

Az én vállalkozásom:

MÁRKAEsszencia

m u n k a f ü z e t e

Iránytűm
a karakteres
jelenléthez

ÚTMUTATÓ

*Profi, de láthatatlan
szakértőknek*

Kérlek **nyomtasd ki ezt a néhány oldalt**. Úgy terveztem meg, hogy ne csak a szemednek, de a nyomtatódnak is barátságos legyen.

Az agyunknak szüksége van a fizikai kapcsolódásra: a papír érintésére és a toll sercegésére. Amikor kézzel írsz, mélyebb rétegeket mozgatsz meg, mintha csak a monitort bámulva gépelnél – a képernyő a multitasking és a felületesség helye, ez a papír viszont a te őszinteségedé.

Kérlek, ne rövidítsd le az utat! Add meg magadnak az élményt, hogy fizikailag is nyomot hagysz a saját márkád alapjain.

A folyamat felépítése:

I. RÉSZ: Belső Alapozás (kb. 40 perc)

Ebben a részben márkád mélyére ásunk, ezért a teljes fókuszodra szükség van. Kérlek állítsd a telefonod Ne zavarjanak módra, csak a hanganyagok meghallgatásához használd.

II. RÉSZ: Külső Audit (kb. 20 perc)

Ebben a szakaszban kutatni fogunk: megnézzük a piaci környezetet és a saját jelenlegi felületeidet, hogy lássuk, hol van szakadék az igazságod és a látszat között.

Mire van szükséged a kezdéshez?



A kinyomtatott munkafüzetre és kedvenc tolladra.



A telefonodra és egy fülhallgatóra a hanganyagokhoz.



Kedvenc italodra, ami segít a gondolkodásban (ajánlott:)



Egy óra zavartalan nyugalomra a koncentrációhoz.

Mielőtt elkezdenéd, kérlek olvasd le a QR kódot és hallgasd meg az indító hanganyagot!





Kezdd a jobb felső sarokban található hanganyaggal: keressük meg azt a pontot, ahol a tudásod és az ügyfeled vágya találkozik.

1. Feladat: A Te Szupererőd

Gondolj a munkád azon részére, ami neked olyan természetes, mint a légzés, az ügyfeleidnek viszont válasz a legnagyobb dilemmáikra. Nem a végzettségeiden van a fókusz! Azt az értéket keressük, amit csak te tudsz hozzáadni a folyamathoz.

A) A könnyedség: Mi az a része a munkádnak, amit akkor is meg tudnál csinálni, ha éjszaka, álmodból keltenének fel? Ami másnak nyűg vagy bonyolult, neked viszont azonnal átlátható?

B) A visszajelzés: Idézd fel a legutóbbi három alkalommal kapott köszönetet. Mi volt az a visszatérő mondat, ami így kezdődött: „Köszönöm, hogy te végre...” vagy „Nálad éreztem először, hogy...”?

C) (Opcionális): Most nézz rá a fenti két válaszodra. Ha ez a képességed egyetlen tárgy lenne, ami segít az ügyfelednek, mi lenne az? (Példa: Ha te vagy az, aki rendet tesz a káoszban, lehet egy iránytű. Ha te vagy az, aki biztonságot ad, lehet egy pajzs. Ha te látod meg a hibákat, lehet egy szűrő.) A szimbólumom:

Ne izzadj ezen a kérdésen! Ha nem jön kapásból a szimbólum, hagyd üresen a C pontot! A fontos az A és a B válaszod. A szupererőd ugyanis az a megkönnyebbülés, amit az ügyfeled érez, miután beszélt veled. A „rendrakó”, a „tisztánlító”, a „biztonságot adó” – ezek már önmagukban is szupererők.



Olvasd be a jobb felső sarokban lévő kódot, mielőtt elkezdenéd: nézzük meg, mi az a mély sóhaj, amiért valójában fizetnek neked.

2. Feladat: Az ígért változás

Az ügyfeleid nem a folyamataidat vagy a technikai tudásodat akarják megvenni. Ők egy állapotot akarnak elérni. A te márkád az a híd, ami átvezeti őket a jelenlegi feszültségből egy sokkal jobb állapotba. Ebben a feladatban azt keressük, hogy pontosan mi ez a változás.

A) A „Zavar” (Az éjfél utáni gondolat): Képzeld el az ideális ügyfeledet, amint éjszaka álmatlanul forgolódik. Mi az a konkrét, kínzó mondat, ami a fejében jár a problémájával kapcsolatban? Mitől fél, vagy mi dühíti a legjobban?

