

**DER GRÖSSTE
HEBEL ALS
UNTERNEHMER**

BAUE DIR EINE

PERSONENMARKE AUF

**ERLANGE MASSIVE
REICHWEITE,**

**WERDE DIE AUTORITÄT
IN DEINEM MARKT,
ENTFLIEHE DER
VERGLEICHBARKEIT
UND WERDE ZUM
KATEGORIE-SIEGER**

FÜR UNTERNEHMER & GESCHÄFTSFÜHRER



FÜR UNTERNEHMER & GESCHÄFTSFÜHRER



Der größte Hebel als Unternehmer Baue dir eine Personenmarke auf, erlange massive Reichweite, werde die Autorität in deinem Markt, entfliehe der Vergleichbarkeit und werde zum Kategorie-Sieger.

IN DIESEM REPORT LERNST DU:



Warum du dir als Unternehmer unbedingt eine Personal Brand aufbauen solltest



Die 3 größten Learnings aus dem Aufbau von mehr als 100 Personal Brands



Wie du über eine Personal Brand Top-Mitarbeiter für dein Unternehmen gewinnst.



Wie du es schaffst, dass dein Profil in den ersten Sekunden zu 100% überzeugt.



Wie du dir als vielbeschäftigter Unternehmer eine Personal Brand aufbaust OHNE den ganzen Tag am Handy zu sitzen.



WARUM DU SOCIAL MEDIA NICHT MEHR OHNE PERSONAL BRANDING MACHEN SOLLTEST.

Du hast bereits erkannt das es wichtig ist, heutzutage als Unternehmer oder Geschäftsführer auf Social Media vertreten zu sein, aber niemand nimmt dich wahr?

Deine Beiträge liken nur Freunde und Bekannte, du weißt gar nicht genau was und auf welcher Plattform du posten sollst, um deine Zielgruppe zu erreichen und du hast Angst dir deinen Ruf, den du offline hart erarbeitet hast, mit einer schlechten Online Präsenz kaputt zu machen? Dann geht es dir wie vielen anderen Unternehmern, die die Chancen von Social Media erkannt haben, aber nicht wissen, wie sie sie nutzen können.

Unsere Antwort auf dieses Problem: Personal Branding auf Social Media!

Personal Branding ist DIE Chance für ein Unternehmen sich von der Konkurrenz abzuheben, höhere Preise abrufen zu können, mehr Neukunden zu generieren und die Nummer Eins in seiner Branche zu werden. Social Media ist dafür ideal, weil man so nah am Kunden ist, wie über sonst keine andere Plattform. Hier kann man sich ohne große Kosten und Zeitaufwand eine hohe Reichweite aufbauen und die Nummer Eins seiner Branche werden.

Egal welcher Branche du angehörst, wenn du das liest weißt du, dass deine Social Media Präsenz ausbaufähig ist und nicht so für dich arbeitet, wie sie es könnte. Vielleicht bekommst du kaum Interaktion auf deine Beiträge, du schaffst es nicht regelmäßig zu posten und erreichst deine Zielgruppe nicht. Vielleicht fehlt es dir an Struktur, an dem richtigen Branding, den richtigen Formaten und dem Know How, um relevant Reichweite aufzubauen und Neukunden anzuziehen.



Eines können wir dir versprechen:
Es gibt eine Lösung für diese Probleme. Wir zeigen unseren Kunden aus den verschiedensten Branchen, egal mit oder ohne Vorerfahrung, täglich wie sie all diese Ziele erreichen.



Die Nummer Eins deiner Branche werden.



Endlich mehr Reichweite auf Social Media aufbauen.



Mehr als nur ein paar Likes auf deine Posts eine messerscharfe Positionierung, die deine Zielgruppe wie ein Magnet anzieht.



Dass sich deine Traumkunden bei dir melden.



... eine Personal Brand aufbauen, die dein Unternehmen WIRKLICH nach vorne bringt.

AM ENDE DIESES REPORTS ERFÄHRST DU WAS DU DIE NÄCHSTEN 90 TAGE MACHEN SOLLTEST, UM DIESE ZIELE ZU ERREICHEN.

Wir sehen täglich, dass die größte Chance ist, um sein Unternehmen wirklich nach vorne zu bringen, langfristig auf Personal Branding zu setzen, um nicht in der Masse unterzugehen, sondern sich von der Konkurrenz abzuheben. Wie das geht zeigen wir unseren Kunden und begleiten sie bei dem Aufbau ihrer erfolgreichen Brand.



ÜBER TPA MEDIA

WIR BAUEN SOCIAL MEDIA AUFTRITTE & MARKEN.



**DIE TPA MEDIA GMBH WURDE 2017
IN MÜNCHEN GEGRÜNDET.**

Zusammen mit dem 15-köpfigen Team haben sie bereits hunderten Unternehmern, Geschäftsführern und Beratern dabei geholfen, sich auf Social Media zu positionieren und die Autorität in ihrer Branche zu werden.

Torben Platzer hat in den sozialen Netzwerken in drei Jahren eine Community mit über 900.000 Followern aufgebaut und betreibt dazu den Podcast WAKE UP, der bis heute regelmäßig bei iTunes & Spotify in den TOP 10 Listen zu finden ist.

Dafür wurde TPA Media 2020 mit dem Wirtschaftspreis „Innovator des Jahres“ ausgezeichnet, bei dem der Unternehmer Frank Thelen die Wahl damals in seiner Laudatio mit dem besonderen Ehrgeiz, Mut und der Innovationskraft Platzers begründete. 2021 erhielt die TPA Media GmbH den Innovationspreis der deutschen Wirtschaft verliehen und veröffentlichte außerdem zahlreiche Wirtschafts- und Fachpublikationen.

DARUM SOLLTEST DU EINE PERSONAL BRAND AUFBAUEN:



SO NAH AM KUNDEN WIE SONST NIRGENDS

Geschäftsführer, die sich eine Personal Brand aufbauen, ermöglichen dem Unternehmen einen wertvollen Vorteil.

Durch ihre Präsenz, ihre Persönlichkeit und Nahbarkeit, sind sie nicht nur Influencer ihres Unternehmens und Meinungsmacher in der Nische sondern auch so nah am Kunden wie sonst nirgends.

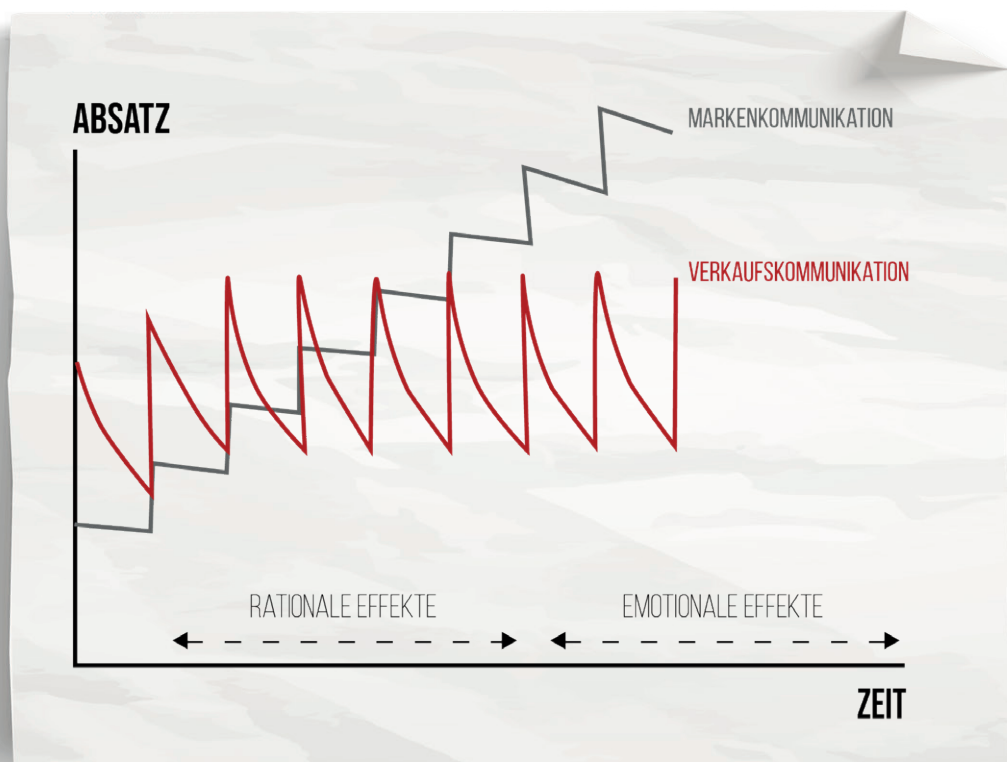
Das ermöglicht einen kontinuierlichen Austausch mit der Zielgruppe, ein tieferes Verständnis für deren Erwartungen, Herausforderungen und Hoffnungen, welche man so noch besser mit dem eigenen Angebot erfüllen kann. Dieser Kontakt schafft nicht nur, dass man mit dem eigenen Thema assoziiert wird, sondern auch eine Bindung der Zielgruppe an die Person und auch an das Unternehmen.

DIE VORTEILE SIND GANZ KLAR:

- ✓ Du giltst als nicht austauschbar
- ✓ Du kannst höhere Preise abrufen
- ✓ Du bekommst mehr Neukunden
- ✓ Du spartst Zeit und Geld
- ✓ Du optimierst deinen Prozess

Dieser Effekt bestätigt sich nicht nur aus unserer Praxiserfahrung, sondern wurde bereits von Les Binet und Peter Field in einer Studie die 1000 Kampagnen analysierte in der IPA Effectiveness Databank untersucht. Die Fragestellung der Studie war, welche Art der Kommunikation zum Geschäftserfolg beiträgt.

Les Binet und Peter Field analysieren fast 1000 Kampagnen in der IPA Effectiveness Databank und zeigen, welche Art der Kommunikation zum Geschäftserfolg beiträgt.



