

# USP (Unique Selling Proposition)

oder wie Sie sich von anderen abheben!



## Einleitung

Viele meinen, beim Selbstmarketing geht es in erster Linie darum, möglichst geschickt und lautstark auf sich aufmerksam zu machen. Sicherlich, „Klappern gehört zum Handwerk“, wie es so schön heisst.

Das ist jedoch nur die halbe Wahrheit. Denn wer erfolgreich etwas verkaufen will, muss zuerst einmal etwas zu verkaufen haben. Erfolgreiches Selbstmarketing beginnt immer bei dem, was wir anbieten: bei unserer Person und unseren Leistungen. „Wer sich unterscheidet, macht es anderen leicht, sich für ihn zu entscheiden.“

## Finden Sie Ihren eigenen USP

Wer wettbewerbsfähig sein will, muss etwas bieten, was ihm eine gewisse Einzigartigkeit verschafft, ihn von der Masse abhebt. Im Marketing und in der Verkaufspsychologie wird dieses Alleinstellungsmerkmal USP genannt, die Abkürzung des englischen Begriffs «Unique Selling Proposition».

Der USP bezeichnet ein einzigartiges Verkaufsversprechen, mit dem sich ein Angebot vom Wettbewerb abhebt. Er baut auf unseren spezifischen Eigenschaften, Werten, Emotionen, zentralen Stärken und Verhaltensweisen auf, also auf den Aspekten, die uns von den anderen unterscheiden und unverwechselbar machen.

«Aber wie soll ich denn ein USP aufbauen? Ich bin doch ein ganz alltäglicher Typ mit einem alltäglichen Leben. Ich kann nicht Tennis spielen wie Roger Federer und habe nicht die Stimme von Adele. Was soll an mir schon einmalig sein?» Diesen Einwand höre ich häufig. Er basiert allerdings auf unserer verzerrten Wahrnehmung: Da wir uns selber gut kennen, halten wir all die herausfordernden Dinge, die wir mit Erfolg erledigen, für selbstverständlich. «Ein Referat halten vor hundert Leuten? Das kann doch jeder!» „Hat im Jahresgespräch die Beurteilung Ihre Erwartungen übertroffen?“ „Das ist doch nichts Besonderes!“ Doch, ist es sehr wohl. Aber weil es Ihnen gelungen ist, halten Sie es für ganz normal.

Bei der Gestaltung des USP geht es nicht darum, einmalig zu werden - denn das sind Sie bereits. Es geht vielmehr darum, seine eigene Einzigartigkeit wahrzunehmen und wertzuschätzen. Denn es gibt in jedem Leben etwas Ungewöhnliches oder Neues, das für andere interessant ist.

## Not everybody's darling

Der USP zeigt, wofür wir stehen und was der andere bekommt, wenn er mit uns zusammenarbeitet. Und dies gefällt nicht immer allen. Wer ein starkes Profil hat, eckt auch einmal an. Und das ist völlig in Ordnung so. Wollen Sie sich erfolgreich positionieren, dürfen Sie nicht «everybody's darling» sein, denn damit verwässern Sie Ihr Profil.

Tel. G. +41 (62) 871 73 86  
Fax G. +41 (62) 871 73 85  
Mobile +41 (79) 590 78 40  
Skype Hirsdienste

MwSt.-Nr. CHE-350.855.407  
CH58 0900 0000 6067 4991 3  
PC Konto-Nr. 60-674991-3

Müligass 3d  
5073 Gipf-Oberfrick  
Internet [www.hirsdienste.ch](http://www.hirsdienste.ch)  
E-Mail [hirsdienste@hirsdienste.ch](mailto:hirsdienste@hirsdienste.ch)

# USP (Unique Selling Proposition)

oder wie Sie sich von anderen abheben!



