

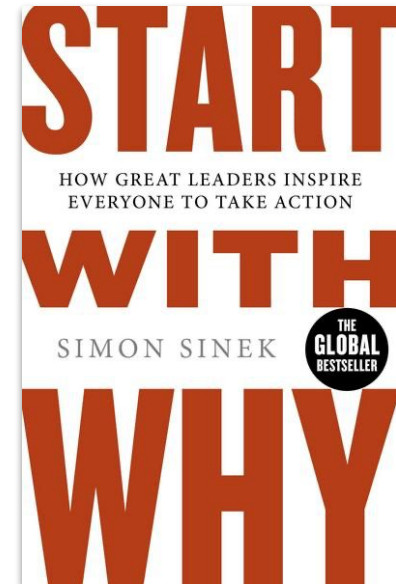
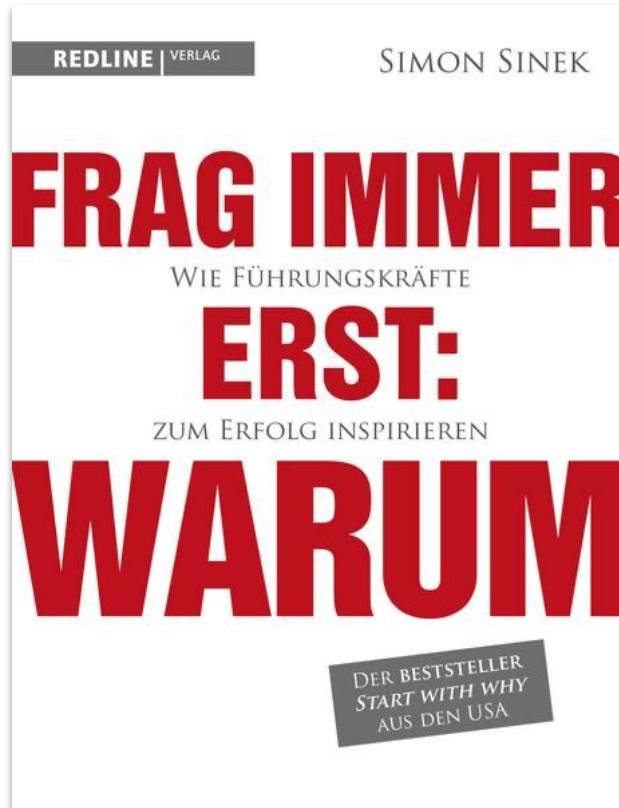
Online Academy

Frag immer erst: warum?

Die vollständige Zusammenfassung des berühmten
Buches von Simon Sinek

Präsentiert von Mireille van Reenen

Das heutige Webinar-Thema



Die meisten von uns bringen andere mit Zuckerbrot und Peitsche dazu, etwas zu tun



Wenn wir versuchen, mit Werbeaktionen usw. zu verkaufen, tun wir dasselbe



Aber wir möchten Kunden gewinnen, die wegen unserer Produkte bei uns kaufen. Und dann bleiben

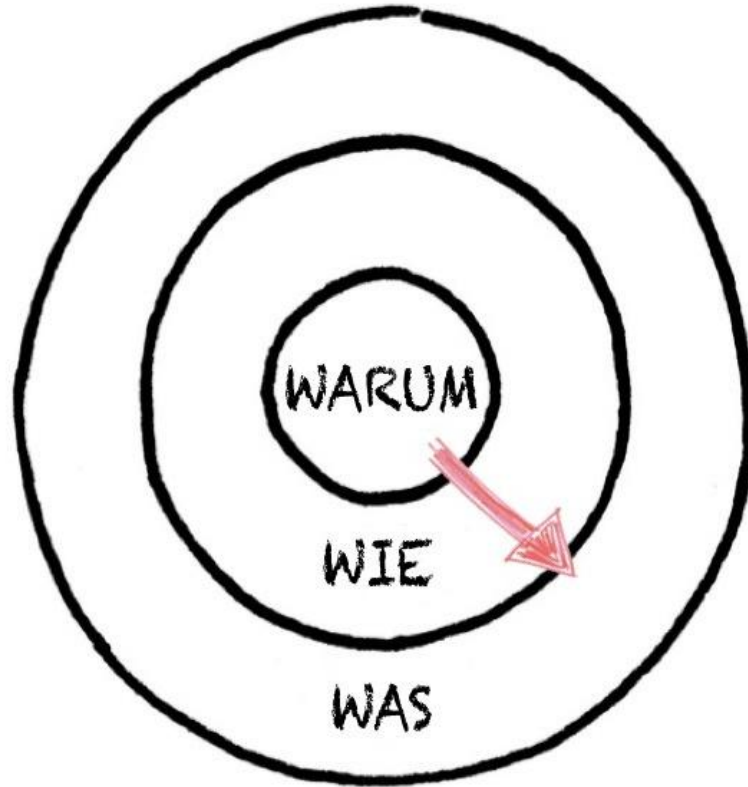
Wir möchten Kunden und Mitarbeiter haben, die:

