben selbst in die Hand nehmen – das ist das Ziel von Female Empowerment.



Girls vs. Boys

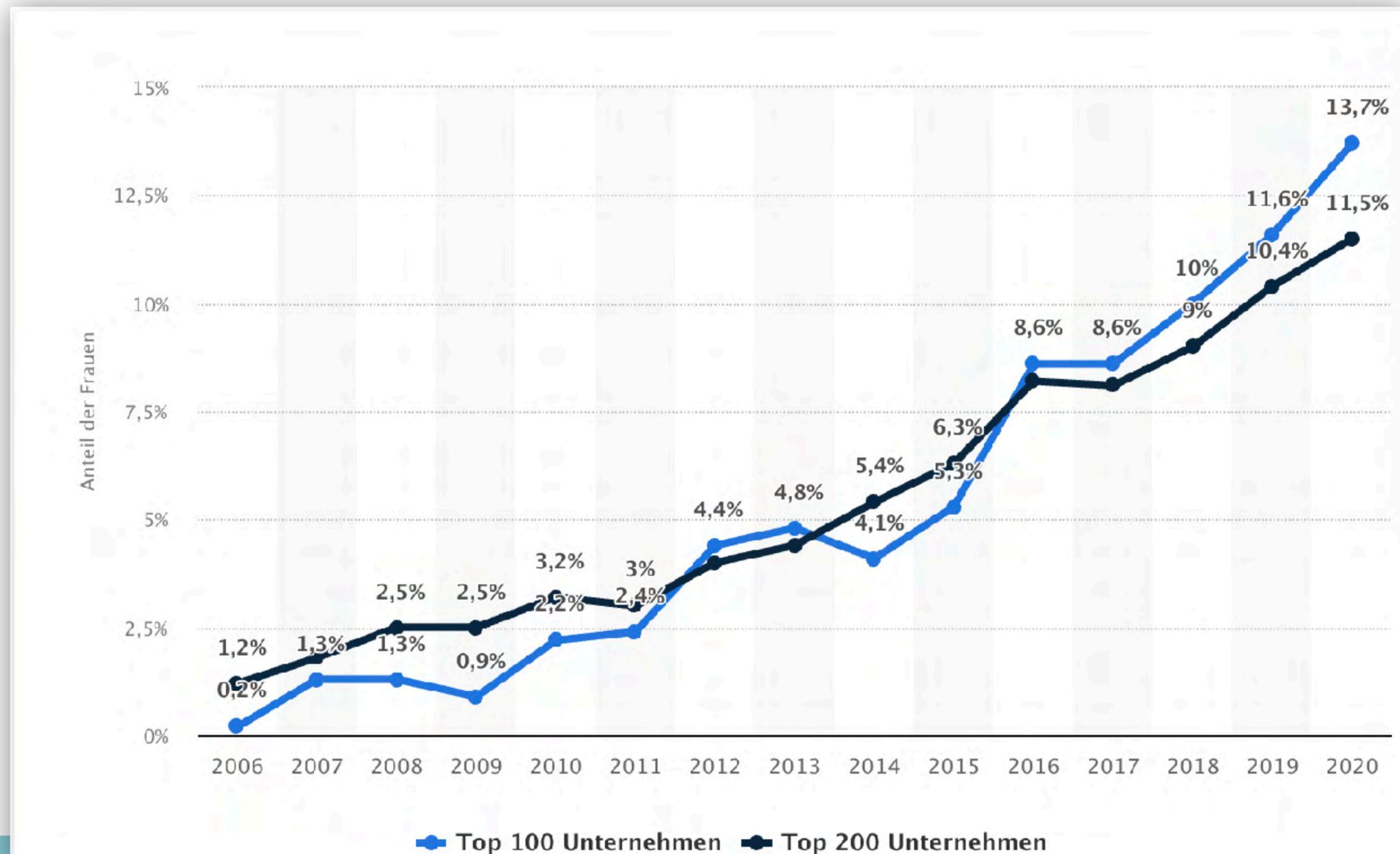
- > 1950 - 60 er Jahren Bildungsexpansion: Die Bildung von Mädchen und Jungs glich sich an
- > 2017/2018 lernten beispielsweise 38.7% aller Neuntklässlerinnen an einem Gymnasium, jedoch nur 32.2% aller Neuntklässler
- > Im Schnitt schneiden Mädchen in der Schule besser ab als Jungs

ABER

Männer schätzen ihre Leistung um **33 % höher** ein als Frauen mit **gleicher Leistung**

Anteil weiblicher Führungskräfte

FEMALE EMPOWERMENT



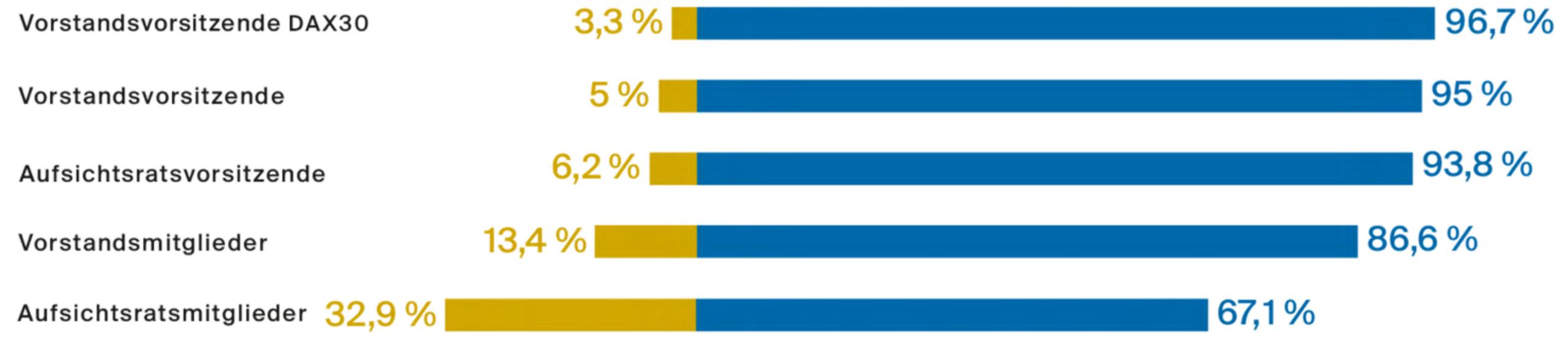
Female Empowerment

MÜNCHENER SICHERHEITSKONFERENZ 2022



Anteil weiblicher Führungskräfte

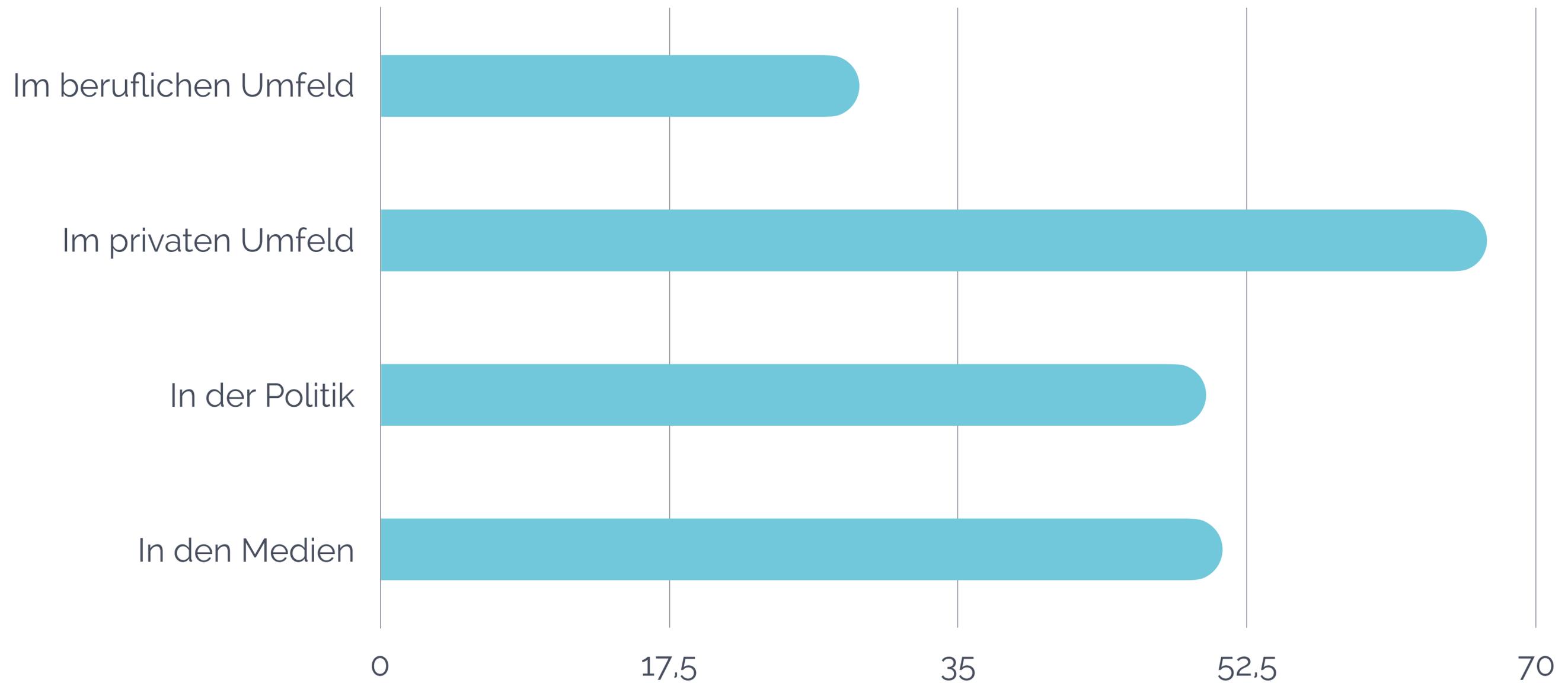
FEMALE EMPOWERMENT



Anteile von Männern und Frauen in den Aufsichtsrats- und Vorstandspositionen der 160 deutschen Börsenunternehmen am 1. September 2021: Je höher und machtvoller die Position, desto seltener sind Frauen vertreten.

Lebensbereiche der Gleichstellung

FEMALE EMPOWERMENT



Brauchen wir

2022 noch

Female

Empowerment?

