

Die 4 P des Selbstmarketings

Der Begriff «Marketing» hat einen schweren Stand. Obwohl der Marketing-Mix mit den 4 P bereits in den 1960-er Jahren erstmals beschrieben wurde, benutzen sogar viele Betriebswirtschaftler den Begriff immer noch in der reduzierten Bedeutung von nur einem P: Werbung und Kommunikation. Dem Begriff «Selbstmarketing» ergeht es leider auch nicht besser!

Peter Näf

Jerome McCarthy hat den Marketing Mix mit den 4 P beschrieben: Product, Price, Place und Promotion. Wenn meine Kundinnen und Kunden über Marketing sprechen, meinen sie dabei meistens den Promotions-Aspekt. Viele gehen davon aus, Marketing hätte ausschliesslich mit Werbung und Werbung wiederum mit Kreativität zu tun. Dies dürfte mit ein Grund sein, warum Marketing sich bei vielen Stellensuchenden einer ungebrochenen Popularität erfreut.

Ähnlich ergeht es dem Begriff des Selbstmarketings: Die meisten verwenden ihn als Synonym für Selbstpromotion – was wiederum nur ein Viertel des Marketing-Mixes ausmacht. Höchste Zeit also, sich für Ihre strategische Karrieregestaltung mit den anderen drei Vierteln zu beschäftigen.

Vertrieb ist mehr als ein einziger Kanal

Wenden wir uns zuerst dem Aspekt zu, den die meisten aus Erfahrung kennen: dem Vertrieb (Place). Es geht um die Vertriebskanäle für das Angebot Ihrer Ich-AG. Denken Sie jetzt nur an die externe Stellenbewerbung auf Inserate? Dann dürften Sie in guter Gesellschaft sein. Selbstpromotion aber ist immer und auf unterschiedlichen Kanälen. Ihr erster Vertriebskanal ist bei Ihrem aktuellen Arbeitgeber. Sie müssen Ihre Leistung im Berufsalltag sichtbar machen für Ihre interne Weiterentwicklung. Daneben sollten Sie über soziale Netzwerke jederzeit auffindbar sein, denn: Ihre nächste optimale Stelle ist vielleicht genau

dann offen, wenn Sie nicht auf Stellensuche sind. Und wenn Sie schliesslich auf den Arbeitsmarkt gehen, dann sind Sie von Vorteil ebenfalls auf unterschiedlichen Kanälen unterwegs.

Überlegen Sie sich, WAS Sie verkaufen!

Der meiner Erfahrung gemäss am stärksten vernachlässigte Teil des Marketing-Mixes ist aber das Produkt. Kennen Sie Ihr Angebot, mit welchem Sie auf den Arbeitsmarkt gehen? Können Sie es genau beschreiben und aufzeigen, wodurch es sich im Vergleich zu den Angeboten Ihrer Mitbewerbenden auszeichnet?

Viel zu oft gehen Menschen bildlich gesprochen mit einem Bauchladen von unterschiedlichen Angeboten auf den Markt. Dabei wäre es sinnvoll, analog einem Anbieter auf dem Produktmarkt, durch sinnvolle Spezialisierung das eigene Sortiment zu straffen und sich auf die Leistungen zu konzentrieren, mit denen sie den grössten Mehrwert generieren.

Eine berufliche Standortbestimmung dient dazu, Ihr Angebot zu definieren. Dabei kommt auch der vierte Teil des Marketing-Mixes in Betracht: Der Preis. Dieser umfasst bei einer differenzierten Betrachtung mehr als das oft ausschliesslich betrachtete Gehalt sowie die geldwerten Nebenleistungen. Er umfasst stattdessen all die Aspekte im Berufsleben, um derentwillen Sie bereit sind, eine Gehaltseinbusse in Kauf zu nehmen.

In Ihrer strategischen Karrieregestaltung lohnt es sich also als Unternehmer oder Unternehmerin in eigener Sache von den erfolgreichsten Playern auf den Produkt- und Dienstleistungsmärkten zu lernen, welche immer den gesamten Marketing-Mix im Auge behalten!

#selbstmarketing #personalbranding #standortbestimmung

Weitere Artikel zu Karrierethemen finden Sie auf meiner Homepage <https://karrierecoaching.ch/artikel/>



PETER NÄF
karrierecoaching