B) A „Vágy” (A megkönnyebbülés sóhaja): Most képzeld el őt a veled való közös munka utáni első reggelen. Mi az az első mondat, ami elhagyja a száját, vagy mi az a mély sóhaj, ami felszakad belőle, mert te megoldottad a gondját? Mi az, amit végre érez?

C) Az ígéreted: Hogyan „hangzik” a márkád? Most nézz rá az A és B válaszodra. Ha a márkád egyetlen mondatban ígérné meg ezt a változást az ügyfélnek, mi lenne az?

A márkád ígérete: Példa: „A káoszból rend lesz.” vagy „Végre láthatóvá válsz.”

TIPP: Ne szakmai eredményekben gondolkodj, hanem érzelmekben. Ha coach vagy, a zavar az, hogy „elvesztem a saját életemben”, a vágy pedig az, hogy „végre újra én irányítok”. A márkádnak erről a második mondatról, a felszabadult sóhajról kell szólnia.



Olvasd le a kódot és hangolódjunk rá: itt az ideje, hogy kihangosítsuk azt, amiben nem ismersz kompromisszumot.

3. Feladat: A szakmai iránytűd

Ha már egy ideje a piacon vagy, biztosan kialakult egy határozott véleményed arról, hogyan mennek a dolgok a szakmádban. Vannak olyan általános igazságok vagy módszerek, amikkel te már nem tudsz és nem is akarsz azonosulni. Ebben a feladatban ezt a belső hangot akarjuk kihangosítani.

A) Ami mellett nem mész el szó nélkül: Mi az a szakmai szemléletmód vagy trend, amitől a legszívesebben elfordítanád a fejed? Mi az a szokásjog a területeden, amiről te pontosan tudod, hogy csak illúzió, vagy nem hoz valódi eredményt?

B) A te szakmai válaszod: Ha az ügyfél csalódott a fenti (A pontban leírt) irányban, te mit kínálsz neki helyette? Mi az a 3 legfőbb érték vagy szemlélet, amihez te akkor is tartod magad, ha mindenki más a könnyebb utat választja?

C) A te hitvallásod: Foglald össze egy „Hiszek a... / Küzdök a... ellen” mondatban a szakmai hitvallásod. (Példa: „Hiszek a lassú, de maradandó minőségben a gyors szemét ellenében.” vagy „Hiszek az őszinte kommunikációban a marketing-máz ellenében.”)

TIPP: Ne akard lecsendesíteni a benned lévő kritikust! Pont ez a határozottság fogja megszűrni az ügyfeleidet. Aki a szokásosat keresi, az ne téged válasszon. Aki viszont pontosan abba fáradt bele, amit te is elutasítasz, az ebben a pillanatban fogja érezni, hogy végre egy valódi szakértőre talált. Merd megmutatni magad!



Kezdd a QR kód hanganyaggal: engedjük el a szakmai maszkokat,
és nézzük meg, mi tesz téged igazán karakteressé!

4. Feladat: A karaktered éle

A márkád ott kezdődik, ahol a hétköznapi éned véget ér. Vannak tulajdonságaid, amiket a civil életben vagy a hivatalos megszólalásaidban talán megpróbálsz letekerni, mert azt gondolod, nem elég professzionális. Pedig pont ezek a szélsőségek adják meg a karaktered fűszerét.

A) A tulajdonság, amit eddig visszafogtál: Mi az, amiből benned egyszerűen túl sok van a mai világba? Túl őszinte vagy? Túl alapos? Túl csendes? Vagy épp túl rendszertelen? Írd le azt a jegyet, amit néha próbálsz elrejteni a szakmai maszk mögé.

B) Az ügyfél haszna: Nézzünk a maszk mögé: ez a tulajdonságod valójában milyen biztonságot vagy előnyt ad annak, aki veled dolgozik? Ha például kíméletlenül őszinte vagy, az ügyfeled tudhatja, hogy nem fogsz ráhagyni olyasmit, ami nem működik.

C) A karaktered: Ha a márkádat két szóval kellene jellemezned, ami ezt a különlegességet tükrözi, mi lenne az? Például: A csendes stratégia, a nyers tisztánlátó, vagy a mániákus rendszerező.

TIPP: Ne akard megfésülni magad. Ami neked sok, az az ügyfélnek megváltás lesz. A tökéletesség unalmas és láthatatlan! Valójában a szélsőségeid tesznek pótolhatatlanná.



Mielőtt rögzítenéd az alapokat, hallgasd meg az útravalót!
Lássuk egyben azt a DNS-t, amire az egész márkád épül.

A márkád alapkövei

Most kérlek nézz vissza az eddigi válaszaidra, és emeljük ki belőlük a lényegét. Ez az oldal lesz a viszonyítási pontod minden későbbi döntésednél: ha fotóshoz mész, ha posztot írsz, vagy ha színeket választasz, ide fogsz visszalapozni.