Personal Branding

Personal Branding lässt sich als "**Personenmarke**" übersetzen, also eine Marke, deren Inhalte und Werte nicht auf einem Produkt oder dem Image eines Unternehmens beruhen, sondern den **Menschen** als Individuum **in den Fokus** setzt.



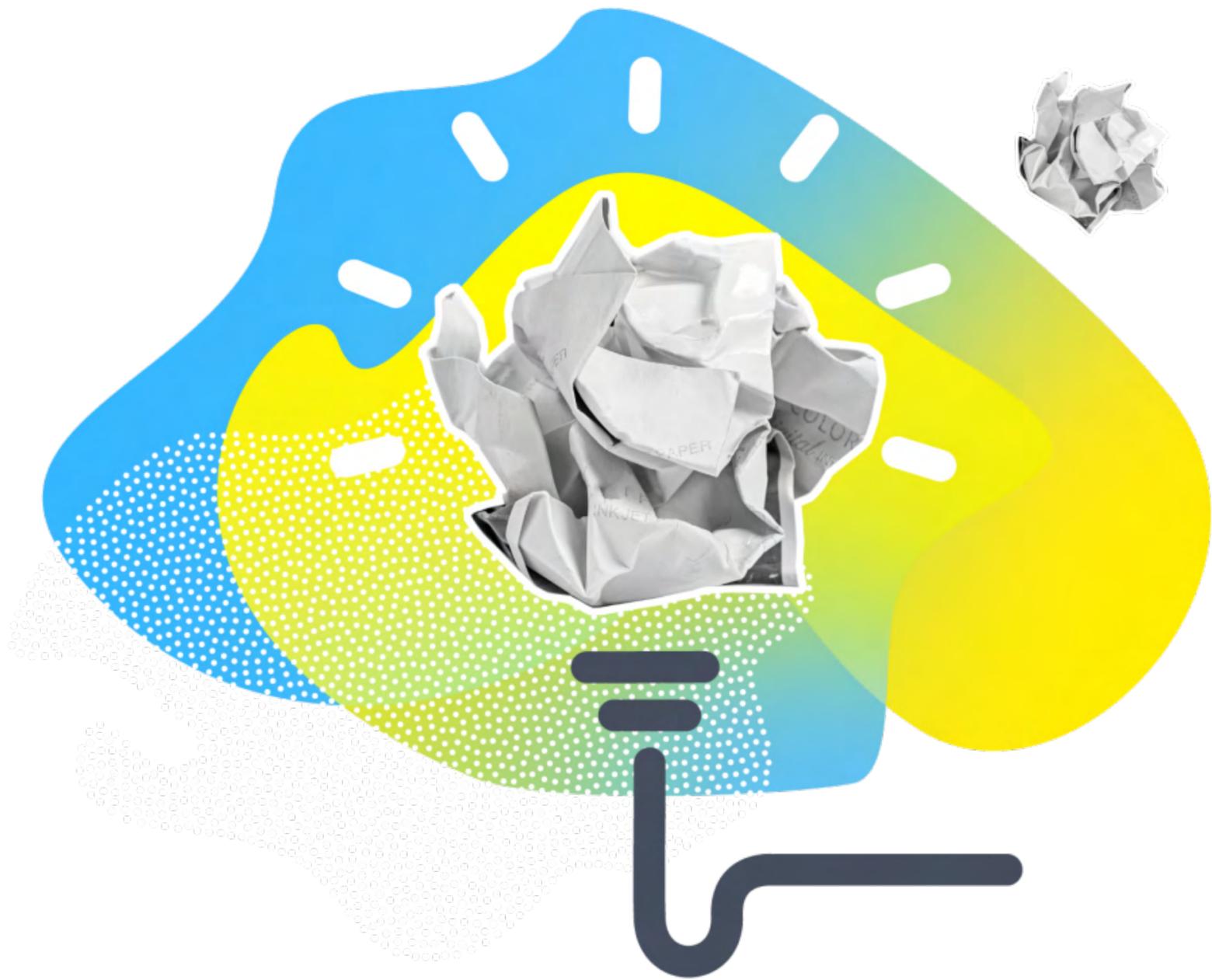
BRANDING

Ziele des Personal Brandings

ZIELE

Mehr Sichtbarkeit



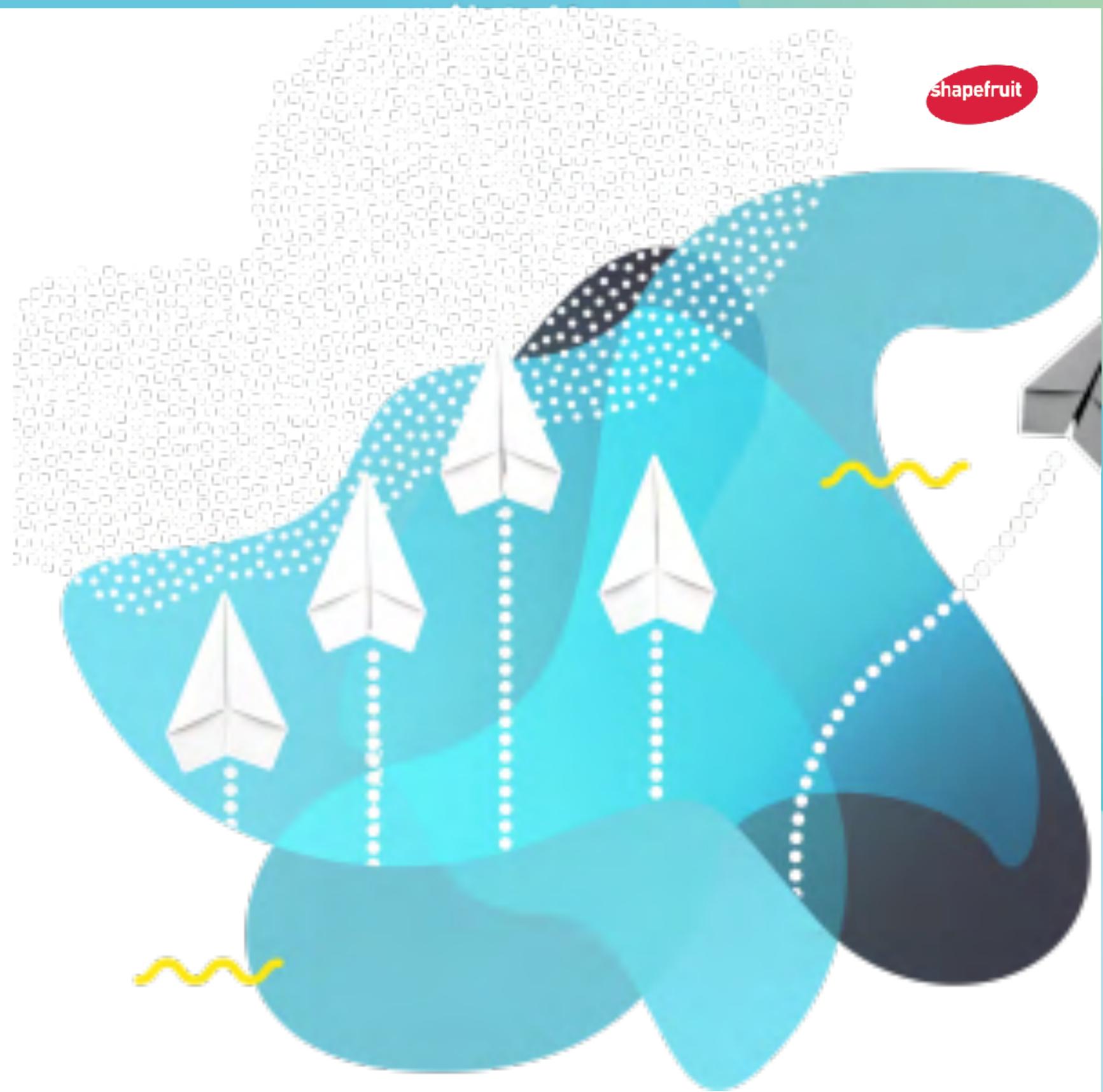


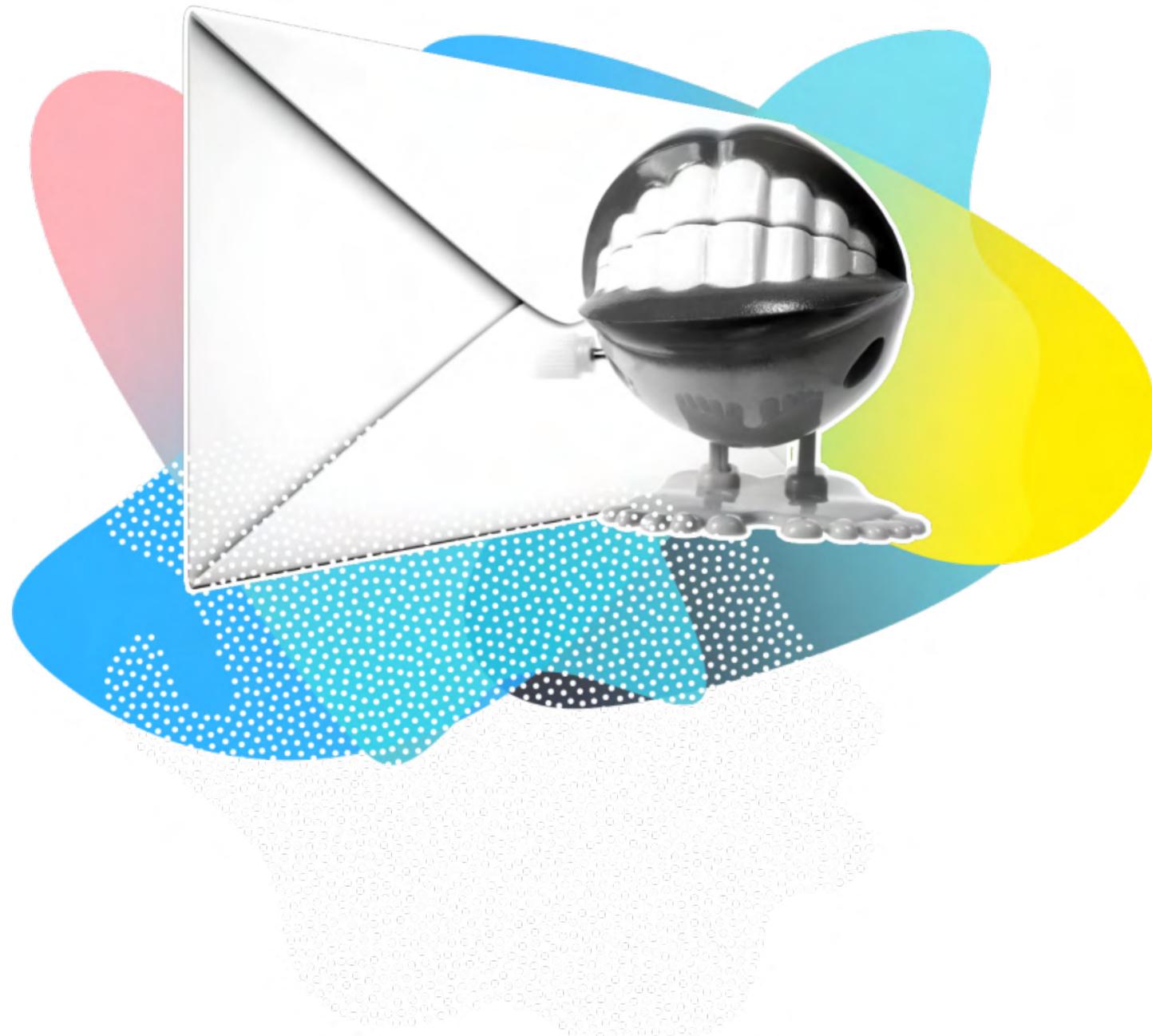
ZIELE

Positionierung als Expert*in

ZIELE

Gewinnung neuer Kunden





ZIELE

Aufbau eines Netzwerks

Seine Personal

Brand finden

Be your own Brand

PERSONAL BRANDING | FINDEN

shapefruit



1

Deine Einzigartigkeit

Was ist deine Geschichte?

Was begeistert dich?

Was kannst du?

Welche Werte vertrittst du?



2

Deine Relevanz

Welches Problem löst du?

Wessen Problem löst du?

Welchen Mehrwert schaffst du?

Warum du?



3

Dein Marktumfeld

Gibt es einen Bedarf?

Wer ist dein Benchmark?

Wie grenzt du dich ab?

Wen möchtest du erreichen?

Wo trittst du auf?

Wie trittst du auf?

My own Brand

PERSONAL BRANDING | FINDEN

shapefruit



1

Meine Einzigartigkeit

Meine Geschichte: Ich habe einige Umwege genommen aber aus jeder Erfahrung gelernt und mich weiterentwickelt

Mich begeistert: Social Media, Psychologie, Menschen

Ich kann: Menschen mitreißen, verschiedene Perspektiven einnehmen, kreativ & strategisch denken

Meine Werte: Fairness, Umsichtigkeit, Hilfsbereitschaft, Fleiß



2

Meine Relevanz

Ich löse: Berührungsängste mit sozialen Netzwerken

Zielgruppe: KMUs ...

Mein Mehrwert: Individuelle Hilfestellung

Deshalb ich: transparent, engagiert und verfüge über Erfahrung aus vielfältigen Kundenbeziehungen