Die **Markenkommunikation** ist kumulativ und wächst konstant, während die Absatzkommunikation ihre Wirkung jedes Mal von vorne entfalten muss.

Die Basis für erfolgreiche Markenkommunikation wiederum bildet ein Branding-Prozess, der die gewünschte **Wahrnehmung** der Marke definiert.



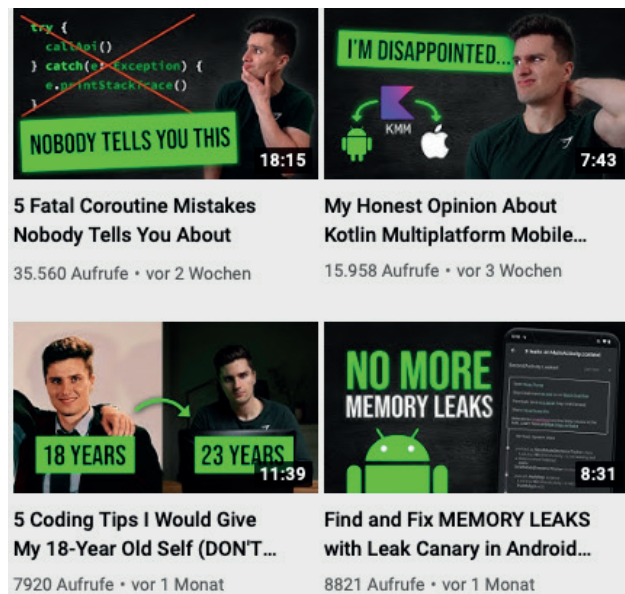
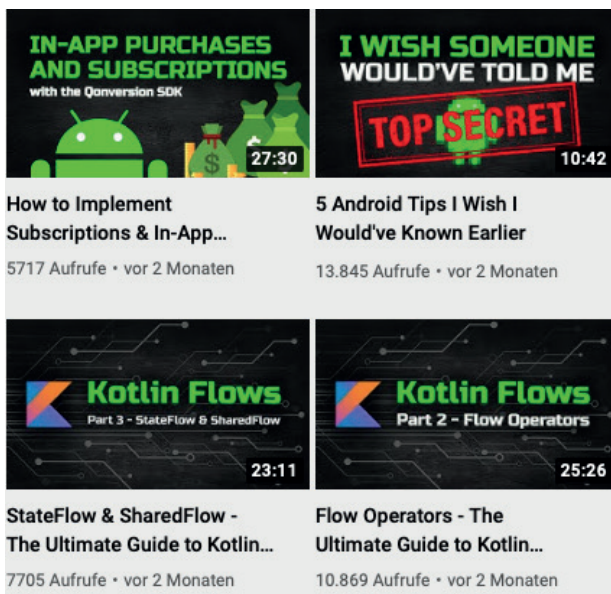
Der Erfolg von einer effizienten Branding Strategie zeigt sich nicht nur in Umsatzzahlen, sondern auch in den Social Media Analytics.

120.0 K MEHR VIEWS

8.2 K STUNDEN LÄNGERE WATCHTIME

Wie kannst du die Autorität, das Vertrauen und die Expertise aufbauen, um diese Vorteile von Branding zu nutzen?

Kundenbeispiel:
Philipp Lackners YouTube Zahlen vor der Umsetzung seiner neuen Branding Strategie:



VORHER:

Vor der Implementierung der neuen Brand Strategie, waren die Thumbnails nicht optimiert, sie haben nicht auf den ersten Blick gezeigt worum es ging und auch Philipp selbst war nicht zu sehen.

NACHHER:

Man kann nun direkt auf den ersten Blick sehen worum es geht. Die Nutzung der CI Farben und die Bilder von Philipp auf den Thumbnails sorgen für Wiedererkennungswert. Das spiegelt sich auch in den gestiegenen Klickzahlen wieder.

TOP 3 LEARNINGS AUS DEM AUFBAU VON HUNDERTEN PERSONAL BRANDS

1 Personal Branding ist langfristig das effektivste und kostengünstigste Marketing!

Am Anfang ist es für viele Unternehmer schwer in Branding zu investieren und der einfachere Weg scheint es zu sein, einfach wieder einen 0815 Spot zu bezahlen, der schon seit Jahren gespielt wird und immer weniger ROI erzielt. Unsere Erfahrung zeigt aber, dass ein Investment in deine Brand langfristig das Beste ist, was du für dein Unternehmen machen kannst. Eine starke Brand generiert immer mehr Umsatz, mehr Neukunden und wiederkehrende Kunden, als ein Unternehmen ohne Branding.

Man muss nur einmal eine Brand erarbeiten und etablieren und hat so einen langfristig unschlagbaren Marktvorteil, der den Weg deines Unternehmens auf ein völlig neues Level bringt. Alles was du tun musst, ist die Essenz deiner Brand, deine Mission und Vision nicht nur intern zu kommunizieren, sondern auch mit deinen Kunden. Wo geht das besser als über Social Media?



AUSGANGSSITUATION SARAH:



30.000 EURO UMSATZ AM TAG

AUSGANGSSITUATION:

Sarah Tschernigow hatte vor der Zusammenarbeit mit TPA bereits eine relativ große Community mit ihrem Podcast “no time to eat” aufgebaut. Allerdings hat sie ihre Ausrichtung stark geändert und litt dadurch unter wenig Interaktion, ihre Angebote erhielten nicht Verkaufszahlen, die sie verdienten. Durch ihre schwammige Positionierung stagnierte ihr Wachstum und die Frustration bei der Content-Erstellung stieg.

NACH DER ZUSAMMENARBEIT:

Sarah konnte, nachdem wir mit ihr ihre Content Strategie und ihr Branding umgestellt haben, mit einem neuen Produktlaunch **an einem Tag 30.000 Euro Umsatz** machen und hat seitdem jeden Monat sechsstelligen Umsätze und höhere Interaktionen als je zuvor. Durch ihre Positionierung und den Aufbau ihrer Personal Brand hat sie einen großen Wiedererkennungswert und ihre Kunden haben eine starke Bindung zu ihr.

KUNDENSTIMME:

“

Ich hatte jetzt schon im zweiten Monat der Zusammenarbeit einen Produktlaunch, an dem wir gemeinsam gearbeitet haben, der phänomenal lief. Das Einstiegsprodukt hatte einen Preis von unter Tausend Euro und ich konnte es am ersten Tag schon über vierzig mal verkaufen und das ganz ohne Werbung.”

2 Sei nicht egoistisch/ Überwinde Betriebsblindheit

Viele Unternehmer machen Content aus der Egoperspektive und nicht für die User. Sie sind betriebsblind und teilen unkreativen, komplizierten und egoistischen Content.

Sie sind wie der Professor der extrem viel Fachwissen besitzt und sehr wertvolle Inhalte vermitteln könnte, diese aber zu trocken aufbereitet.

Was wir unseren Kunden zeigen ist, wie man die Themen in seiner Branche erkennt, die wirklich für User relevant und interessant sind und wie man diese so verpackt, dass sie eine große Reichweite erzielen.

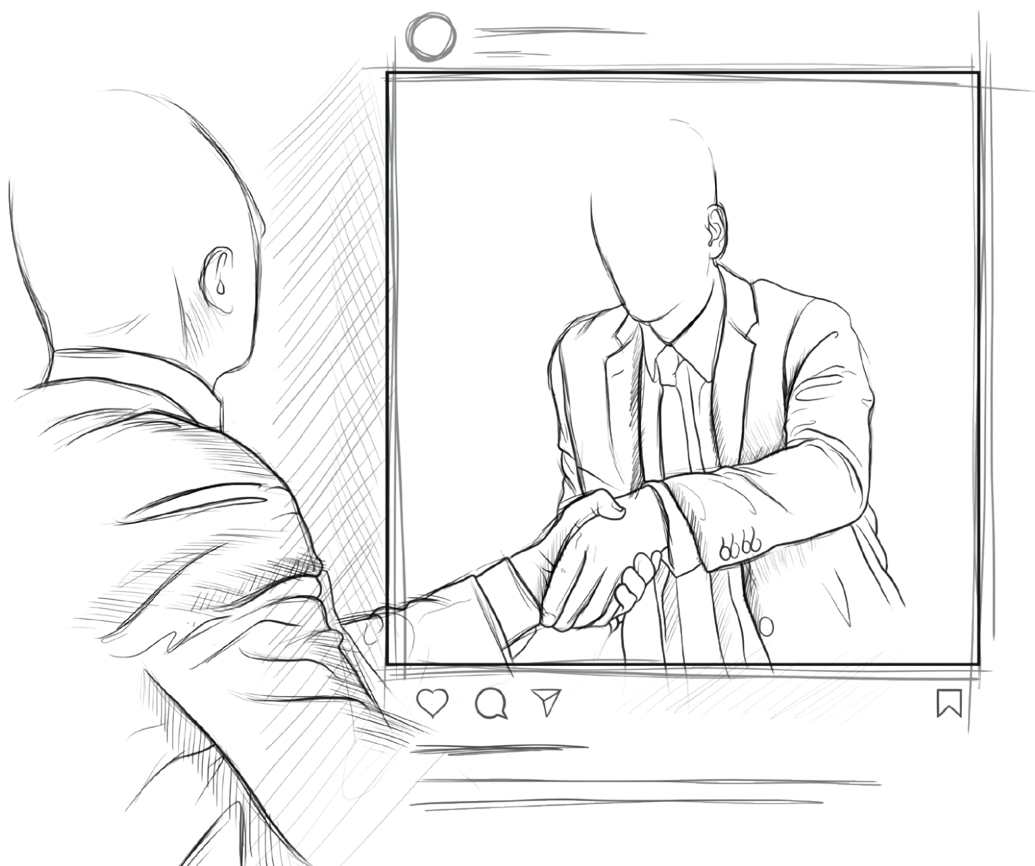
Was besonders wichtig: Den Nutzen für den User immer in den Vordergrund zu stellen und Antworten auf die Probleme und Hoffnungen der Community zu finden. Das kann unterhaltend sein, informativ, inspirierend oder alles zusammen. Hauptsache der User bekommt Mehrwert und erkennt diesen sofort.