- positiv über uns denken
- uns vertrauen
- loyal sind

Wie können wir das erreichen?

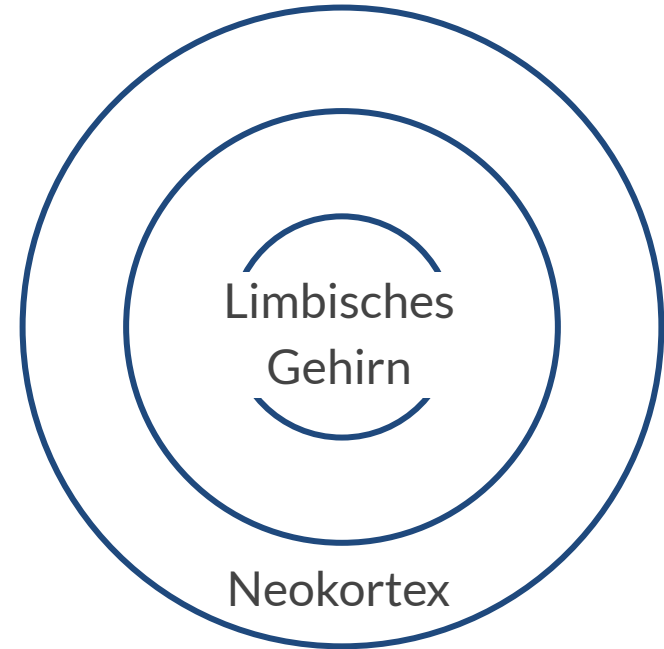
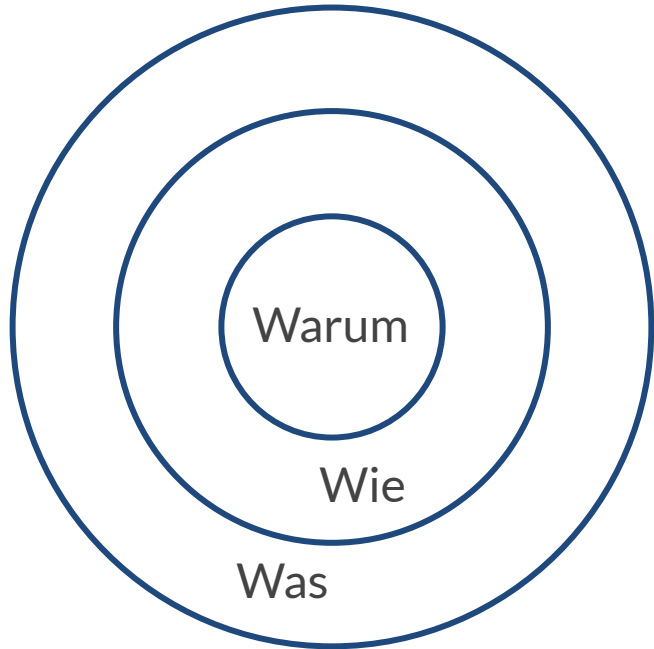
Beginnen Sie mit dem Warum

Der goldene Kreis



Warum funktioniert der goldene Kreis?

Unsere Entscheidungsfindung beginnt auch von innen nach außen



Was ist ein gutes Warum?

Welches Produkt ist besser?



Das hängt von Ihrem Warum ab

Finden Sie die Leute, die glauben, was Sie glauben



Business ist wie Dating

Würden Sie sich mit dieser Person verabreden?

- Ich bin sehr reich
- Ich habe ein großes Haus und ich fahre ein schönes Auto
- Ich kenne viele berühmte Leute
- Mir geht es richtig gut

Und mit dieser Person?

"Wissen Sie, was ich an meinem Leben liebe? Ich wache jeden Tag auf, um etwas zu tun, das ich liebe. Ich kann Menschen dazu inspirieren, die Dinge zu tun, die sie inspirieren. Das ist die wunderbarste Sache der Welt. [...]