3

Dein Marktumfeld

Bedarf: Social Media wird ein immer größer Teil unseres Alltags

Benchmark: Agenturen, Coaches

Abgrenzung: Verbindung aus Marketingwissen und Psychologie

Da bin ich: *Bisher* Webseite, *Ziel* LinkedIn

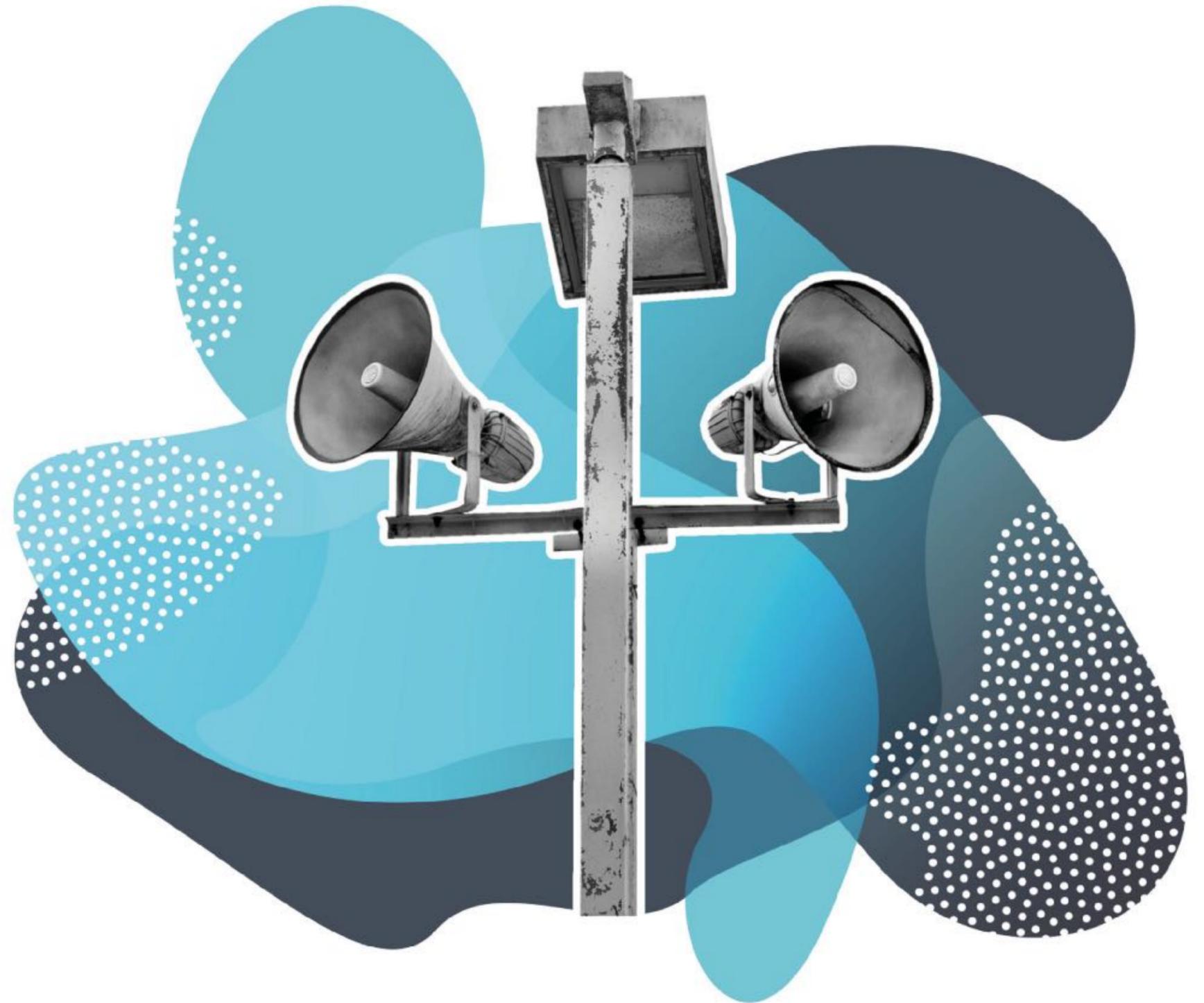
Wie: zu wenig 😊

Seine Personal

Brand **aufbauen**

TIPPS
~~~~~

# Pflege dein Profil



# LinkedIn

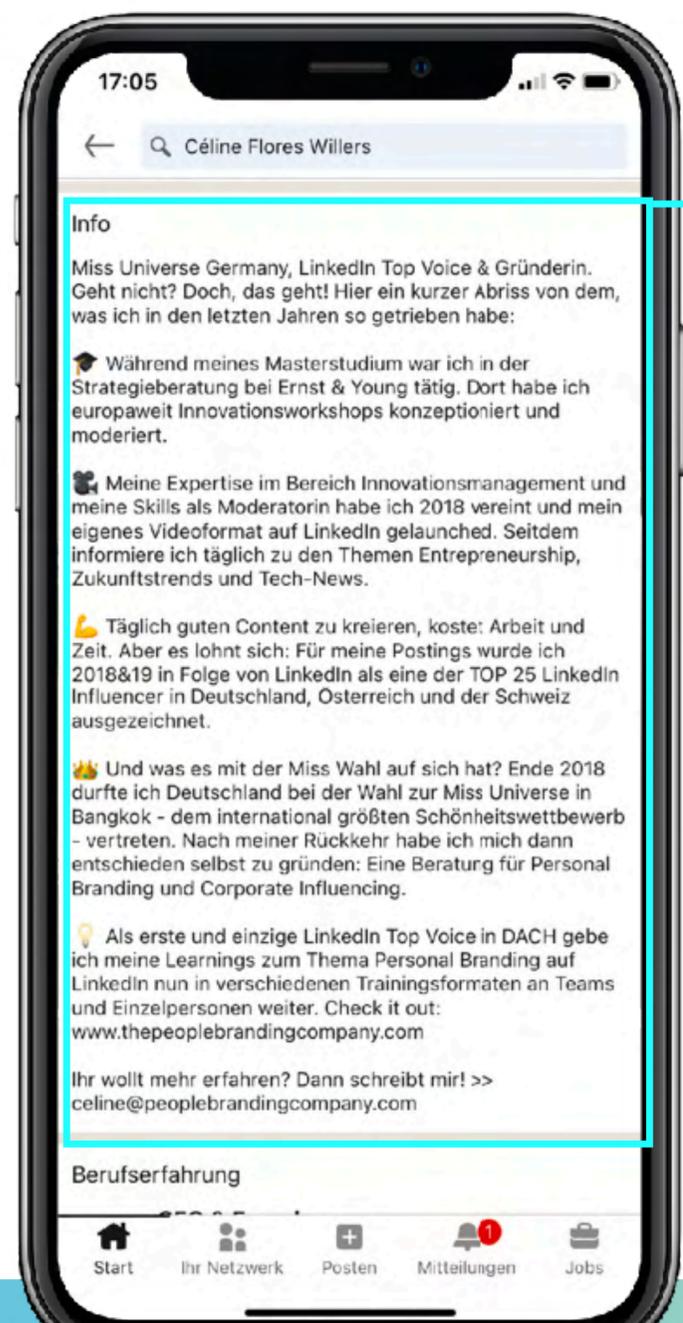
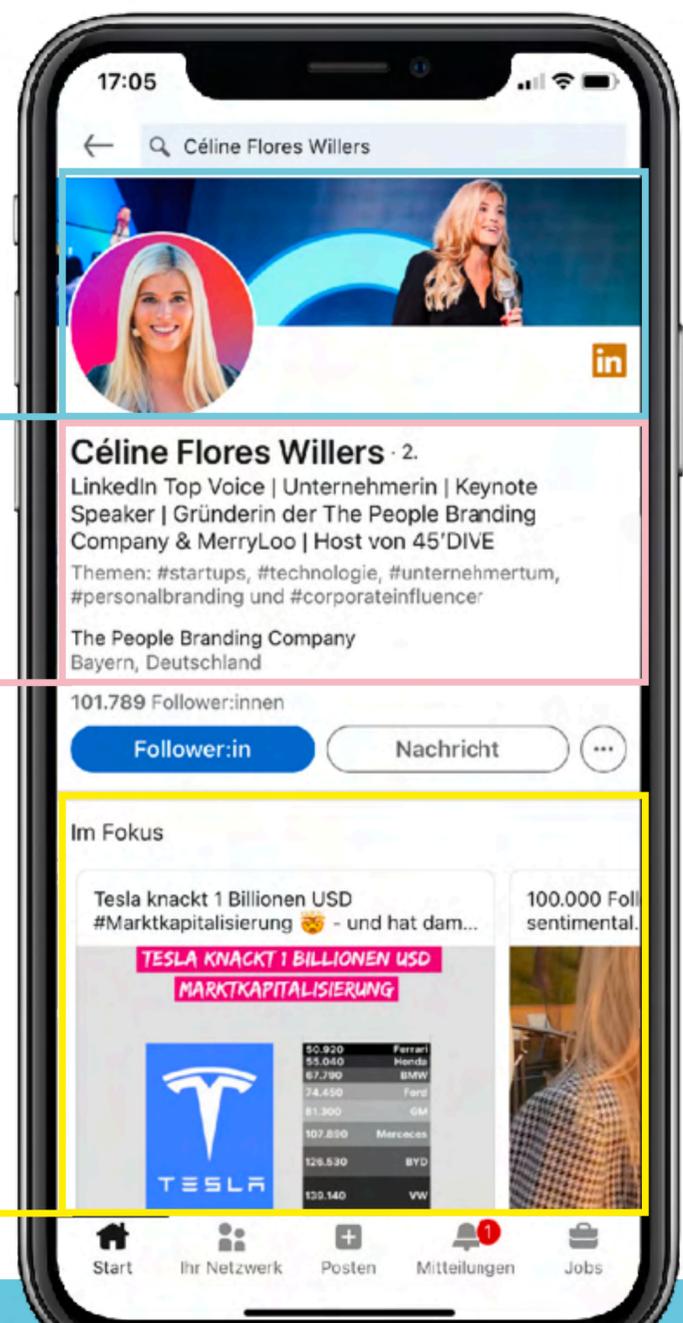
## PROFIL

Titelbild & Profilbild

Profilslogan

Im Fokus

(Für Unternehmensseiten)



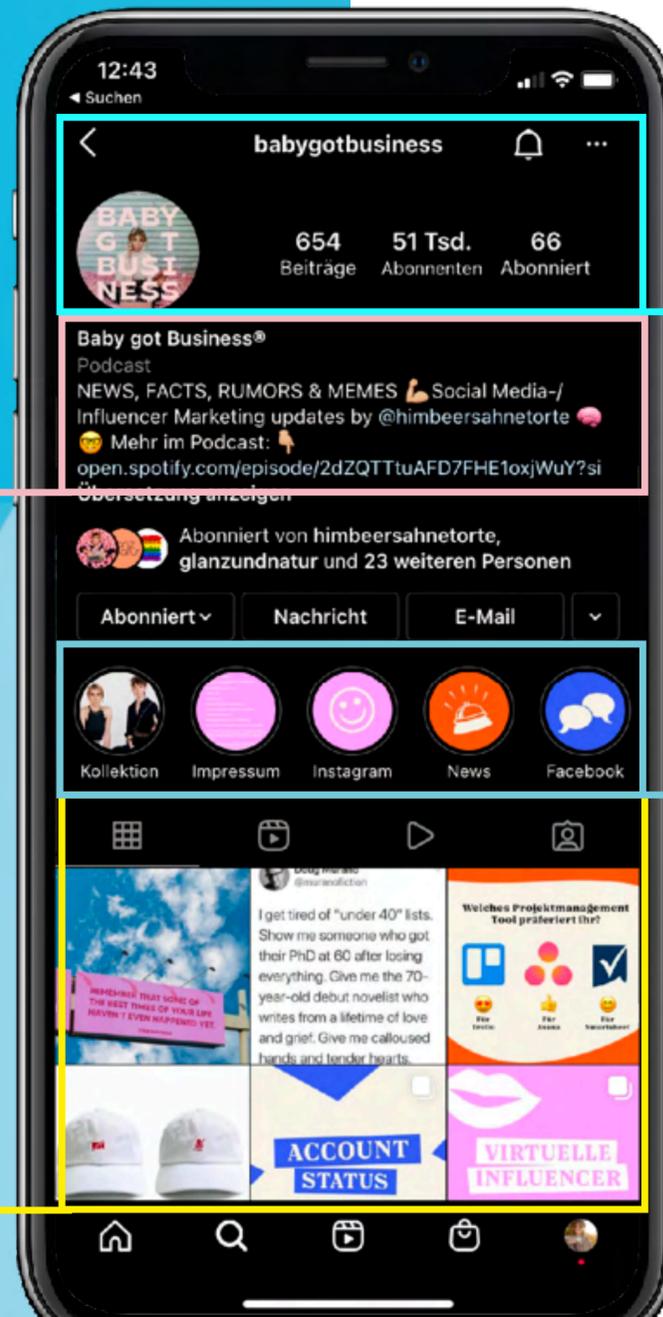
Profilzusammenfassung

# Instagram

PROFIL

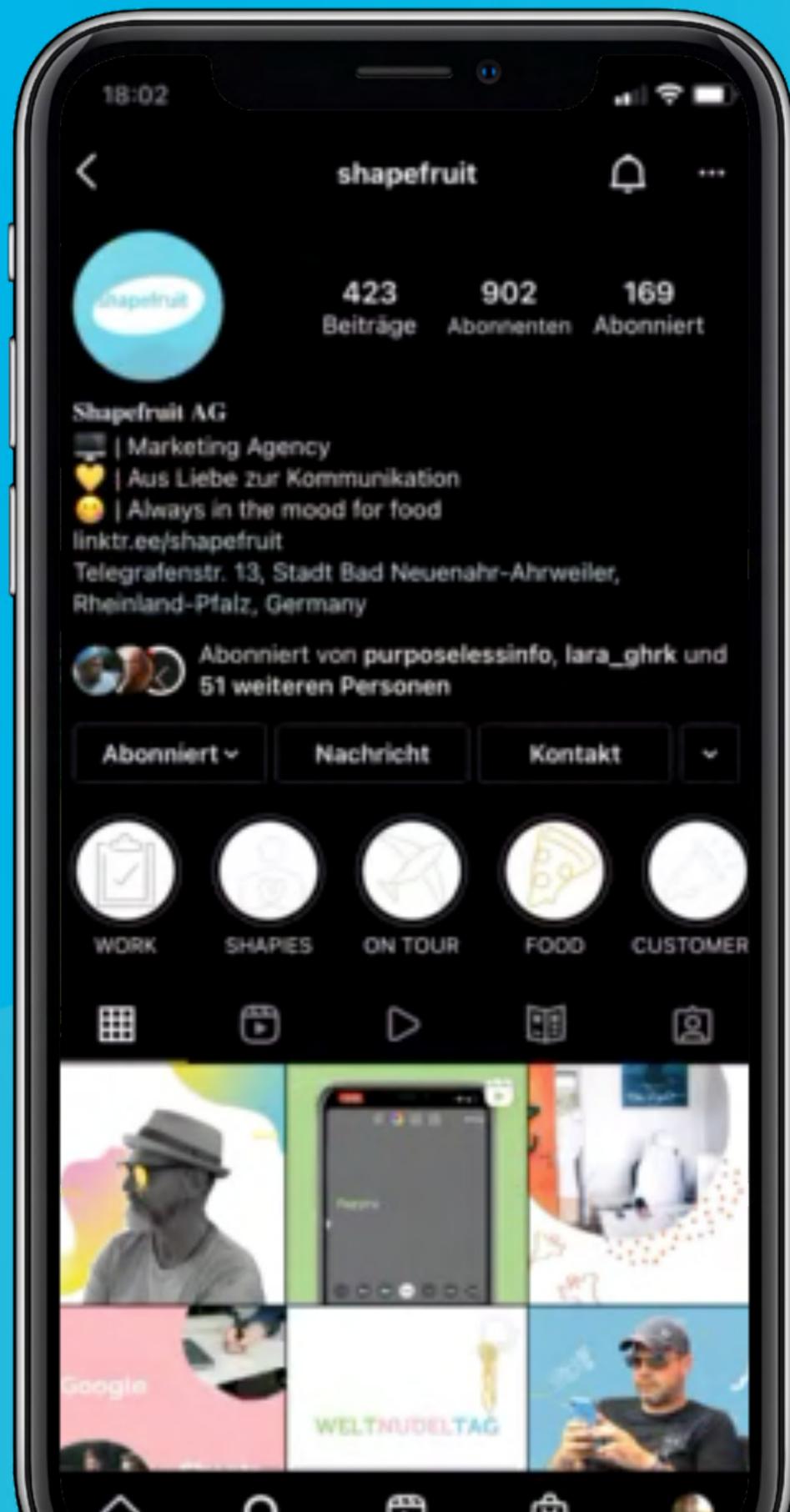
Instagram Bio

Content



Profilbild & Name

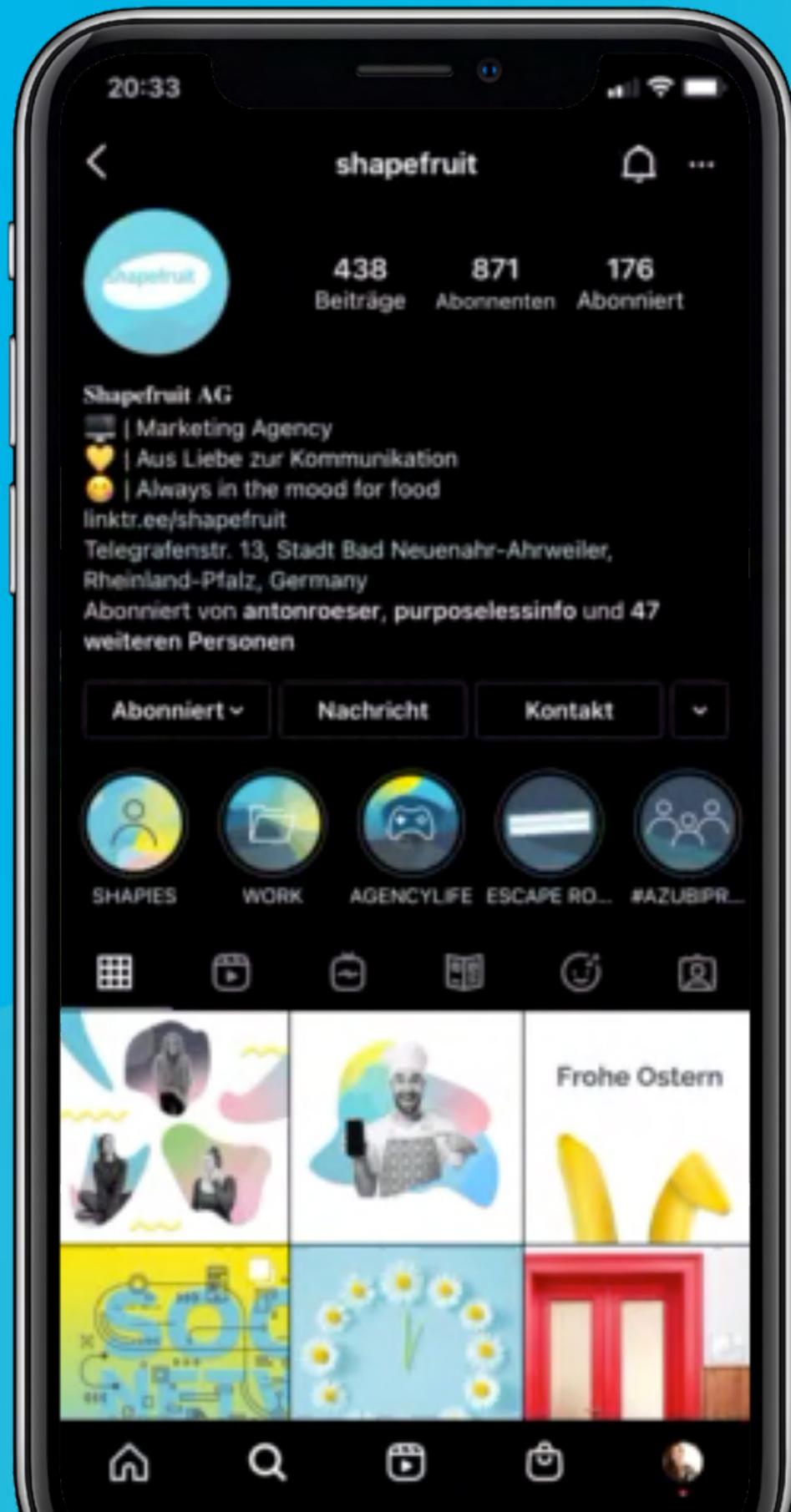
