

Inhalt

1 Einführung in das Selbstmarketing 9

- Exkurs: Was Sie über Marketing im Allgemeinen wissen sollten 13

- M**agazinseite:
Wo stehe ich? Nehmen Sie eine Standortbestimmung vor 14

2 Das Produkt EGO 19

- Die Ist-Analyse:
Hier stehe ich und kann nicht anders? 19
Erkennen Sie Ihre Stärken 21

- M**agazinseite:
Ihr persönliches Netzwerk bringt Sie weiter 24

Worin bestehen Ihre Schwächen? 27

Welche Möglichkeiten und Gefahren bestehen? 30

Beziehen Sie die Menschen aus Ihrem Umfeld mit ein 32

- M**agazinseite:
Fragen Sie Ihr persönliches Umfeld 34

Wer sind Ihre Kunden und Lieferanten? 36

Werbeaussagen über Ihr EGO:
Stellen Sie Ihr Licht nicht unter den Scheffel 37

Analysieren Sie Ihre Konkurrenten und Mitbewerber	40
M agazinseite: Vorbilder und Idole – Sein oder Schein?	44
Auf den Punkt gebracht	46
• Die Soll-Analyse: Ich will so bleiben wie ich bin?	48
M agazinseite: Von Träumen und Visionen – realistischer ist mehr	54
Das EGO als Markenpersönlichkeit	60
Auf den Punkt gebracht	66
• Auf die Mischung kommt es an: Der Marketing-Mix für das Produkt EGO	68
Die Produktpolitik.	69
Die Preispolitik – Jeder Mensch hat seinen Preis	85
Die Distributionspolitik	89
Die Kommunikationspolitik – Bekannt wie ein bunter Hund?	90
M agazinseite: Der Marketing-Mix für Ihr Produkt EGO	94
• Der Marketingplan	98
Auf den Punkt gebracht	100

3	EGO-Marketing in verschiedenen Lebenssituationen	102
	• Von der Wiege bis zur Bahre	102
	• EGO-Marketing im beruflichen Umfeld . . .	105
	Während der Ausbildung	106
	Im Berufsalltag (als Angestellter).	113
	• EGO-Marketing im privaten Umfeld.	121
	<i>Auf den Punkt gebracht</i>	124
	• Exkurs: Persönlichkeitsfahrschule Sind Sie Fahrer oder Beifahrer?	126
	Literaturempfehlungen	132
	Stichwortverzeichnis	133

