
Inhaltsverzeichnis

Vorwort des Herausgebers	7
1 Erfahrungen eines Providers	11
1.1 Einleitung	11
1.2 Der Lebenslauf – die Eintrittskarte zum Projekt	13
1.3 Die Spezialisierung – Sei die Giraffe unter den Zebras	20
1.4 Der Tagessatz – mein Marktwert	27
1.5 Der durchgängige Marktauftritt – offline und online	31
1.6 Die Interviewsituation – die verpasste Chance	35
1.7 Vertriebswege – Engagement ist der Schlüssel zum Erfolg	41
2 Positionierung – Klarheit und Sicherheit machen den Unterschied ..	51
2.1 Vom Eigen- über das Fremdbild zum Kern	59
2.2 Ihre Berufung – Im Herzen des Kleeblatts	67
2.3 Begeisterte Kunden durch außergewöhnliche, gute Gefühle und Erlebnisse	76
2.4 Alle Bereiche stimmig bedienen – online und offline	84
2.5 Über das eigene Wachsen & Lernen zur Erfüllung	90
2.6 Durch nachhaltige Umsetzung zum Ziel	94
2.7 Zum Schluss: Anleitung zum Erfolg – und welche Rolle die Positionierung dabei spielt	103
3 Der (erste) Eindruck zählt – Vermarktung für Interim Manager	109
3.1 Umsetzung: Von der Positionierung zum stimmigen Auftritt	109
3.2 Die Basis: Logo und Geschäftsausstattung	112
3.3 Professionelle Fotos sagen mehr	119
3.4 Die Webseite – keine Kür, sondern Pflicht	123
3.5 Weitere Elemente der kommunikativen Grundausrüstung	128
3.6 Die Basis steht: Jetzt geht’s erst richtig los	134
3.7 Zusammenfassung: Und jetzt Sie!	139

4	Der Weg zur Marke	141
4.1	Die Entdeckung des Bauchs	143
4.2	Funktionen einer Marke	149
4.3	Die Markenemotion aufspüren	155
4.4	Die Marke in der Anwendung	157
4.5	Fallen bei der Ausgestaltung der Marke	161
5	Die Brücke zum Kunden: Marketing, PR und Vertrieb	167
5.1	Brückenpfeiler für den Erfolg in Marketing und Vertrieb	169
5.2	Die neun Klassiker unter den Marketingkanälen	199
	Die Autoren	219
	Stichwortverzeichnis	222