Story Highlights



## PROFIL

# Story Highlights

- > Story Highlights
  - machen Stories länger sichtbar
  - Informationen können einfach und schnell konsumiert werden



## PROFIL

# Instagram Guides

- > Funktion auf Instagram, um Beiträge zu kuratieren
- > Es können eigene **Beiträge**, Beiträge von anderen Accounts, **Produkte** oder Lieblings**orte** zusammengestellt werden
- > Kann als eine Art „Magazin“ / „Microbog“ verstanden werden

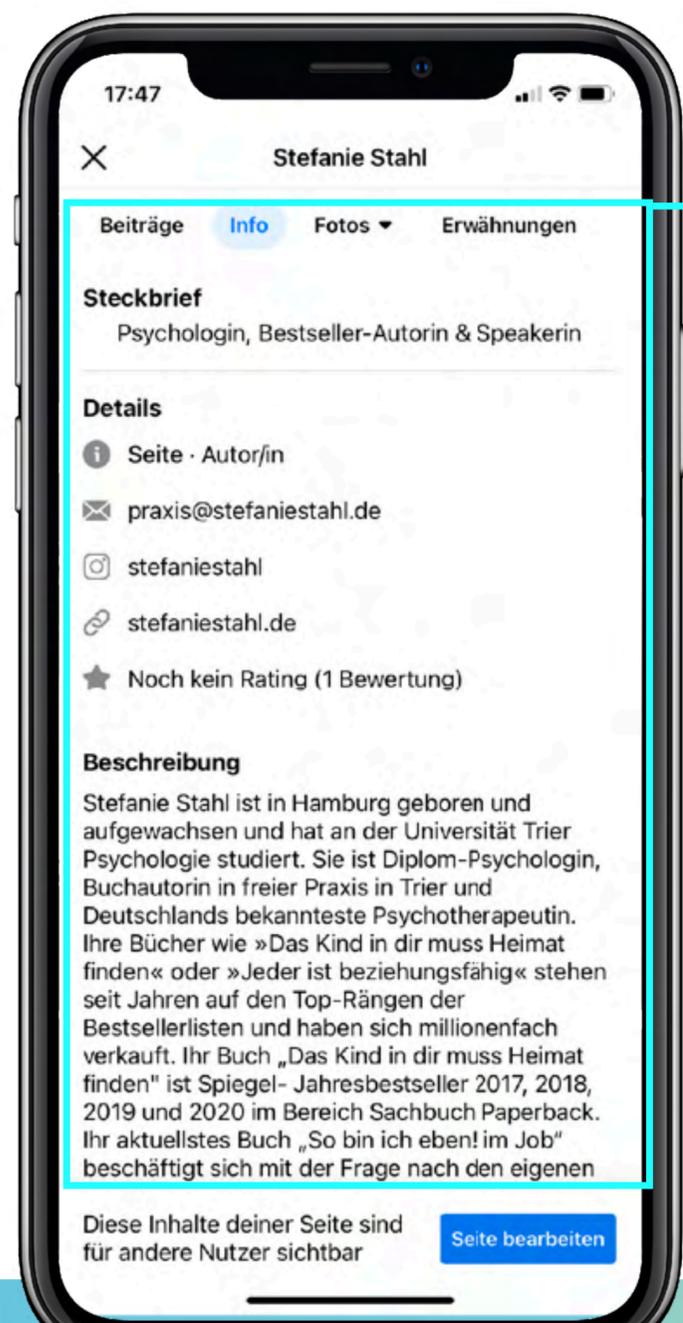
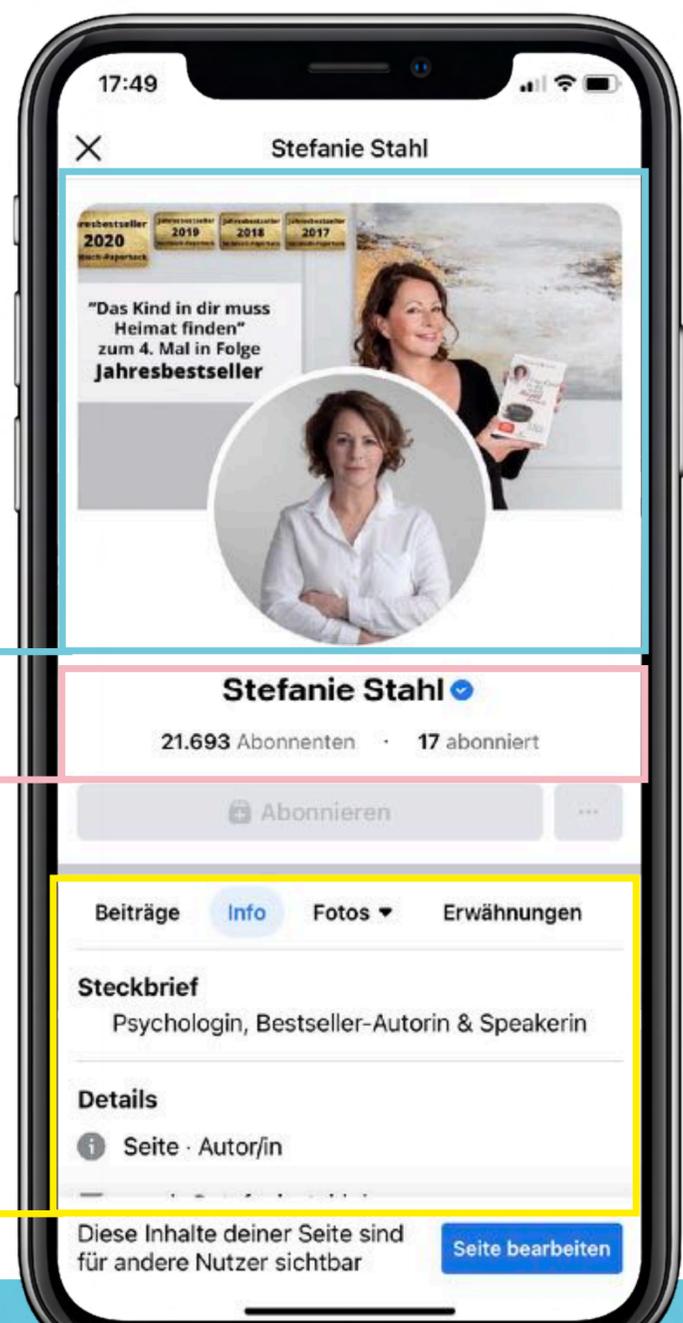
# Facebook

## PROFIL

Titelbild & Profilbild

Profilname

Steckbrief & Details



Informationen

TIPPS

# Bau dir ein Netzwerk auf



**Worin sollte am meisten  
Zeit investiert werden?**

→ Selbstpräsentation

→ Anderen helfen