A) Az alapértéked (A Szupererőd): Aki velem dolgozik, annak én vagyok a(z)
..... (Példa: a rendrakó, a biztonsági háló, a tiszta tükör)

B) Az ígéreted (A Sóhaj): A közös munka után az ügyfelem végre azt érzi, hogy
..... (Példa: végre látja az utat, megkönnyebbül a káosz után, magabiztosnak érzi magát)

C) A karaktered (A te fűszered): Nem vagyok átlagos szakértő, mert bennem megvan a(z)
..... (Példa: kíméletlen őszinteség, mániákus alaposság, csendes stratégiai látásmód)

TIPP: Olvasd el egyben ezt a három pontot. Ezek nem üres marketingmondatok, EZ TE VAGY, amikor a legjobb formádat hozod! Ha ez a három sor stimmel, akkor az alapozást befejeztük. Megvan a DNS, amit most már elkezdhetünk lefordítani a látvány nyelvére.



Indítsd a jobb felső sarokban található hanganyaggal: nézzünk rá a felületeidre kegyetlenül őszintén, hogy lássuk a teljes képet.

5. Feladat: A digitális lábnyomod

Most tegyük félre, amit te gondolsz magadról, és nézzük meg, mit lát a világ. Vedd a kezébe a telefonod, és nézz rá a felületeidre egy idegen szemével. Olyan emberként, aki most találkozik veled először.

A) Az első benyomás (A 3 másodperces szabály): Nyisd meg a weboldalad vagy a közösségi profilodat. Mi az az első 3 jelző, ami eszedbe jut a látványról? Ne elemezz, csak írd le az érzést. (Példa: rendezett, de távolságtartó; barátságos, de kicsit zavaros; profi, de unalmas).

B) Az arc és a hang: Mennyire vagy jelen te magad? Ha valaki végignézi a képeidet, látja-e azt a karaktert, akit az I. részben megfogalmaztál? Vagy csak stock fotókat és szövegeket lát, amik mögé bárki odaállhatna?

C) Az összhang hiánya: Mi az a legnagyobb szakadék, amit érzel a belső „Szupererőd” és között, ami most online látszik belőled? Hol érzed a leggyengébbnek a láncszemet?

EMLÉKEZTETŐ: Most nem kritizáljuk magunkat, csak felmérjük a terepet a változáshoz! Ne érezd magad rosszul, ha azt látod, hogy a felületeid vizuálisan még nem mutatják meg valódi értéked. Számos profi szakember akad el itt: a tudásuk már magas szinten van, de a láthatóságuk nem támasztja ezt alá.



Kezdj most is a jobb felső sarokban található QR kód leolvasásával
és hallgasd meg a hanganyagot!

6. Feladat: A külső tükör

Néha a saját szemünk a legrosszabb tanácsadó, mert túl sokat látunk bele a dolgokba, vagy épp túl szigorúak vagyunk. Most kérjünk egy gyors diagnózist három olyan embertől (ügyféltől vagy kollégától), akiknek adsz a véleményére. Csak egy gyors üzenet az egész.

A) A kérdés: Küldd el ezt a kérdést 3 embernek: „Ha egyetlen szóval kellene leírnod a szakmai jelenlétemet/márkám, mi lenne az?” Írd le ide a három választ, amit kapsz!

B) Az átfedés: Van-e közös pont a válaszaikban? Van-e olyan szó, ami meglepett, vagy amit te magad soha nem használtál volna, mégis érzed benne az igazságot?

C) A vakfolt: Mi az a tulajdonságod, amit ők látnak benned, de a jelenlegi online felületeiden (weboldal, Facebook, Instagram) egyáltalán nem jelenik meg?

TIPP: Ne ijedj meg, ha a válaszok között ott van a „megbízható” vagy a „kedves” szó. Ezek jó alapok, de márkának még kevésbé karakteresek. Mi azt keressük, ami ezen túlmutat. Ha valaki azt írja: „sziklaszilárd” vagy „nyugodt erő”, ott már megfogtuk a karaktered lényegét.



Indítsd a hanganyaggal: elmondom, miért szarvashiba a konkurenciát másolni, és hogyan használd őket inkább ugródeszkának a saját utadhoz.

7. Feladat: A többiek és te

Nézzünk szét a szakmádban. Keress három olyan szereplőt, akik hasonló területen mozognak, mint te. Keresd a hasonlóságokat, visszatérő sablonokat: azt az egyen-stílust, amibe mindenki beleolvad.