3 Positioniere dich anfangs in einer möglichst spitzen Nische.

Die meisten Unternehmer möchten auf ihren Profilen, ihre komplette Expertise zeigen und so viele Themen wie möglich ansprechen. Das ist heutzutage nicht mehr der richtige Weg! So wird die Personenmarke zum Bauchladen und steht nicht für eine bestimmte Sache, sondern stattdessen für nichts!

Such dir, gerade am Anfang eine möglichst spitze Nische und werde dort konkurrenzlos der Experte. Nachdem du dir in dieser Nische Reichweite und eine Community aufgebaut hast, kannst du dich thematisch immernoch breiter aufstellen. Unsere Erfahrung zeigt aber, dass einer der Hauptgründe für mangelnde Relevanz und geringe Reichweite von Unternehmern auf Social Media, eine zu breite Positionierung ist.

Wie soll man in einer spitzen Nische eine hohe Reichweite aufbauen? Gibt es überhaupt genug Menschen, die sich für diese Nische interessieren?



HOHE REICHWEITE IN EINER NISCHE: SO FUNKTIONIERTS!

1. HOOK

Viele werfen das Argument ein, dass man mit einer spitzen Positionierung, nie eine große Reichweite erreichen kann. Das stimmt so nicht. Wir erarbeiten für unsere Kunden immer einen Content-Funnel. Sie bekommen Ideen und Formate mit dem sie viele Menschen erreichen, gleichzeitig aber

auch ihre Angebote verkaufen können. Bei der Erarbeitung der Content Strategie gilt: 60-70% deines Contents sollte dein Thema sein! 30% dürfen "Ausreißer" sein, die mehr Aufmerksamkeit bekommen!



30.000 EURO UMSATZ AM TAG

AUSGANGSSITUATION:

Jörg Kintzel ist Vorstandsvorsitzender der ValunIQ AG, Unternehmer & Investor. Vor der Zusammenarbeit mit TPA wusste er nicht, wie er sein komplexes Thema massentauglich aufbereiten konnte. Entsprechend niedrig waren die Aufrufzahlen und die Leads von Social Media. In der Zusammenarbeit entwickelten wir

NACH DER ZUSAMMENARBEIT:

für Jörg verschiedene Formate mit denen er sein komplexes Thema massentauglich aufbereiten konnte, gleichzeitig aber auch Content produziert, der potentielle Kunden überzeugt.



Unboxing: Die neue AMEX BLACK Centurion Kreditkarte!

22.444 Aufrufe • vor 1 Jahr

TITEL: UNBOXING: DIE NEUE AMEX BLACK CENTURION KREDITKARTE!

Das YouTube Video ist ein klassischer “Ausreißer”, der **große Aufmerksamkeit** bekommen hat und viele Menschen auf sein Profil brachte. Das Thema ist in seiner Nische und hat etwas mit seinem Thema zu tun, interessiert gleichzeitig auch viele Menschen und sorgt dafür, dass sie mit Jörg Kintzel in Berührung kommen.



Ab wann eine Holding? - Verschleierte...

1691 Aufrufe • vor 6 Monaten

TITEL: AB WANN EINE HOLDING? VERSCHLEIERTE ODER INKOMPETENZ DER STEUERBERATUNG?

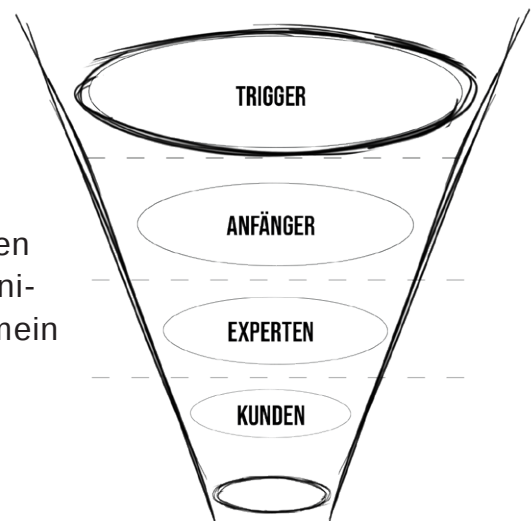
Dieses Video ist Content in seiner Nische, welches **potentielle Kunden überzeugt**, sein Angebot wahrzunehmen. Diese potentiellen Kunden wären aber vielleicht nie auf Jörg Kintzel gestoßen, wenn sie das “Ausreißer” Video nicht gesehen hätten.

Dieser “Ausreißer” Content ist der sogenannte Trigger. Er soll eine möglichst große Masse mit Themen erreichen, zu denen jeder eine Meinung hat.

JÖRG KINZEL:

“

Ich konnte innerhalb von kurzer Zeit eine Community von tausenden Followern aufbauen. Eine Community, der ich jeden Tag Einblicke in mein Unternehmen geben kann.”



IDEAL IST CONTENT IN DIESEN FORMATEN:

- massentaugliche Themen
- Trends
- Kurzvideos

Kurzvideos sind aktuell das ideale Format um Reichweite aufzubauen, denn sie werden von Instagram, YouTube und natürlich TikTok stark gepusht.

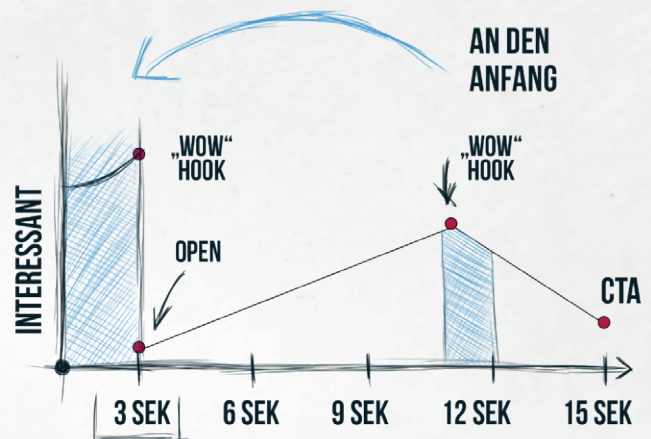
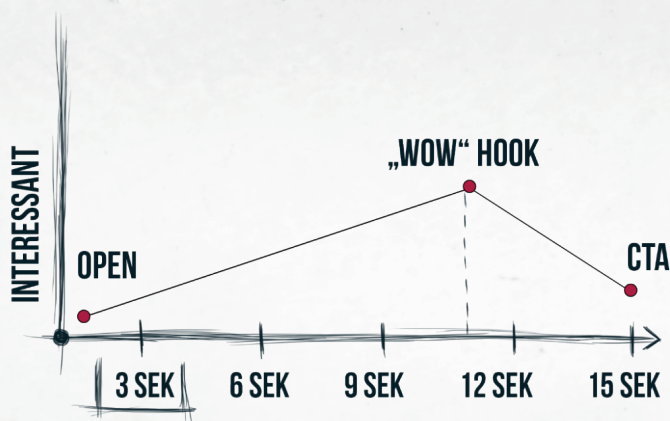
DIE MEISTEN UNTERNEHMER MACHEN DIESE FEHLER BEI IHREN KURZVIDEOS:

1 SIE NENNEN DIE INTERESSANTESTEN FAKTEN ERST IN DER MITTE DES VIDEOS.

Das Problem:

Du hast nur 3 Sekunden Zeit, um die Aufmerksamkeit deines Zuschauers zu bekommen, bevor er weiter scrollt.

Ändere den Aufbau deiner Kurzvideos wie folgt:



BEISPIEL HOOKS

1. Dieser Hack wird___
(ein Problem deiner Nische lösen)
2. Ein leichter Weg um___
(einen Wunsch deiner Zielgruppe zu erreichen)
3. Meine Top Tools für ___ (Auch gut sind Podcasts, Bücher, Websites)
4. So bekommst du ___ in X
Zeitspanne (zeigt Lösung für ein Problem deiner Zielgruppe)
5. 3 Arten um___ (Hier bietest du wieder 3 Lösungen für ein Problem deiner Zielgruppe)

2

SIE NUTZEN ZU VIEL TEXT IM VIDEO.

Halte dich so kurz wie möglich und schreibe das Gesagte nur stichpunktartig als Untertitel ins Video.

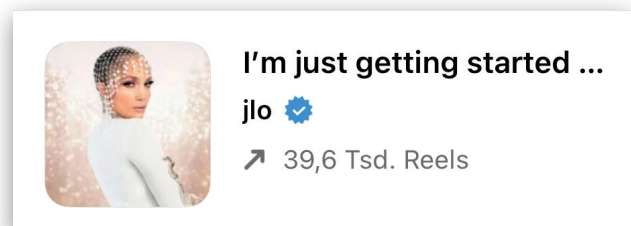


3

SIE NUTZEN KEINE TREND SOUNDS.

Trend Sounds bieten die Chance für einen Reichweiten-Push auch für kleiner Accounts. Nutze im Idealfall Sounds, die zwischen 5k-50k Reels haben. So hast du auch als kleinerer Account mehr Chancen, durch den Sound eine hohe Reichweite zu erzielen.

Auf Instagram erkennst du die Sounds an dem Pfeil der nach oben zeigt, neben dem Namen des Sounds.



2. AUFHÄNGER

Auf dieser Stufe erreichen wir Anfänger. Sie interessieren sich grundsätzlich für dein Thema. Diese User entscheiden sich, ob sie dich näher kennenlernen, etwas von dir lernen und schlussendlich deine Follower werden wollen.

Um hier zu überzeugen ist das wichtig:

- Ansprechende Bio, die direkt den Mehrwert für den Nutzer aufzeigt.
- Einheitlicher Feed.
- Roter Faden im Content.