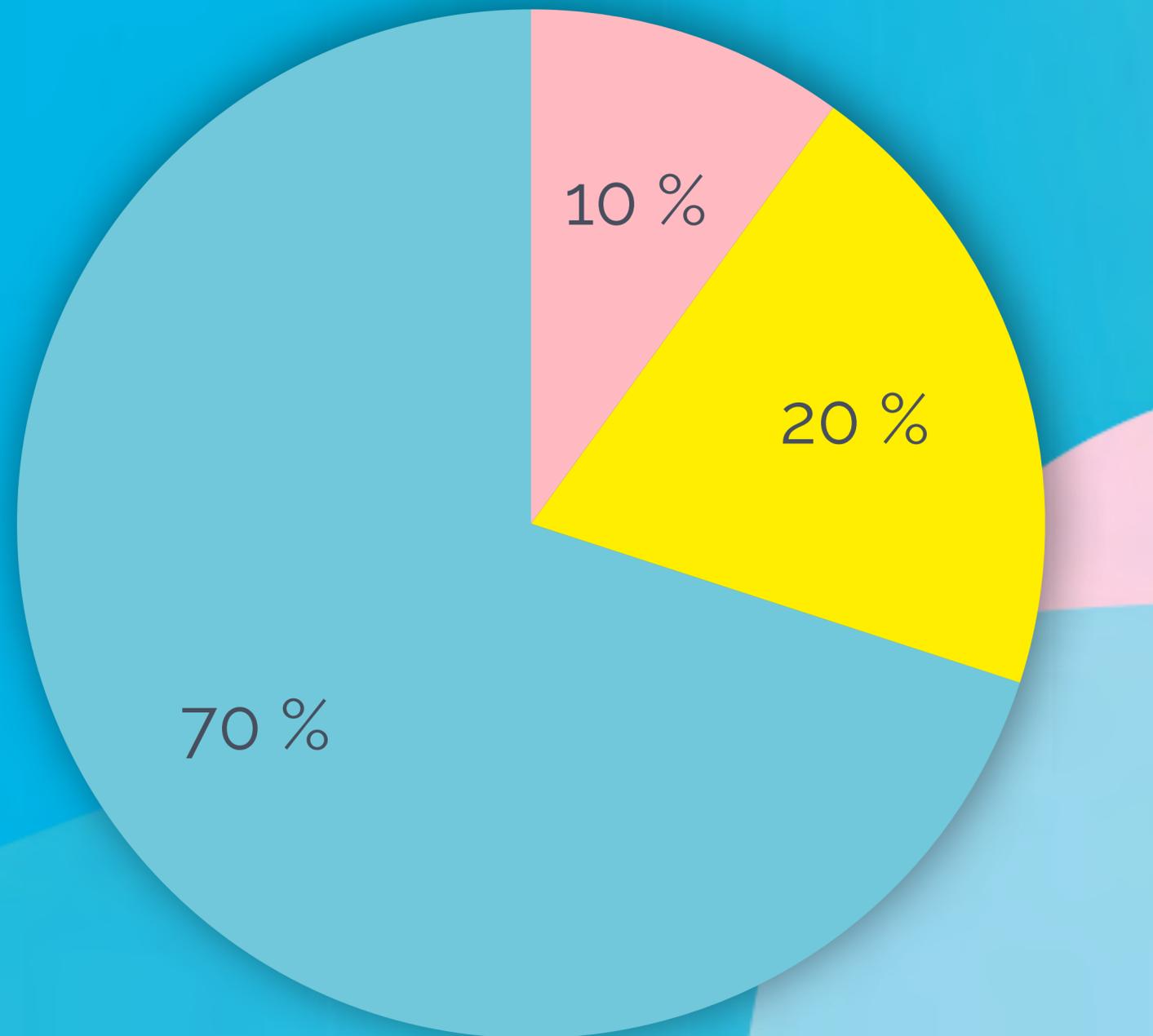
→ Hilfe annehmen

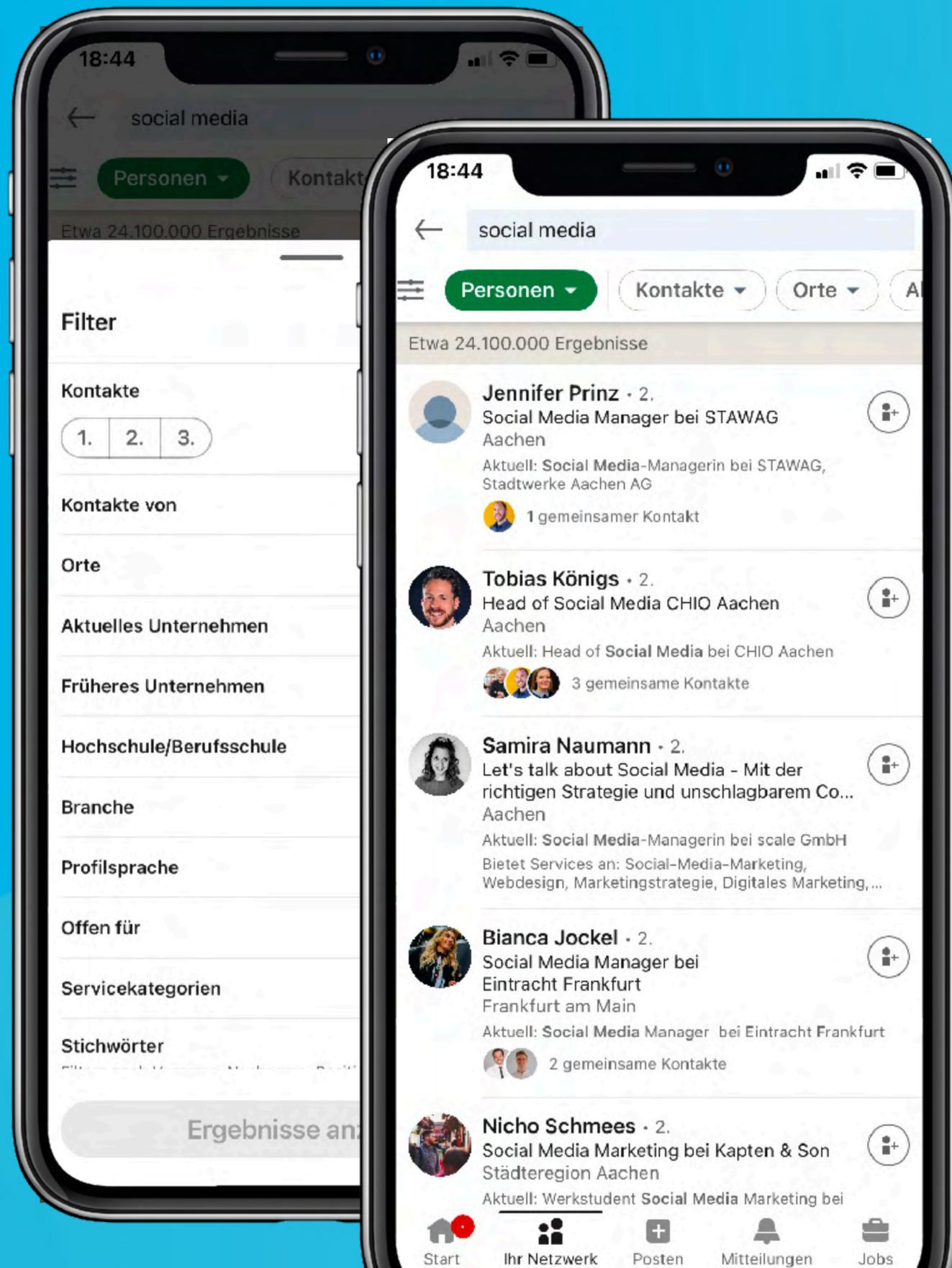
## NETWORKING

# 70-20-10 Regel

Investiere ...

- 👉 70 % deiner Zeit beim Networking, um anderen zu helfen
- 👉 20 % deiner Zeit, um dich selbst zu präsentieren
- 👉 10 % deiner Zeit, um Hilfe von anderen anzunehmen





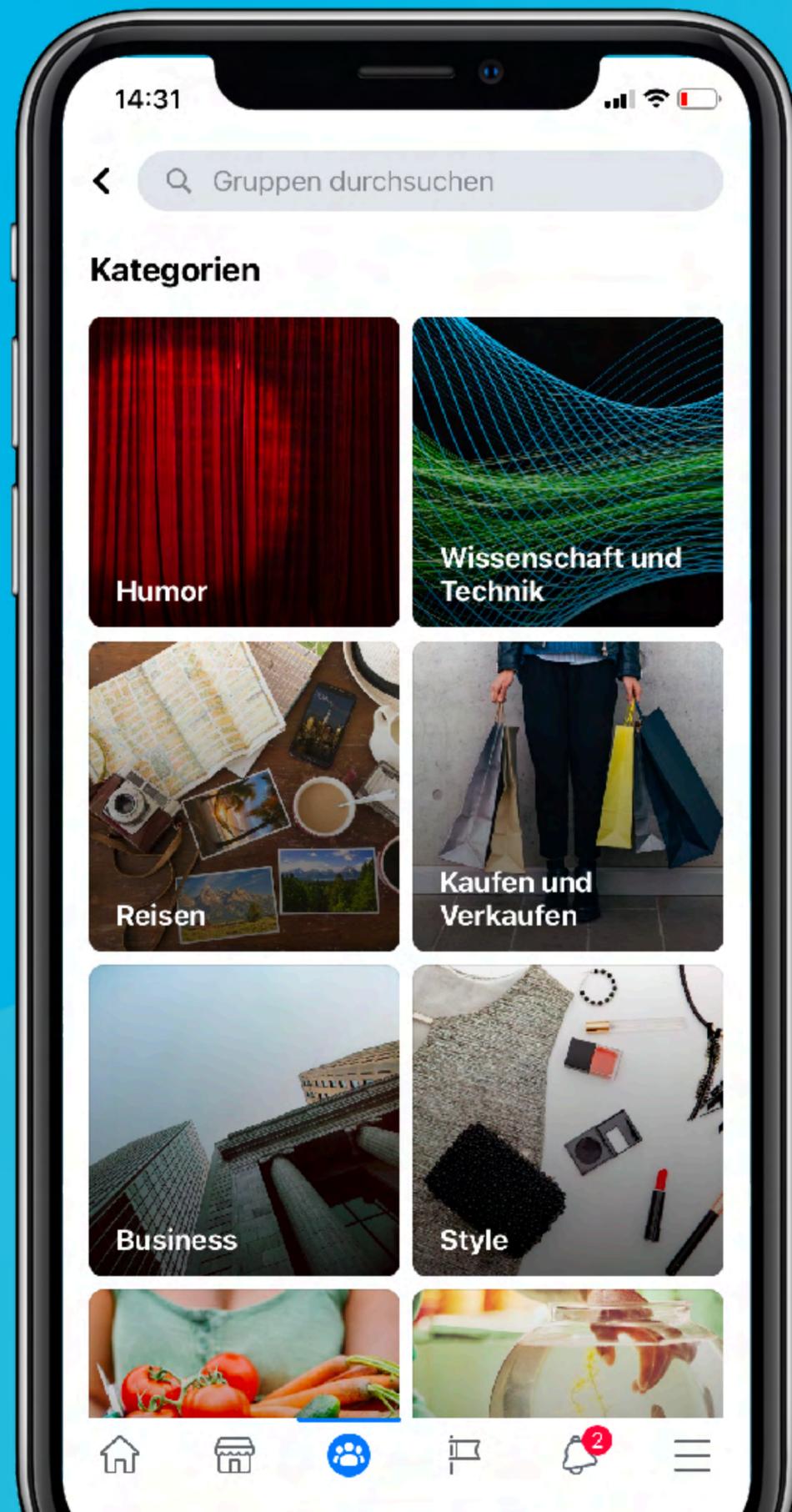
## NETWORKING

# Aktiv vernetzen

Vernetze dich zuerst mit Menschen, die du bereits kennst, um deinen Beiträgen eine Grundreichweite zu geben. Erweitere durch strategisches und aktives Networking dein Netzwerk durch Menschen, die du noch nicht kennst.

**Warum:** Aktives Netzwerken ist wichtig, um deine Reichweite und damit Sichtbarkeit zu erhöhen.