A) A szakmai egyenruha: Mi az a vizuális közhely, amit mindenki használ a te szakmádban? (Példa: minden könyvelő kék színt és aktatáskát használ; minden coach erdőben sétálós képeket posztol; minden ügyvéd fehér inget hord). Mi az a mindig visszatérő világ, amiből neked elegend van?

B) A „Miért nem én?”: Nézd meg a weboldalaikat. Mi az a hangnem vagy stílus, ami miatt te soha nem választanád őket, hiába értenek a szakmájukhoz? Túl távolságtartóak? Túl harsányak?

C) A te résed a pajzson: Mi az az egyetlen dolog, amit te merészebben, őszintébben vagy egysze-
rűen csak másképp mutathatnál meg magadból, mint ők? Mi az, amit ők nem mernek, de te igen?

TIPP: A konkurencia nem ellenség, hanem háttér. Minél inkább hasonlítanak egymásra, neked annál könnyebb dolgod lesz: elég csak önmagadnak lenned ahhoz, hogy észrevegyenek. Ne azt nézd, mit csinálnak jól, hanem azt, mit hagynak ki a játékból. Abban lesz a te lehetőség.



Zárjuk le a folyamatot: hallgasd meg az útravalót, és találj meg azt a belső tüzet, ami hitelessé tesz az ügyfeleid szemében.

8. Feladat: A saját miérted

A technikai tudásod és a stílusod csak a felszín. Az ügyfeleid azért fognak téged választani, mert érzik rajtad: nem tudnál mást csinálni. Ez a rész a te belső morális kényszered, ami akkor is hajt, amikor mindenki más feladná.

A) A fordulat: Mi volt az a konkrét pillanat vagy felismerés a múltadban, amikor eldöntötted, hogy nem hagyod annyiban, és elkezdesz ezzel a területtel foglalkozni? Mi volt az a történés vagy belső folyamat, ami elindított az utadon?

B) A hitelesség alapja: Miért bízzon benned az ügyfél? Ne a diplomáidat sorold. Mi az a belső ígéret, amit minden egyes ügyfelednek megteszel (akár kimondatlanul is)?

C) A te üzeneted a világnak: Ha csak egyetlen mondatot mondhatnál el egy óriásplakáton a szakmádról, amit mindenki lát, mi lenne az? Mi az az igazság, amiben megingathatatlanul hiszel?

TIPP: Ez a válasz a márkád lelke. Amikor bizonytalan vagy egy poszt megírásánál, vagy nem tudod, hogyan dönts egy üzleti helyzetben, olvasd el ezt az oldalt. Ha a döntésed összhangban van a MIÉRTeddel, akkor nem tudsz hibázni. Ez az oldal tesz téged emberivé és pótolhatatlanná.

AZ ÉN MÁRKAEssenziám

Amire megoldást adok:

Mi az a fájdalom, amit megszüntetek?

.....

Amiben más vagyok:

Mi az a szemléletmód a piacon, amivel nem értek egyet?

.....

Ahová az ügyfelem a segítségemmel eljut:

Milyen érzés és állapot marad utánam?

.....

A belső mozgatórugóm

Miért csinálom ezt szívvel-lélekkel?

.....

A Szupererőm

Mi az a „fűszer”, amit csak én teszek bele?

.....

A Karakterem

Az a 3 kulcsszó, ami leírja a jelenlétemet:

1. 2. 3.

Hitvallásom egyetlen mondatban:

.....

.....

.....

Gratulálok, megérkeztél!

Most a kezvedben tartod a saját márkád DNS-ét. Amit az elmúlt órában leírtál az előző oldalakon, az nem egy marketing-terv: te magad vagy, sallangok és maszkok nélkül.

Mit kezdj a márká esszenciáddal?

1. Ne tedd a fiókba!

Ez a Munkafüzet mostantól a szűrőd. Ha fotózásra mész, mutasd meg a fotósodnak. Ha szöveget írsz, nézz rá a Márkaesszenciád kivonatára.

2. Vedd észre a különbséget!

Figyeld meg, hogy mostantól máshogy nézel a konkurenciára vagy a saját felületeidre. Már nem bizonytalanságot érzel, hanem látod a feladatot.

3. Légy büszke a karakteredre!

A márkád nem akkor lesz igazán érett, ha mersz benne önmagad lenni. Vállald a különbözőséged, mutasd meg a személyedben rejlő potenciált!

Kérlek olvasd le az utolsó QR kódot



Egy rövid hanganyaggal köszönök el tőled,
és adom át a végső inspirációt a megvalósításhoz!

A látvány csak tapéta, ha nincs mögötte igazság.
Te most megtaláltad az igazságodat.