3. MEHRWERT

Mit diesem Content erreichst du vor allem Experten. Das sind die Leute aus der Community, die auch im selben Tätigkeitsfeld oder in speziellen Teilbereichen tätig sind und dir wegen der Expertise, bzw. dem Expertenstatus folgen.

Content in dieser Stufe ist folgender:

- Content mit Fachwissen und Fachbegriffen.
- Sachverhalte genau erklären.
- Meinung zu aktuellen Trends und Themen.

4. PERSÖNLICHKEIT

Auf der letzten Stufe transformierst du deine Follower in deine Kunden. Diese User sind schon längere Zeit Teil der aktiven Community und haben eine starke Verbindung und ein hohes Maß an Vertrauen zu dir.

Sie entscheiden sich durch die Personalbrand für die Inanspruchnahme deiner Dienstleistungen.

Sie kaufen dein Angebot wegen...

- deiner täglichen Stories.
- deiner Mini -Trainings in der Story, in denen du neugierig machst.
- dem konstanten Mehrwert den du bringst.
- der Behind-the-Scenes aufnahmen
- der Testimonials, die zeigen wie dein Angebot funktioniert.



Eine Content Strategie welche diesem Content Funnel folgt, führt zu einer hohen Reichweite und vielen Neukunden. Diese Strategie erarbeiten wir für jeden unserer Kunden.

WIE DU ÜBER EINE PERSONAL BRAND TOP-MITARBEITER FÜR DEIN UNTERNEHMEN GEWINNST.

100 BEWERBUNGEN NACH EINER STORY?

Kennst du das? Du schaltest eine Anzeige in der Zeitung und niemand bewirbt sich? Du schreibst Stellen auf Jobportalen aus, aber die Bewerber passen alle nicht zu dir und deinem Unternehmen?

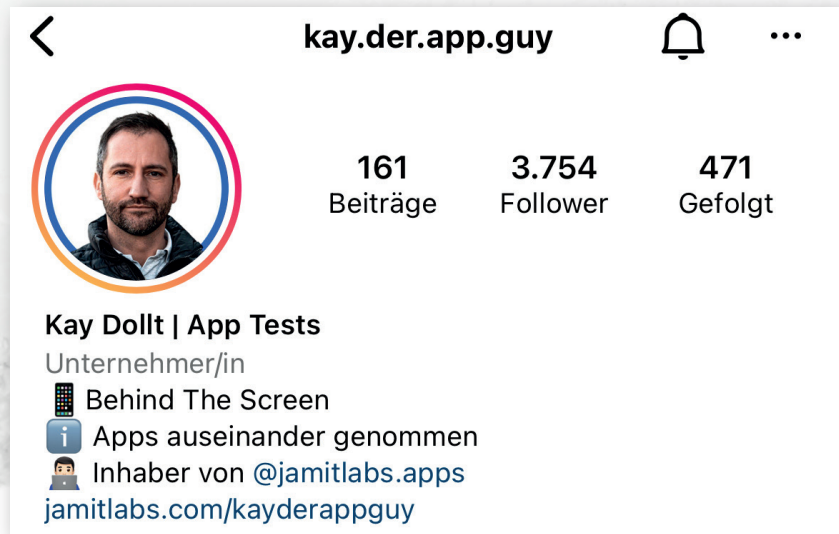
Für viele Unternehmer sind fehlende Mitarbeiter einer der Hauptfaktoren, weshalb sie nicht weiter skalieren können. Gleichzeitig sind hochqualifizierte und motivierte Mitarbeiter am deutschen Arbeitsmarkt oft Mangelware.

Auch hier hilft eine starke Personal Brand auf Social Media: Man bekommt nicht nur hunderte Bewerbungen, sondern kann auch noch zwischen top qualifizierten und talentierten Bewerbern wählen.

Das liegt daran, dass die Community ein großes Vertrauen und eine persönliche Bindung zu der Brand aufgebaut hat, die sie als Arbeitgeber attraktiver, im Vergleich zu Mitbewerbern erscheinen lässt.



BEI TPA MEDIA BEKOMMEN WIR DUTZENDE
BEWERBUNGEN, NACHDEM TORBEN IN STORIES DARÜBER
SPRICHT, DASS WIR PERSONAL SUCHEN.



Ausgangssituation:

Unser Kunde Kay Dollt ist Geschäftsführer einer App-Agentur und sucht hochqualifizierte Mitarbeiter, um mehr Projekte annehmen zu können und schneller zu skalieren.

Vor der Zusammenarbeit, war es für ihn schwer neue Mitarbeiter in seinem Bereich zu finden, die hochqualifiziert und motiviert waren. Viele Stellen blieben lange unbesetzt, er hob sich nicht von anderen App Agenturen ab und wurde nicht als ein besonders attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen.

Nach der Zusammenarbeit:

Durch den Aufbau seiner Personal Brand und der Spezialisierung auf die Nischen Apps hat er eine Autorität in dieser Nische und einen höheren Bekanntheitsgrad, Bindung und Attraktivität für App-Entwickler entwickelt, als die Mitbewerber in seiner Branche. So bekommt auch er regelmäßig Bewerbungen von hochmotivierten und qualifizierten App-Entwicklern, die gerade wegen seiner Personal Brand für ihn arbeiten wollen.

Diese besondere Attraktivität als Arbeitgeber schafft man sich nicht von heute auf morgen. Diese Dinge sind besonders wichtig um motivierte, hochqualifizierte Mitarbeiter zu gewinnen.

1 **VERNETZE DICH IN DEINER BRANCHE:**

Geh in den Austausch in deiner Nische und knüpfe Kontakte. Dies gilt nicht nur für LinkedIn und Xing, sondern auch für Instagram, Facebook und TikTok. Die Menschen mit denen du in Kontakt kommst, werden schnell an dich denken und dich mit gutem Gewissen empfehlen, weil sie durch den persönlichen Austausch Vertrauen zu dir aufgebaut haben. So wirst du als Erstes in den Kopf kommen, wenn jemand in deiner Branche einen Job sucht.

2 **EMPLOYER BRANDING:**

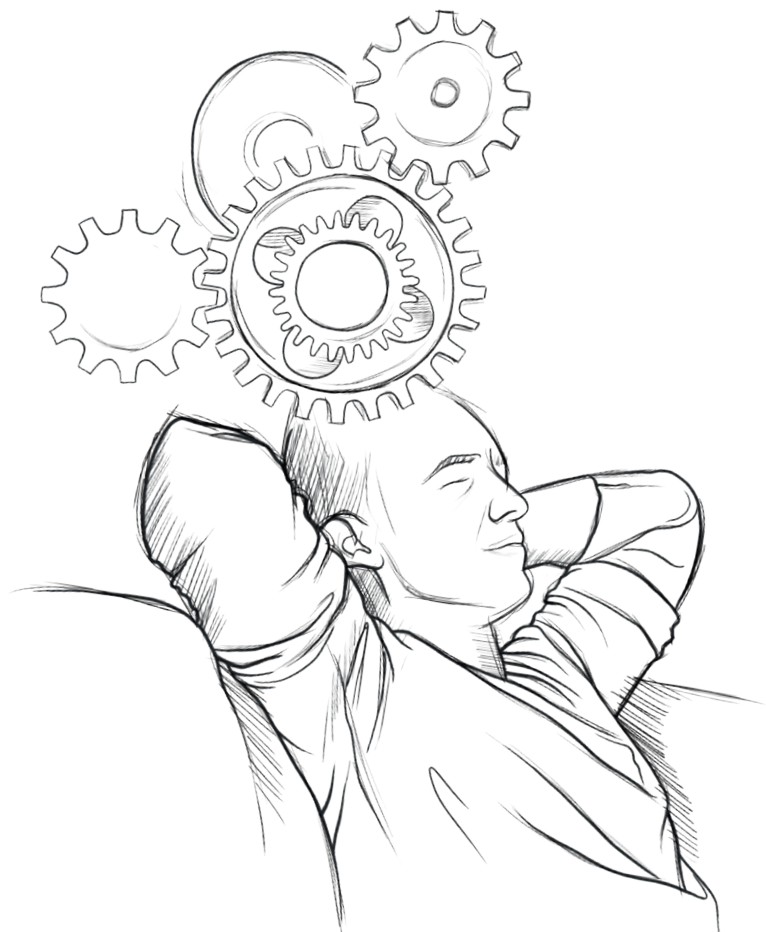
Zeige dein bestehendes Team und mache sie zum Teil deiner Marke. Führe kurze Video-Interviews mit Mitarbeitern, um diese auf deinen Plattformen zu teilen. Am besten stellst du interessante oder lustige Fragen im Bezug zu deiner Branche oder ihren speziellen Aufgabenbereich. Solche Videos sorgen für Sympathie und ein Gefühl für die Team Dynamik.

Zeige Behind-The-Scenes am Arbeitsplatz. Das kannst du in deinen Stories machen, in Videos oder in Bildern. So können sich potentielle Mitarbeiter besser vorstellen, wie es ist bei dir zu arbeiten und du wirst attraktiver als Arbeitgeber.

3 **SCHALTE ANZEIGEN & SPRICH ÜBER OFFENE STELLEN:**

Social Media ist ideal, um Jobanzeigen zu schalten und auf kreative Art und Weise auf offene Stellen aufmerksam zu machen. Auf Facebook und LinkedIn kannst du kostenlos Jobanzeigen ausschreiben. Hier kommen oft in wenigen Tagen dutzende Bewerbungen zusammen. Für einen extra Push, kannst du diese Anzeigen auch mit einem Werbebudget promoten.

Eine weitere kostenlose Möglichkeit Bewerber zu finden ist, für offene Stellen auf deinen Plattformen werben. Am besten kommen solche Aufrufe in der Instagram Story an. Die Leute, die dir folgen, interessieren sich schon für dich und dein Unternehmen. So bekommst du motiviertere und treuere Mitarbeiter.