**Benefit:** Neue Kontakte sind nicht nur für eine höhere Reichweite wichtig, sondern auch, um den eigenen Horizont zu erweitern und aktuelle Trends im Blick zu behalten.



## NETWORKING

# Facebook Gruppen

## > Andere Gruppen

- Erreichen von neuen Usern mit hoher Themenaffinität
- Inspiration & Einblick in aktuelle Themen
- Themenspezifische Platzierung des Angebots

## > Eigene Gruppe

- Erhöhung der Sichtbarkeit

## > Allgemein

- Algorithmus stuft Gruppenbeiträge relevanter ein

TIPPS

# Begeistere mit gutem Content



Dürfen

**Emotionen eine**

Rolle spielen?

FAKT

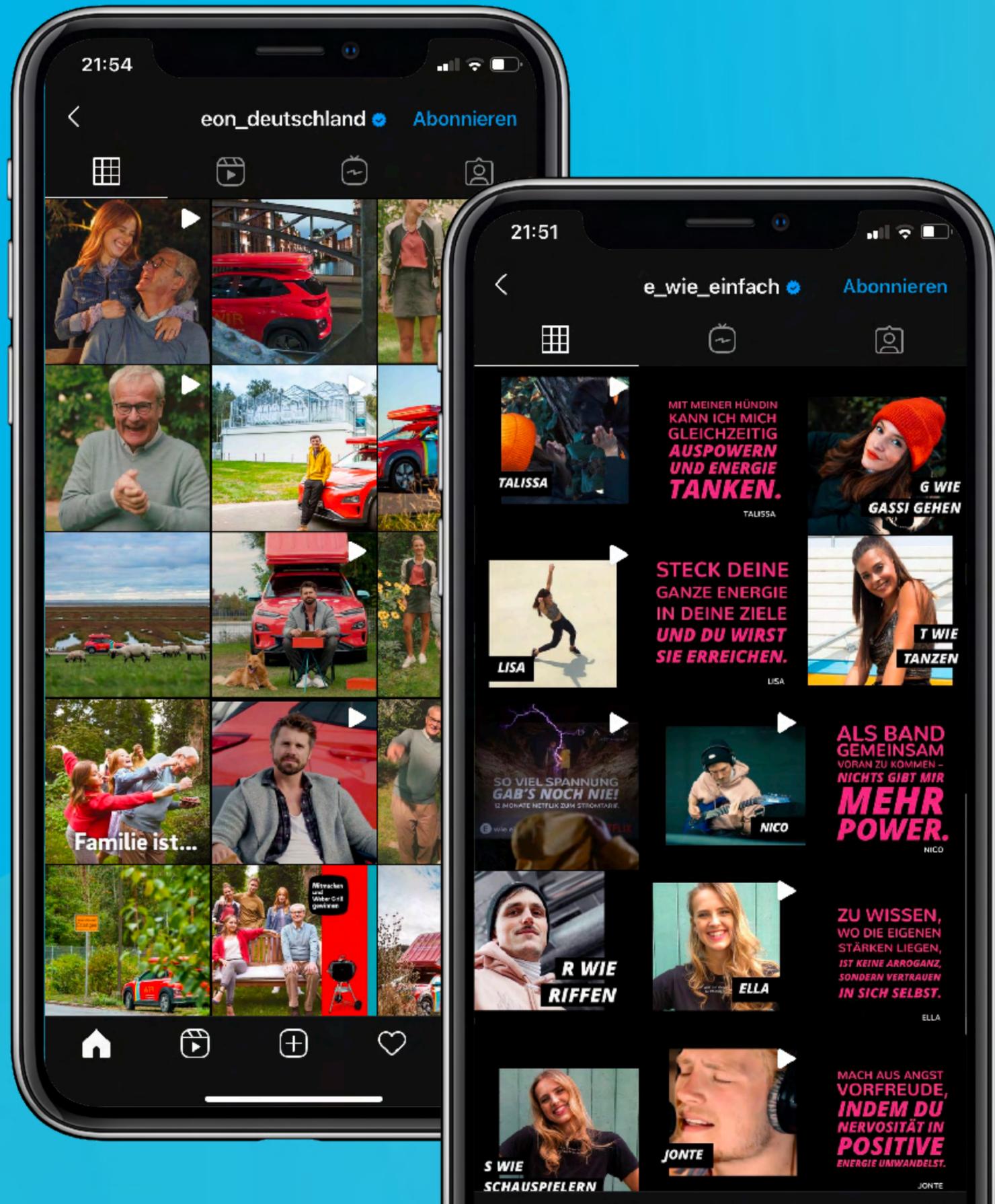
Menschen nehmen  
**200.000 Mal mehr**  
**Emotionen** als Fakten auf!



FAKT

Emotionen sind wichtig,  
um **Vertrauen** und  
**Bindung** aufzubauen





EMOTIONEN