Und ob Sie es glauben oder nicht, ich habe damit eine Menge Geld verdienen können. Ich habe mir ein großes Haus und ein schönes Auto gekauft. Ich treffe viele berühmte Leute.

Ich habe großes Glück, dass ich etwas tue, das ich liebe, und dass es mir dadurch sogar ziemlich gut geht."

Der Unterschied?

Die zweite Person begann mit dem Warum

Aber die meisten Marketingbotschaften sind wie die Dating-Person Nr. 1: nur das 'Was'

- Unser Unternehmen ist äußerst erfolgreich
- Wir haben wunderschöne Büros
- Wir arbeiten mit allen großen Marken zusammen
- Sicherlich haben Sie unsere Werbung gesehen
- Uns geht es eigentlich ziemlich gut

Ein zweites Beispiel - würden Sie kaufen?

- Wir stellen großartige Computer her.
- Sie sind schön gestaltet, einfach zu bedienen und benutzerfreundlich.
- Wollen Sie einen kaufen?

Und jetzt?

Bei allem, was wir tun, glauben wir daran, den Status quo infrage zu stellen. Wir glauben daran, anders zu denken.



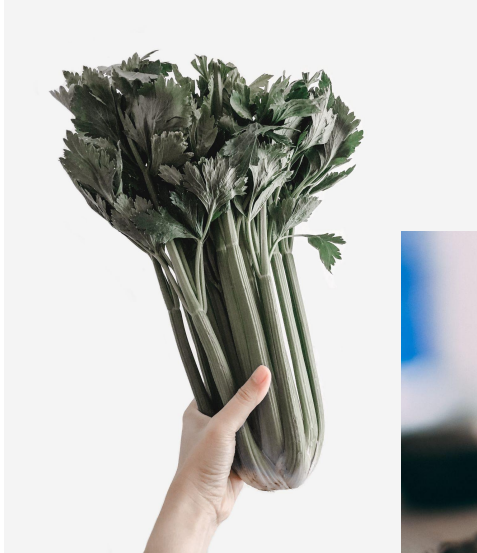
Wir stellen den Status quo infrage, indem wir unsere Produkte schön, einfach zu bedienen und benutzerfreundlich gestalten.

Und wir erstellen übrigens großartige Computer.

Wollen Sie einen kaufen?

**Ein weiterer Grund, mit dem Warum
anzufangen – es hilft, geschäftliche
Entscheidungen zu treffen**

Beispiel: Was passt zu Ihrem Unternehmen?