## Wer alles für alle sein will, ist für niemanden das Richtige.

Sicherlich haben Sie viele Talente, Stärken und Kompetenzen und es fällt Ihnen schwer, Ihre zentralen Eigenschaften auf zwei bis drei zu reduzieren. Aber dennoch: Fokus ist eine Voraussetzung für Erfolg - wer auf allen Hochzeiten tanzen will, wird sich nicht durchsetzen. Machen Sie es wie die Karatekämpfer: Bündeln und konzentrieren Sie Ihre Kräfte, so haben Sie die beste Durchschlagskraft.

Leider sind uns unsere Schwächen häufig präsenter als unsere Stärken. Verzichten Sie bei der Gestaltung des USP jedoch bewusst darauf, sich über Ihre Schwächen Gedanken zu machen. Denn Ihre Schwächen können Sie nicht verkaufen - niemand wird Sie Ihnen abkaufen. Die Leute wollen die Besten auf ihrem Gebiet. Also geben Sie Ihnen das Beste, was Sie zu bieten haben.

## Verfolgen Sie Ihre Ziele

Ein Ziel erfüllt drei Funktionen:

- Es zeigt Ihnen, wohin Sie möchten.
- Es gibt die Marschrichtung vor und verhindert, dass Sie vom Weg abkommen.
- Es zeigt Ihnen in jeder Situation, welches der nächste sinnvolle Schritt in die richtige Richtung ist.

Nur wer weiss, was er will, kann sein Handeln an seinen Bedürfnissen ausrichten. Je konkreter Sie wissen, was Sie erreichen möchten, desto planvoller können Sie vorgehen. Malen Sie deshalb ein möglichst konkretes Bild Ihres Ziels.

Natürlich können sich Ziele auch ändern. Sie müssen nicht stur an etwas festhalten, das seinen Glanz verloren hat. Dennoch lebt ein strategisch geplantes Selbstmarketing von einer gewissen Beständigkeit. Wenn Sie Ihr Ziel laufend ändern, können Sie sich nicht danach ausrichten, verlieren Zeit und Energie.

Wer sich heute in der Wahrnehmung seiner Mitmenschen durchsetzen will, wer sichtbar und erlebbar sein will, muss sich überzeugend vermarkten. Dabei ist Selbstmarketing sehr viel mehr als sich bloss gut zu verkaufen. Bei uns erfahren Sie u.a. welche psychologischen Mechanismen dem Selbstmarketing zugrunde liegen und wie Sie über sich und Ihre Erfolge sprechen und dabei sympathisch bleiben.

## Weg vom fleissigen Bienchen

Das Problem: Die gewissenhafte Erfüllung unseres Tagesgeschäfts lässt sich nicht verkaufen. Über Leistungen, die sowieso von uns erwartet werden, können wir uns nicht profilieren. Sein eigenes Fachgebiet zu beherrschen, seinen Job gut und zuverlässig zu machen, ist nichts Aussergewöhnliches, sondern Voraussetzung fürs Geschäft. Diese Arbeit wird durch unser Gehalt entgolten - sie rechtfertigt weder eine Lohnerhöhung noch eine Beförderung. Und genau hier liegt ein häufiger Denkfehler: Wir glauben, Fleiss und Gewissenhaftigkeit bringen uns weiter. «Gut» ist in unserer Konkurrenzgesellschaft jedoch nicht gut genug, mit «mehr vom Gleichen» lassen sich keine Lorbeeren verdienen. Wir helfen Ihnen auf dem Weg zu „Ihrem“ eigenen USP!

**Rufen Sie jetzt an oder schreiben Sie eine E-Mail - wir freuen uns auf Sie!**

Tel. G. +41 (62) 871 73 86  
Fax G. +41 (62) 871 73 85  
Mobile +41 (79) 590 78 40  
Skype Hirsdienste

MwSt.-Nr. CHE-350.855.407  
CH58 0900 0000 6067 4991 3  
PC Konto-Nr. 60-674991-3

Müligass 3d  
5073 Gipf-Oberfrick  
Internet [www.hirsdienste.ch](http://www.hirsdienste.ch)  
E-Mail [hirsdienste@hirsdienste.ch](mailto:hirsdienste@hirsdienste.ch)