# Kleiner Exkurs

## Warum emotional?

Emotionen geben auch bei Kaufentscheidungen den entscheidenden Ausschlag. Social Media lebt von echten Emotionen und Bindungen. User möchten, dass Brands Haltung zeigen und nahbar sind.

**Benefit:** Holt man den User emotional ab, bleibt die Marke länger im Kopf und der User neigt eher dazu, ein Produkt dieser Marke zu kaufen.

**Vorgehen:** Definieren der Zielgruppe, um auf die Bedürfnisse deiner Audience eingehen zu können und sie bestmöglich abholen - sowohl fachlich als auch emotional.

## CONTENT

# Inhalte finden

- Welche **Themen** sind in deiner Branche gerade **aktuell**?
- Was sind **deine Gedanken** dazu?
- Was **interessiert** dein **Netzwerk**?
- Gibt es **Updates** zu **deiner Karriere**?
- Hast du teilenswerte **neue Erkenntnisse** gewonnen?



## CONTENT

# Medium

- > Feed-Content
  - Bilder, Videos, Texte, Artikel
- > Instagram Reels
- > Instagram Stories
- > LinkedIn Artikel

Sollte man

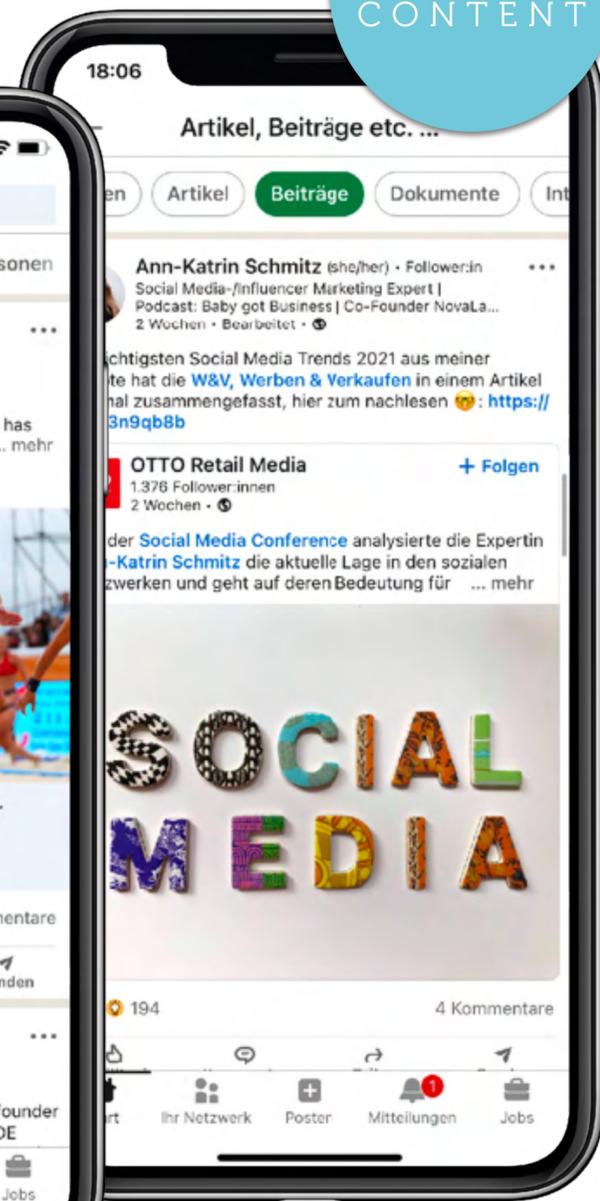
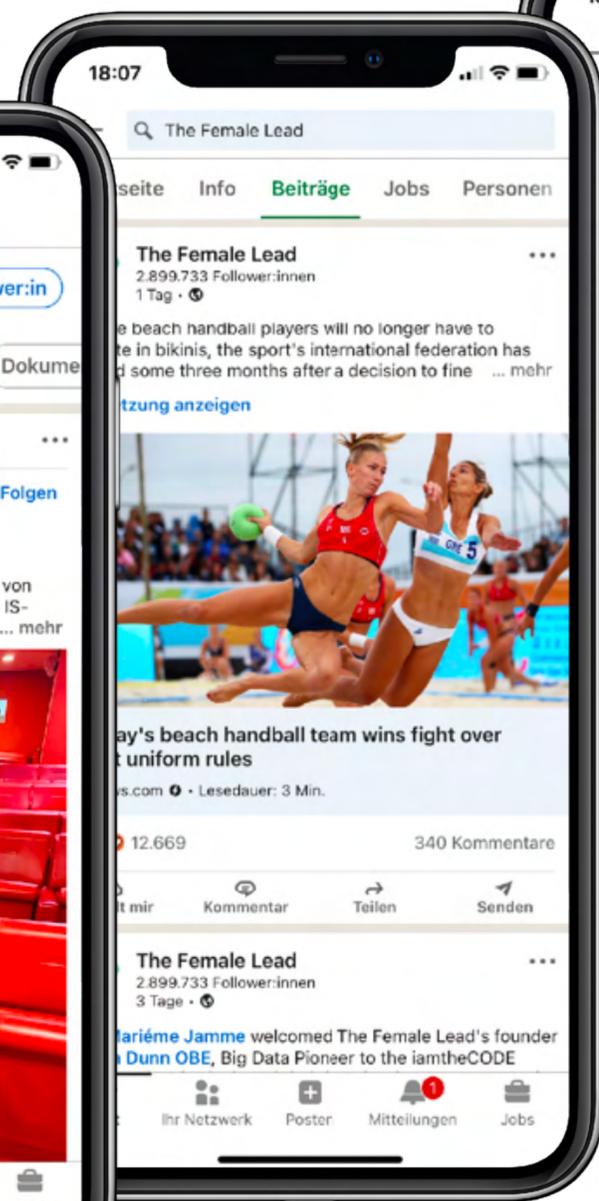
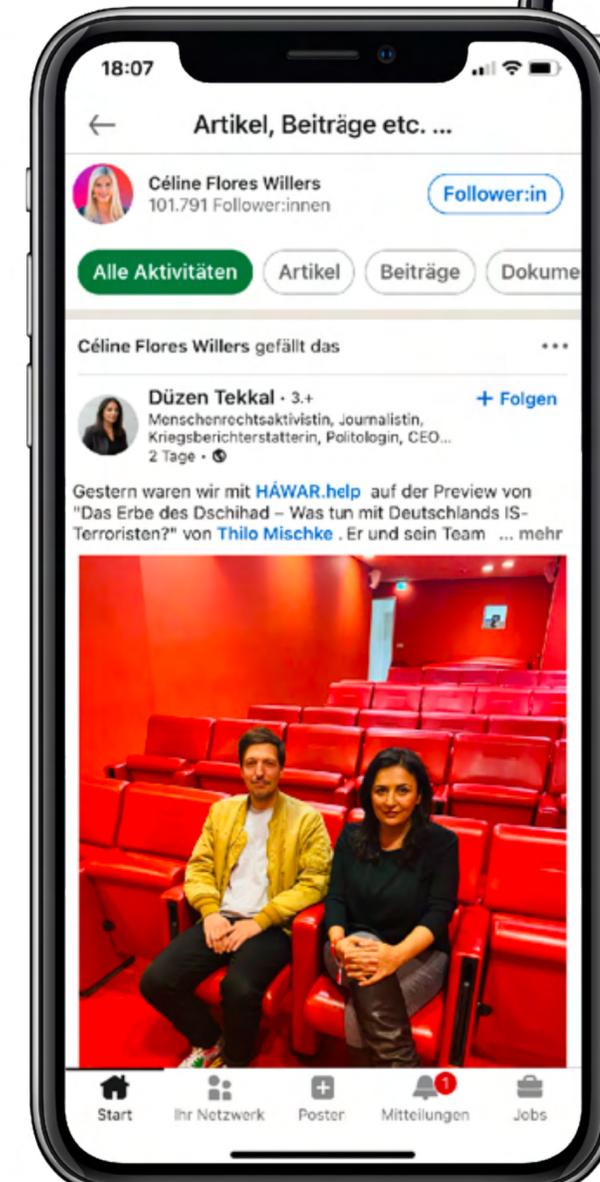
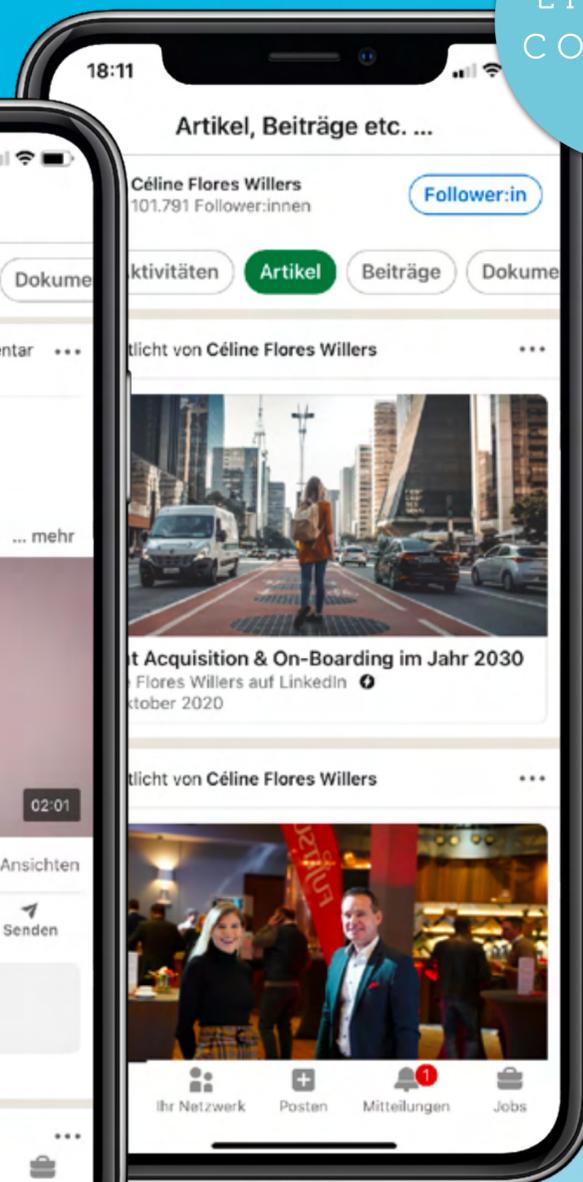
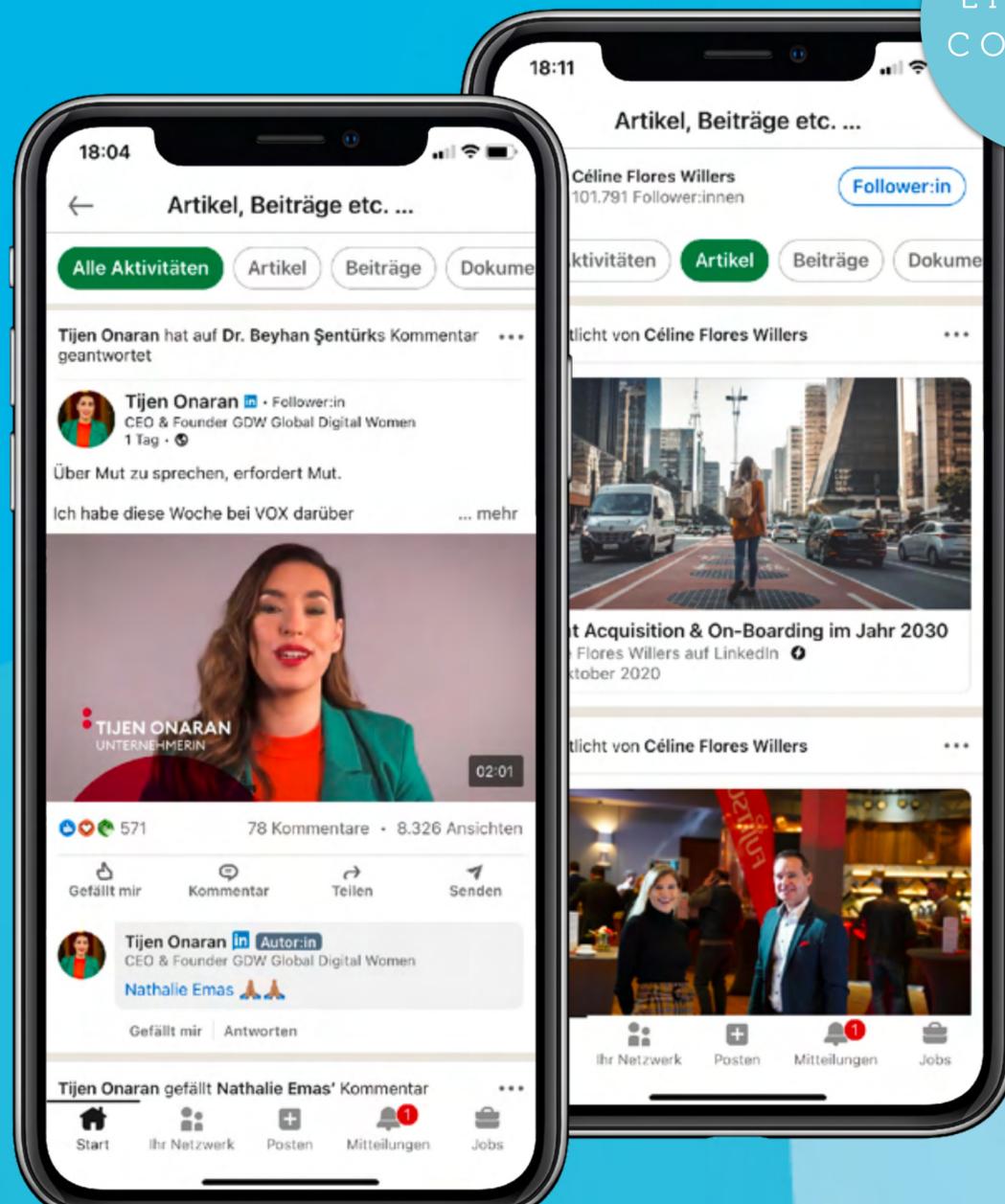
**Dritt-Content**

nutzen?

# LinkedIn

## CONTENT

EIGENER  
CONTENT

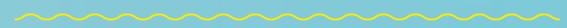


GETEILTER  
CONTENT

**Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit**



WWW.SHAPEFRUIT.DE



Marijke Milles

Fon: +49(0)2641-8005-61

[marijke.milles@shapefruit.de](mailto:marijke.milles@shapefruit.de)