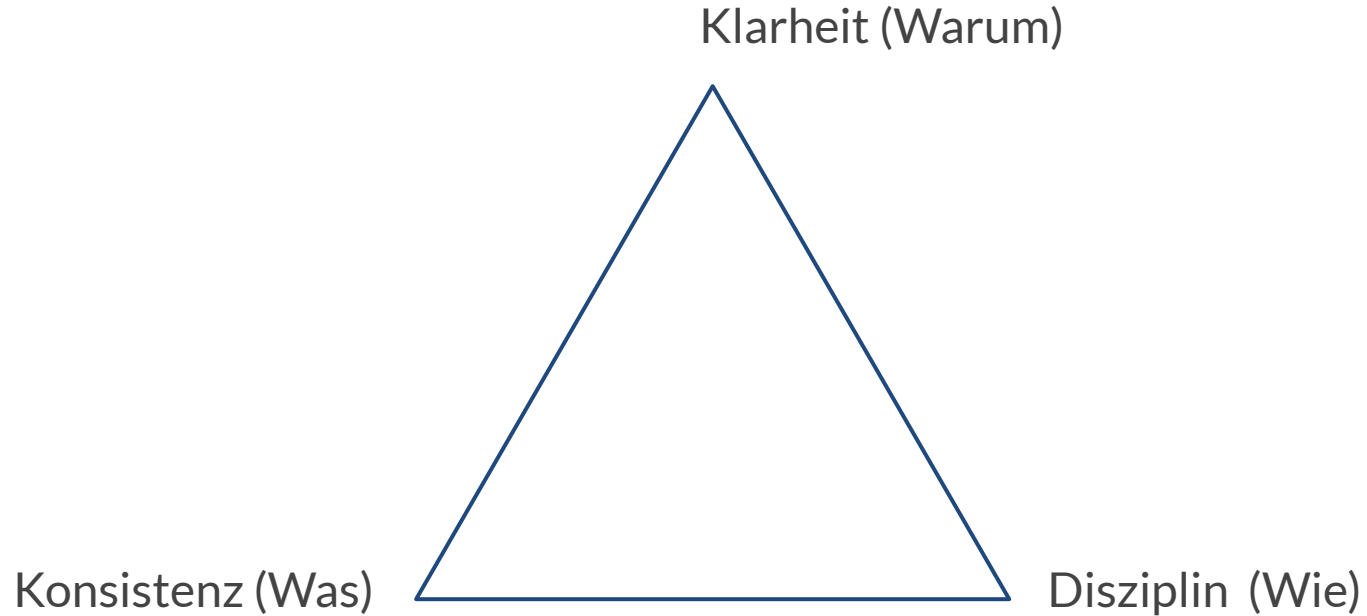


**Was ist, wenn Ihr Warum ist:
nur Dinge zu tun, die gesund sind?**

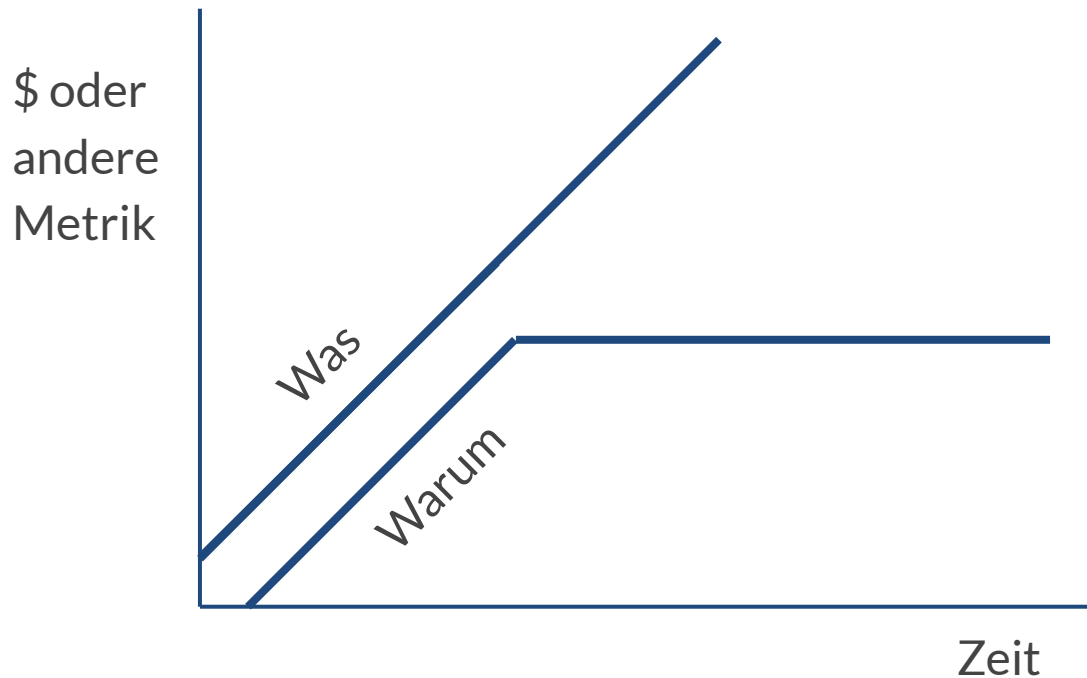
‘Der Sellerie-Test’: was passt zu Ihrem warum?



Langfristiger Erfolg über kurzfristigen Opportunismus



Die Trennung: wenn Sie die Klarheit über Ihrem Warum verlieren



Beispiel



Andere Beispiele



Wie finden Sie Ihr Warum?

Ein Prozess der Entdeckung

- Es ist ein Prozess der Entdeckung
- Schauen Sie sich Ihre eigene Vergangenheit an
- Was ist Ihr Ziel, Ihr Glaube? Was lässt Sie jeden Tag aufstehen?
- Finden Sie Muster in Ihrer eigenen Geschichte



Der originale TED-Talk mit deutschen Untertiteln



Simon Sinek: Wie große Führungspersönlichkeiten zum Handeln inspirieren

14.687.238 Aufrufe • 04.05.2010

👍 188.717 💬 3903 ➦ TEILEN ⚙️ SPEICHERN ...

TED TED ✓
19,9 Mio. Abonnenten

ABONNIEREN

Finden Sie Ihr Warum

Bleiben Sie dabei

Kämpfen Sie nur mit sich selbst

Fragen & Antworten

support@swissmademarketing.com