SO ÜBERZEUGT DEIN PROFIL ZU 100 % IN DEN ERSTEN SEKUNDEN

1. AUSSAGEKRÄFTIGE BIO

Das Erste, was ein User sieht, wenn er dein Profil besucht, ist die Bio. Welche Bio findest du am ansprechendsten?

Miri 🍷 🇩🇪

Persönlicher Blog

LIFESTYLE | GOODVIBES | SKINCARE | TRAVEL

•proud of myself •I'll show you my life

Unternehmertum von A bis Z

Beratungsagentur



| So geht Unternehmertum



| Gründerin & CEO @passcon_group



| Tipps für Gründung / Aufbau / Exit



| Familienmensch

Hairstylist & Skincoach

Persönlicher Blog

SPÍRIT ✦ LIFE ✦ TRÁVEL ✦ BEAUTY

✦ ...lass uns mal Geschichten schreiben, die wir später gern erzählen 🍷

Intuitiv kann jeder direkt sagen, welche Bio die Beste ist! Aber das zu reproduzieren, ist gar nicht so leicht. Für uns ist die Bio, dass was die Brand auf den Punkt bringt und essentiell für ein starkes, aussagekräftiges Profil ist. So erstellst du eine Bio, die in den ersten Sekunden überzeugt!

1. Hebe den Mehrwert für den Nutzer heraus. Zeige dem Nutzer in der Bio welchen Mehrwert er auf deinem Profil erwarten kann und was er davon hat dir zu folgen.
2. Zeige deine Expertise. Schreibe deine Erfolge und Autoritätsargumente in die Bio.
3. Nutze überlegt Emojis. Zu viele Emojis wirken schnell unseriös und unüberlegt. Allerdings können Emojis, die zu deinem Thema passen, für einen sympathischeren Look, eine bessere Bio Struktur und eine schnellere Verständlichkeit sorgen.
4. Instagram SEO. Nutze die SEO Zeile in deiner Bio für eine bessere Auffindbarkeit. Hier bietet es sich an dein Thema und deine Expertise in Keywords zu nennen. Überlege wonach deine Zielgruppe sucht, wenn sie dein Angebot braucht und nimm diese Keywords in die SEO Zeile auf.
5. Wähle eine passende Profil Kategorie aus. Das ermöglicht eine schnelle Einordnung für Profilbesucher und auch für Instagram. So erreichst du eine bessere Ausspielung für deine Zielgruppe.

2. EINHEITLICHER FEED

Der Feed ist nicht mehr das ein und alles, allerdings trotzdem Teil des ersten Eindrucks und er macht die Wahrnehmung deiner Brand aus. Diese Dinge solltest du nicht vernachlässigen:

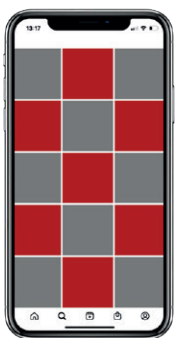
- Nutze eine einheitliche Bearbeitung deiner Bilder, um Wiedererkennungswert und einen Feed der zu deiner Brand passt, zu schaffen.
- Nutze immer dieselbe Schriftart für Slideshows und Reels Cover.
- Begrenze dich auf maximal 3 immer wiederkehrende Farben, die du für Grafiken und Schriftarten verwendest.

3. ROTER FADEN IM CONTENT

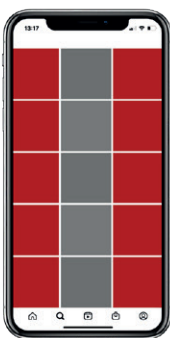
Viele Unternehmer haben Probleme dabei herauszufinden, welche Themen in ihrer Branche überhaupt interessant für Außenstehende sind. Dabei helfen wir unseren Kunden und zeigen ihnen wie man die Themen massentauglich aufbereitet und auch Themenfremde begeistert. Denn wenn ein neuer User ein Contentpiece von dir ausgespielt bekommt und auf deinen Account geht, um mehr dieser Inhalte zu sehen, solltest du auch Inhalte in derselben Nische bieten. Deshalb solltest du immer darauf achten, dass jedes deiner Postings in deine Nische passt und dich und deine Branche repräsentiert.

Diese Feeddesigns sind leicht einzuhalten und lassen deinen feed professionell und übersichtlich wirken:

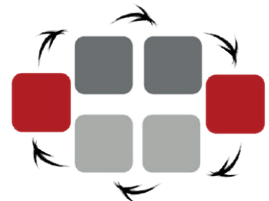
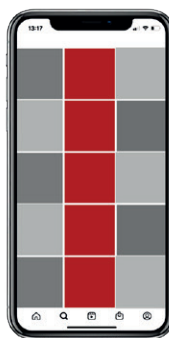
SCHACHBRETT
2-Farb-Schema



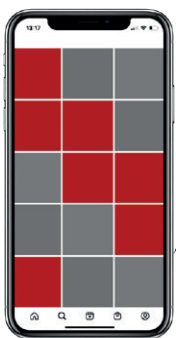
AUTOBAHN
2-Farb-Schema



DER AUFZUG
3-Farb-Schema



TREPPEN
2-Farb-Schema



AUTOBAHN 2
3-Farb-Schema



GEORDNETES CHAOS
3-Farb-Schema



ALS UNTERNEHMER EINE PERSONAL BRAND AUFBAUEN, OHNE DEN GANZEN TAG AM HANDY ZU SITZEN

Als Unternehmer hast du meist nur wenig Zeit, um auf Social Media aktiv zu sein. Du brauchst auch nicht stundenlang JEDEN Tag deine Sozialen Medien bespielen. Es reicht eine Stunde am Tag, um eine erfolgreiche Präsenz zu haben und die Vorteile von Social Media und Branding für dich nutzen zu können.



WIR HABEN UNSERE ERFAHRUNGEN AUS DER ARBEIT MIT
ZAHNREICHEN UNTERNEHMERN AUF SOCIAL MEDIA
AUSGEWERTET UND DIESE ROUTINEN ZUSAMMENGESTELLT:



1H SOCIAL MEDIA STRATEGIE

DIE 10X2 METHODE

Zeit: 20 min am Tag

Wirkung:
Community Bindung, Expertenstatus,
Neukunden, Wachstum

How-To:
Suche nach 10 großen Accounts in
deiner Nische und nach 10 Nischen
relevanten Hashtags. Lasse 1 bis 3 mal
täglich zwei Arten von Interaktion auf
dem Account des Creators und seiner
Follower und auf den Beiträgen in
deinem Nischen - Hashtag!

WICHTIG:

Hinterlasse wertvolle Interaktion!
Einen wertvollen Kommentar, der
den Beitrag ergänzt, eine Frage stellt,
Identifikation schafft, deine persönliche
Meinung preis gibst!

TÄGLICH STORIES

Zeit: 15 min am Tag

Wirkung:
Persönlicher Bezug, Neukunden,
Interaktion Community

How-To:
Mache mindestens einmal am Tag, im
Idealfall aber morgens, mittags und abends
ein authentisches Update in deiner Story.
Berichte über deinen Tag, über deine Auf-
gaben, zeige Behind-the-Scenes, teile
Learnings...

WÖCHENTLICHE CONTENTPLANUNG

Zeit: 10 Min am Tag

Wirkung:

Du bringst konstant Mehrwert in einer klaren Nische. Das führt zu schnellerem Wachstum und dazu dass du schneller wachst, weil der Algorithmus dich pusht und dass deine Community dich als Experten wahrnimmt. Das sorgt für mehr Neukunden und die Möglichkeit höhere Preise zu verlangen!

How-To:

Plane deinen Content mindestens eine Woche vor. Vergiss nicht: poste mindestens 3x pro Woche! Erstelle dafür 3 bis 5 Contentsäulen, also Unterthemen in deiner Nische, die sich wie ein roter Faden durch deinen Content ziehen.

CONTENT RECYCLING

Zeit: 5 Min am Tag

Wirkung:

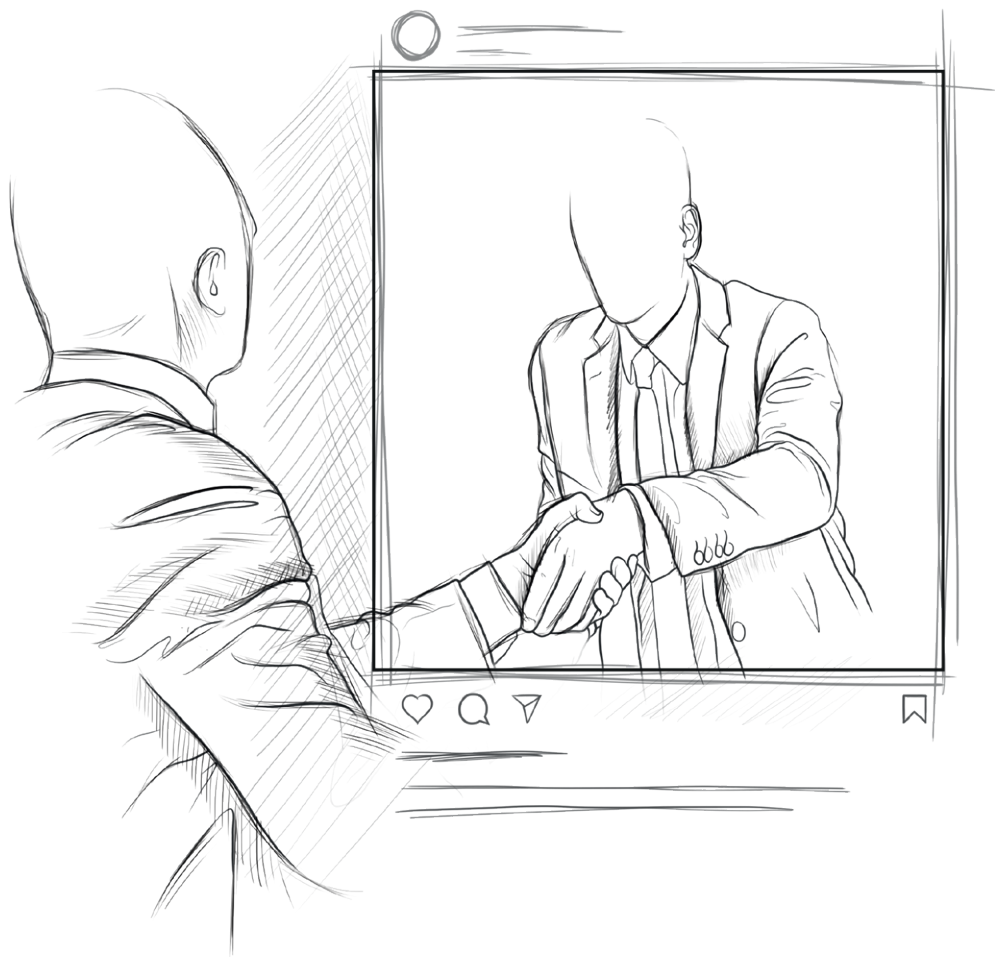
Du sparst mit deiner Planung und der Erstellung Zeit. Du wirst schneller wachsen, weil du konsistent posten kannst und immer Mehrwert bringst. Das führt zu mehr Neukunden und der Möglichkeit höhere Preise zu verlangen, weil du dich als Experte positionierst.

How-To:

Scheu dich nicht davor eine gute Idee mit verschiedenen Contentarten zu behandeln und neu aufzunehmen.

Content Recycling ist:

1. Ein Contentpiece für verschiedene Plattformen aufbereiten. Zum Beispiel ein Kurzvideo auf Instagram, Tiktok, Facebook und YouTube Shorts zu posten.



AUSGANGSSITUATION KAY DOLLT GESCHÄFTSFÜHRER JAMITLABS GMBH

VOR DER ZUSAMMENARBEIT:

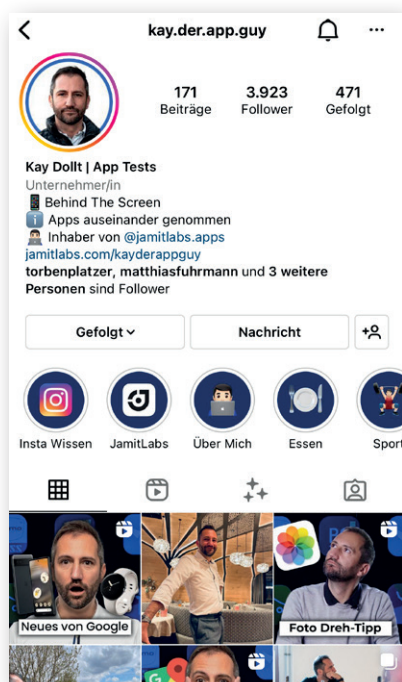
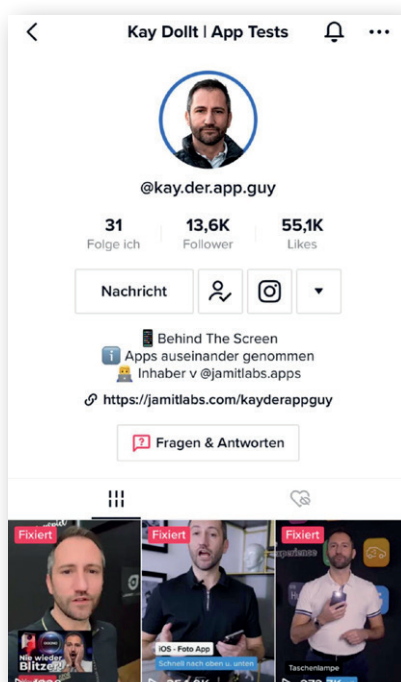
Kay postete bereits Kurzvideos nur auf Instagram, die allerdings nicht optimiert waren, wenig Aufmerksamkeit bekamen und nicht recycelt wurden. Dadurch nutzt er das Potential eines Videos nicht ideal aus.

NACH DER ZUSAMMENARBEIT:

Er postet jedes seiner Kurzvideos auf Instagram, Tiktok und als YouTube Shorts und baut so mit einem Contentpiece auf 3 Plattformen parallel Reichweite ohne extra Aufwand auf.

Diese Reichweite entstand indem Kay einfach die Videos, die er erstellt, auf 3 Plattformen postet. Also 1x Aufwand=3x Reichweite

TIKTOK: 13,6K
INSTAGRAM: 3617
YOUTUBE: 109



EINIGE VIDEOS VON KAY SIND BEREITS VIRAL GEGANGEN

UND HABEN SO, VIEL AUFMERKSAMKEIT ERREGT.

WEITERE FORMEN DES CONTENT RECYCLINGS:

Ein Content Piece in verschiedenen Formaten behandeln. Zum Beispiel:

- Berechne die Inhalte eines Reels in einer Slideshow neu auf. Ein Reel zu einem Karussell.
- Eine alte Idee neu aufbereiten: (am besten Posts die älter als 4 Monate sind.)
- Ein Blank Reel mit anderen Captions wiederverwenden. Immer die Rohversion eines Reels speichern!



ZUSAMMENFASSUNG UND ABSCHLIESSENDES FAZIT:

Mit dem Aufbau einer Personal Brand und der Präsenz auf Social Media kannst du diese Ziele erreichen:

- ✓ Bekanntheit steigern
- ✓ Klare Positionierung am Markt
- ✓ Nummer Eins deiner Branche sein
- ✓ Mehr Neukunden
- ✓ Höhere Preise verlangen

UM DIESE ZIELE ZU ERREICHEN, BRAUCHST DU EINE SEHR GUTE STRATEGIE UND POSITIONIERUNG, SO WIE UNSERE KUNDEN.

DAS SOLLTEST DU DIE NÄCHSTEN 90 TAGE MACHEN:

- Kreiere deine Brand-Story
- Entwickle eine Positionierung, Mission und Vision
- Definiere deine Zielgruppe
- Wähle eine passende Ansprache und Kommunikation
- Wähle die passenden Plattformen aus
- Entwickle ein passendes Brand-Design
- Definiere deine Formate
- Erstelle Content, sodass du mindestens dreimal pro Woche posten kannst
- Nutze Kurzvideos und interagiere täglich mit deiner Community
- Nutze Trends, um mehr Reichweite zu generieren
- Finde deine Mitspieler, kooperiere mit ihnen und sprich dich gegen deine Gegenspieler aus. So kann sich deine Community stärker mit dir identifizieren und das wofür du stehst, wird klarer.

DU WILLST MIT UNS ARBEITEN?

LIES WEITER!

PHASEN IN DER UMSETZUNG

1 KONZEPT PHASE

Ziel:

- Klarheit über Ausrichtung und Strategie
- Erstellung eines One Pagers (Inhalt: 3 Skripte mit Video/Technik Anweisungen und verschiedenen Videostilen: Voiceover, Erklärvideos, "Tanzen" + (moodboard nur bei Branding Leuten)

Inhalt:

- Zusammenfassung des Fragebogens
- Strategieerarbeitung für die Kanäle und die Brand mit Brainstorming
- Festlegung der Ausrichtung
- Erarbeitung von Taglines, Formaten, Titeln und Skripten

2 ORIENTIERUNGSPHASE

Ziel:

Fertigstellung des Brandbooks

Inhalt:

- Einarbeitung des Feedbacks vom Kunden
- Finalisierung der Formate und Brandbook Ausarbeitung

Kommunikation (Mail, WhatsApp etc.)

Rückfragen Brandbook, Feedback zur Umsetzung der ersten Skripte: die Leute ausprobieren lassen (Voiceover, Erklärvideos, "Gestik-Videos")

4 LIVE PHASE

Ziel:

Strategie erfolgreich umsetzen, konstante Verbesserung des Contents

Inhalt:

- Konstant Content produzieren
- Feedback zu Content geben und Aufgaben zur Verbesserung
- Festigung der Strategie

Wofür sind die Gruppen-Calls?

- Schnelle effiziente Erklärungen
- Inspiration und Austausch
- Regelmäßig direkter Ansprechpartner

Wofür sind die Einzel-Calls?

- Strategie Besprechung
- Tipps zur Umsetzung deiner Strategie
- Feedback zu deiner Umsetzung

3 OFFLINE UMSETZUNG/TEST PHASE

Ziel:

- Eine Woche Content vorproduzieren
- Sicherheit im Umgang mit der Technik und den Formaten.

Inhalt:

- Content Produktion und Optimierung
- Feedback zur Umsetzung
- Festigung der Abläufe
- Content Produktion individuell alltagstauglich machen

AUSWAHL UNSERER KUNDENSTIMMEN:

JÖRG:

Jörg Kintzel ist Vorstandsvorsitzender der Valuniq AG, Unternehmer & Investor

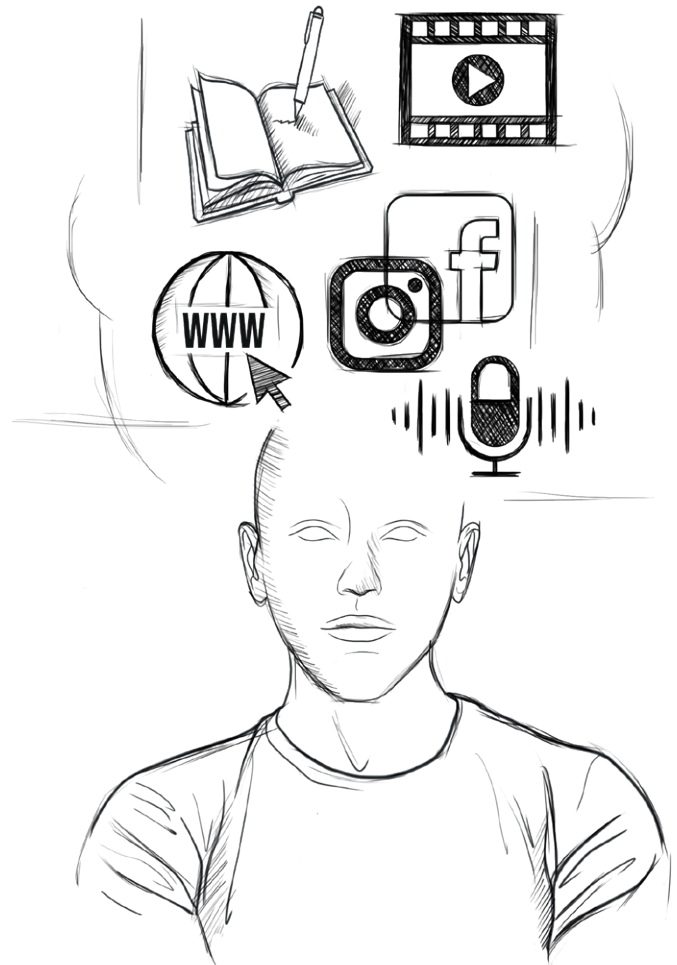
“Ich konnte innerhalb von kurzer Zeit eine Community von tausenden Followern aufbauen. Eine Community, der ich jeden Tag Einblicke in mein Unternehmen geben kann.”

Problem:

Jörg Kintzel hatte bereits vor der Zusammenarbeit ein erfolgreiches Unternehmen, allerdings hatte er keine Reichweite, wusste nicht wie man sein Thema erfolgreich aufbauen konnte, welche Plattformen für ihn die richtigen sind und wie man sein Unternehmen zu der Autorität in der Branche machen kann.

Lösung:

In der engen Zusammenarbeit erarbeiteten wir mit Jörg eine starke Brand Strategie, die sein Thema massentauglich machte und ihn als Gesicht der Firma positionierte. Gemeinsam optimierten wir in engem Austausch den Content und wurden auf allen relevanten Plattformen präsent.



ERGEBNIS:

Jörg und sein Unternehmen werden als starke Brand in seiner Nische wahrgenommen, er konnte tausende Follower aufbauen und begeistert seine Community täglich für die Themen seines Unternehmens. So erzielt er ebenfalls mehr Neukunden und kann höhere Preise aufrufen als zuvor.

CORINNA REIBCHEN:

Gründerin der Passcon GmbH, Expertin für Start Ups & Unternehmensaufbau

"Ich hätte nie gedacht, wie viele Leute sich für meine Inhalte interessieren und wie positiv das Feedback sein könnte"

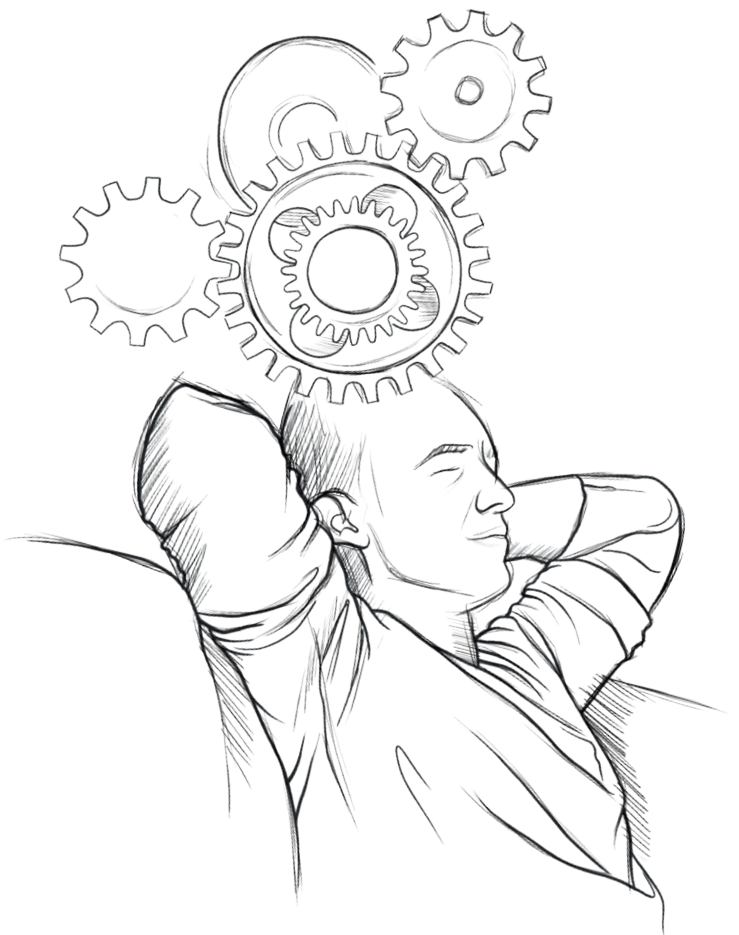
"Durch die enorm individuelle Gestaltung weiß ich endlich, wie ich mich auf Social Media positionieren muss. Das hätte ich nie alleine geschafft."

Problem:

Corinna war bereits vor der Zusammenarbeit präsent und postete aktiv, allerdings ohne eine hohe Reichweite und Aufmerksamkeit zu gewinnen. Ihr fehlte eine Content Strategie und wie sie sich als Personal Brand positionieren konnte. Ihre Person wurde nicht als Autorität in ihrer Nische wahrgenommen.

Lösung:

In der engen Zusammenarbeit erarbeiteten wir mit Corinna eine starke Positionierung und Content Strategie, die genau zu ihr passt und die sie in der wenigen Zeit, die sie hat, leicht umsetzen kann. Ebenfalls erarbeiteten wir mit ihr ein Produktkonzept, mit dem sie ihr Wissen weitergeben kann.



ERGEBNIS:

Corinna wird als die erfolgreiche Unternehmerin wahrgenommen, die sie ist. Ihre Meinung ist in der Szene stark nachgefragt und viele aufstrebende Gründer wenden sich an Corinna, um von ihr mit ihren Angeboten zu lernen. Sie wird als klare Autorität in ihrer Nische wahrgenommen, erreicht tausende Menschen auf den verschiedensten Plattformen und kann hohe Preise für ihre Angebote verlangen.

STEFANIE

“Ich stand vor so vielen Fragezeichen und hätte nie so schnell und gut Erfolge gesehen, wenn ich es alleine weiter versucht hätte. “

“Ich habe lange Zeit davor viel zu planlos gepostet und ich sehe jetzt, dass ich dank der Zusammenarbeit eine Brand aufbaue, die mich aus der Masse herausstechen lässt und ich schon in den ersten Wochen die Reichweite sehr gut erhöhen konnte.

Ich habe endlich wieder Freude am Posten und erreiche mit den neuen Strategie genau meine ideale Zielgruppe, was für mich sehr viel wert ist.”

“Gerade auch der TPA Classroom, ist im Branchenvergleich überdurchschnittlich gut. Es ist sehr benutzerfreundlich und liefert einen super Leitfaden, der sehr praxisbezogen ist und den man sofort umsetzen kann.”



Problem:

Stefanie ist seit Jahren hauptberuflich Influencerin. Sie hatte allerdings vor der Zusammenarbeit die Verbindung zu ihrer Community verloren und wusste nicht welcher Content ihr Spaß macht, aber auch ihre Community begeistern konnte. Dadurch sanken ihre Einnahmen von Kooperationspartnern und sie stand mehr und mehr unter Druck.

Lösung:

In der Zusammenarbeit erarbeiteten wir ein Branding Konzept, welches sie von anderen Influencern in ihrer Nische herausstechen lässt. Dazu erstellten wir eine passende Content Strategie, welche an aktuellen Trends genauso wie an Evergreen- Inhalten orientiert ist.

ERGEBNIS:

Stefanie konnte auf allen Plattformen endlich wieder ihre Reichweite erhöhen und ihre ideale Zielgruppe erreichen, die sich nach der Content-Umstellung viel besser mit ihr identifizieren kann und sich verbunden fühlt. Dadurch bekommt sie wieder mehr Anfragen von attraktiven Kooperationspartnern, die auch langfristig mit ihr zusammenarbeiten wollen.

LANA & NALIN GRABOVAC:

Gründerinnen des schweizer Schmuck-Startups Berry Jewels

“Ohne die persönliche und individuelle Zusammenarbeit, in zahlreiche Fettnäpfen getappt und hätten viel Lehrgeld zahlen müssen. Jetzt können wir effektiver arbeiten und haben eine klare Strategie, wie wir uns positionieren sollten, um eine starke und authentische Brand aufzubauen.”

Problem:

Lana und Nalin gründeten eine eigene Schmuckmarke. Ihnen war bewusst, dass sie auf Social Media präsent sein sollten, wussten aber nicht wie sie sich stark positionieren, welcher Content gut funktioniert, wie sie Reichweite aufbauen, wie sie ihre Website strukturieren sollten und worauf sie beim Influencer Marketing achten sollten.

Lösung:

In der Zusammenarbeit erarbeiteten wir für sie ein individuelles CI, Content-Konzept, was ideal zu ihrem USP und ihren Produkten passt. Ebenfalls halfen wir ihnen Influencer zu finden, die ideal zu ihnen passten und worauf sie bei der Auswahl der Influencer achten sollten. Wir halfen ihnen bei einer starken Positionierung, sodass sie sich von der Konkurrenz abheben und eine hohe Reichweite erzielen konnten.



ERGEBNIS:

Der USP und das wofür die Marke steht, wird im Content klar. Sie haben eine professionelle Website und begeisterte, seriöse Influencer, die für sie werben. So konnten sie bereits mit dem ersten Launch ihre Umsatzziele stark übertreffen. Sie wissen genau worauf sie bei der Auswahl der Influencer achten sollten, und was NO-GOs auf Social Media als Brand sind. Dadurch gelingt es ihnen eine starke kaufkräftige Community aufzubauen.

STEVEN MEGERLE

Gründer und Geschäftsführer
von New Media Labs

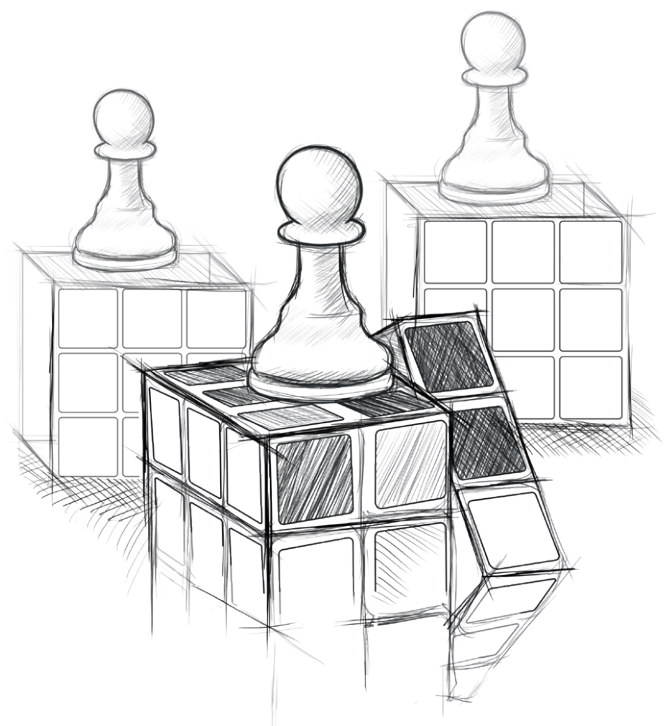
Ich entschied mich für das "Done for you" Paket. So erhielt ich ein Brandbook, das mich als Person, all meine Leidenschaften und alles, was mich ausmacht, perfekt zusammenfasst. Aber nicht nur das! Dieses Ding war zugleich ein perfektes Konzept, um unser Ziel zu erreichen: Ich als Personal Brand. Es war Leitfaden, strategischer Fahrplan und rundum gelungene Basis. TPA Media filterten auf perfekte Art und Weise meine Werte und Einstellungen heraus, zeigten auf, was mich ausmacht und fassten dies übersichtlich in Worte.

Zusätzlich wurde ich von Matthias über den gesamten Zeitraum des Done For You Pakets begleitet. Während der gesamten Zeit gab es regelmäßige Calls mit Feedback und Informationen, die ich direkt in die Tat umsetzen konnte. Dabei pushte Matthias mich und gab mir die nötige Motivation, am Ball zu bleiben. Er war für mich jederzeit via WhatsApp erreichbar und gab mir blitzschnelles Feedback.

Die Zusammenarbeit mit TPA war durchweg positiv und immer eine Liga über dem, was ich mir nur vorstellen konnte. Das Team von TPA hat mich keine Sekunde daran zweifeln lassen, dass ihnen was an mir und meinen Zielen liegt. Ich kenne niemanden, der mit ähnlich krasser und intensiver Aufopferung mit solch einer Detailverliebt-heit bis zum Schluss Brands aufbaut, wie diese Beiden und das Team von TPA.

Dank der Zusammenarbeit mit TPA Media weiß ich jetzt zu 100%, wo die Reise hingeht. Ich habe gelernt nachhaltig Content zu generieren, die wertvoll für potenzielle Follower sind und diese auf alle relevanten Plattformen zu bringen. Ich weiß, worüber ich sprechen muss, was meine Leidenschaften sind und zu welchen Themen ich Expertise vermitteln kann und sollte. Dank TPA gibt es für uns einen konkreten Fahrplan und nicht mehr nur ungreifbares "mal ausprobieren". Jetzt bin ich mir sicher unsere Ziele erreichen zu können.

Insgesamt ist TPA Media, die Zusammenarbeit mit Torben Platzer und Matthias Fuhrmann, eine der besten und wichtigsten Erfahrungen in der gesamten Geschichte unserer Werbeagentur.

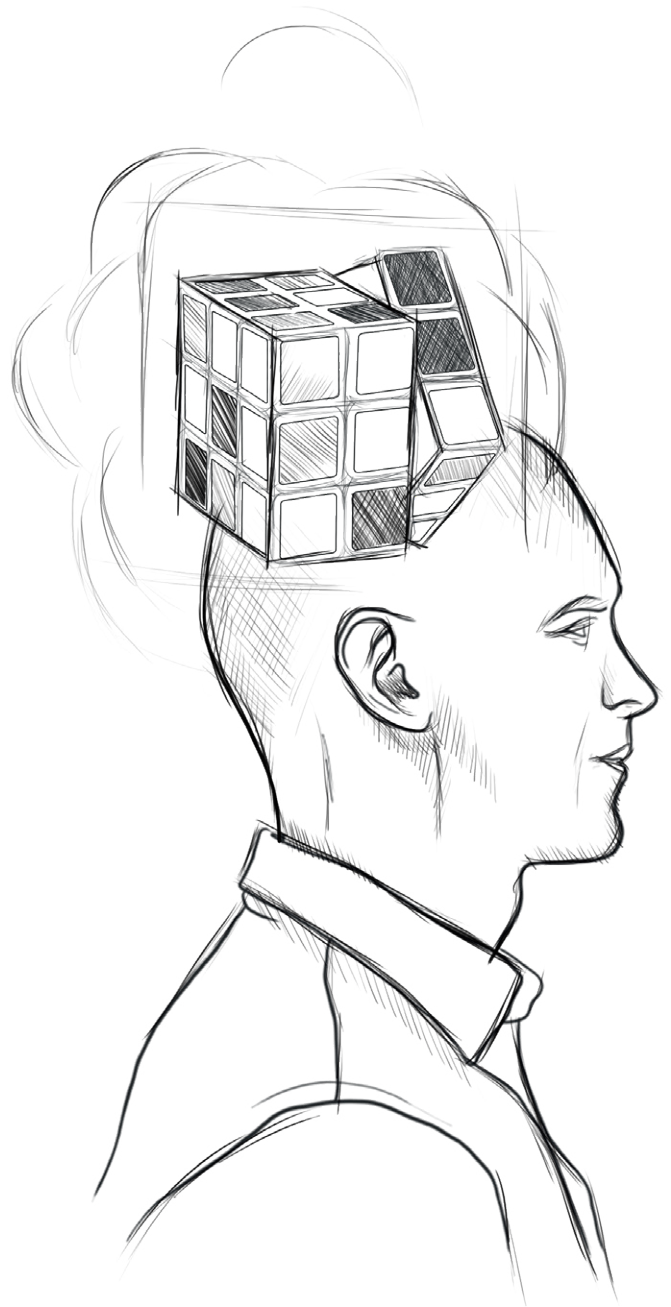


Problem:

Vor der Zusammenarbeit mit TPA litt Steven unter Wachstumsstagnation auf Social Media und auch in seiner Agentur. Sie kamen nicht über ihre regionalen Grenzen hinaus und wussten nicht wie sie Steven selbst und sein Thema so branden konnten, dass es eine hohe Reichweite erzielen könnte. Sie waren betriebsblind.

Lösung:

Wir erarbeiteten für Steven ein Branding Konzept und eine Social Media Strategie, die ihn als Gesicht der Firma positionierte und sein Thema massentauglich macht. Gemeinsam optimierten wir in engem Austausch den Content und sorgten dafür, dass er die Theorie, autark, erfolgreich in die Praxis umsetzen kann.



ERGEBNIS:

Steven und New Media Labs werden als starke Brand in seiner Nische wahrgenommen. Er konnte überregional auf sich aufmerksam machen und so seine Reichweite und seine Umsätze steigern. Heute begeistert er seine Community täglich für die Themen seines Unternehmens.

PHASEN DER ZUSAMMENARBEIT.

EINE SACHE MUSST DU WISSEN:

Dieser Bericht ist eine Art Wegweiser, der dir den Weg zum Branding-Erfolg auf Social Media zeigt. Du kannst dir nun selbst eine Strategie und eine Positionierung erarbeiten. Dabei wirst du viele verschiedene Sachen ausprobieren müssen, damit scheitern, eine neue Strategie entwickeln, evtl. wieder damit scheitern und so weiter. Du wirst viel Zeit in die Erarbeitung eines Konzeptes stecken müssen, wobei gleichzeitig nicht klar sein wird, ob du damit Erfolg haben wirst und deine Ziele erreichst. Du kannst dir auch Hilfe von extern an die Hand holen, mit Designern arbeiten, dir eine Website bauen lassen und dir einen Social Media Manager holen. All dieses Geld ist aber verschwendet, wenn du keine klare Positionierung, keine klare Brand hast. Du kannst also selbst versuchen deine Personal Brand auf Social Media aufzubauen, unsere Erfahrung zeigt, dass das in den meisten Fällen viel Zeit und Geld kostet, für wenig zufriedenstellende Ergebnisse.

Es ist viel einfacher deine Ziele zu erreichen, wenn du Experten an deiner Seite hast, die durch eigene Erfolge wissen, wie man eine starke Brand aufbaut. Torben Platzer ist seit Jahren erfolgreich auf Social Media und begeistert Hunderttausende mit seiner Personal Brand. Die Erfahrung aus dem jahrelangen Aufbau seiner Brand, nutzen wir für den Aufbau deiner Brand. Wir sind dein Shortcut zum Branding Erfolg auf Social Media. Torben Platzer, Matthias Fuhrmann und das TPA Media Team kreieren und begleiten deine Marke mit allen Facetten als komplette Anleitung.

Du wirst genau wissen, was zu tun ist und deinem Ziel mit jedem Tag näher kommen.



**TRAG DICH JETZT HIER FÜR EIN
KOSTENLOSES STRATEGIEGESPRÄCH EIN,
DAMIT WIR GEMEINSAM DEINE BRAND
AUFBAUEN KÖNNEN:**



[HTTPS://TPA-MEDIA.COM/KONTAKT/](https://tpa-media.com/kontakt/)



WWW.TPA-MEDIA.COM

HI@TPA-MEDIA.COM

LEONRODSTRASSE 52

80636 MÜNCHEN