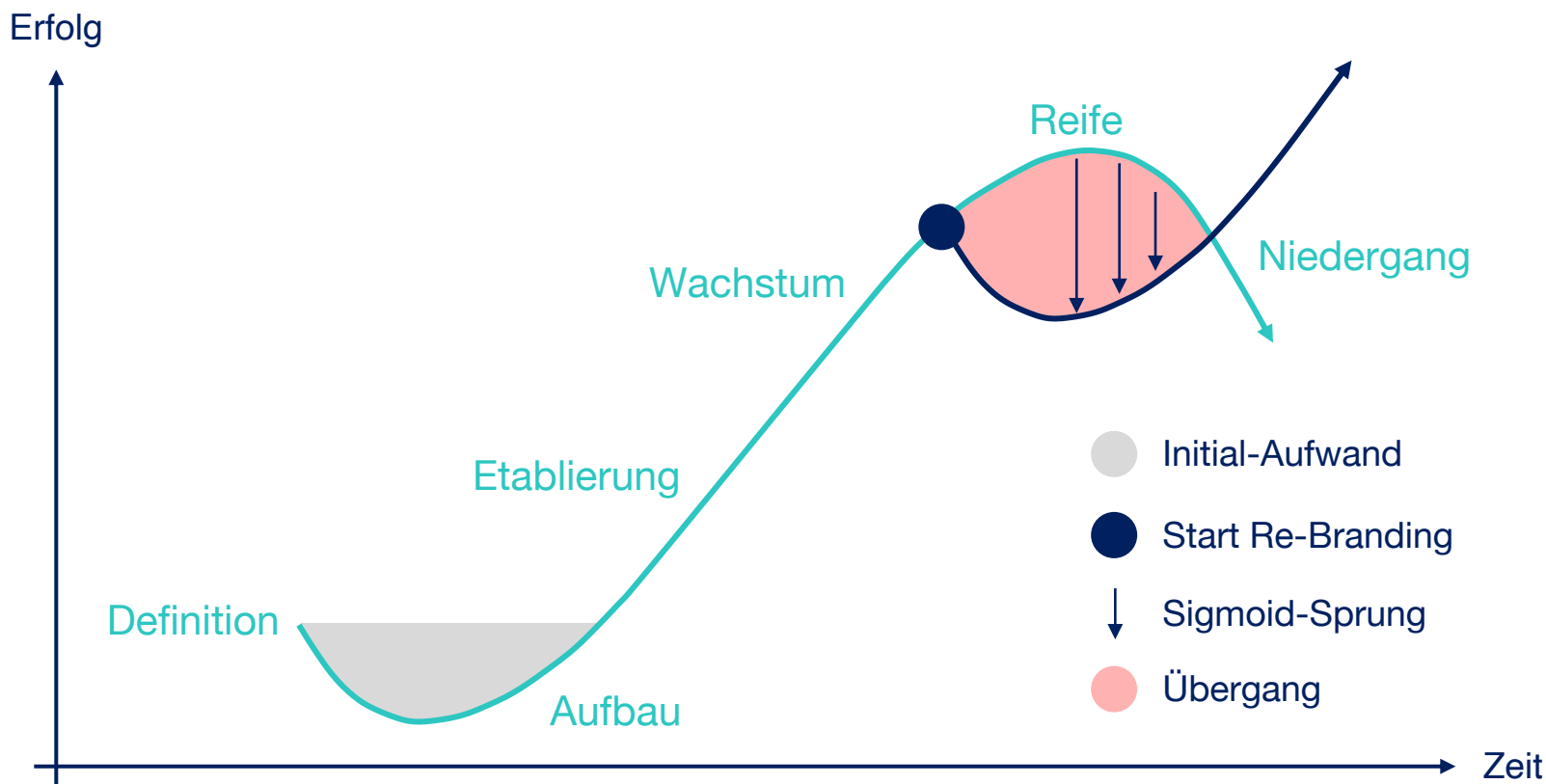


Shape your brand.  
Shape your future.

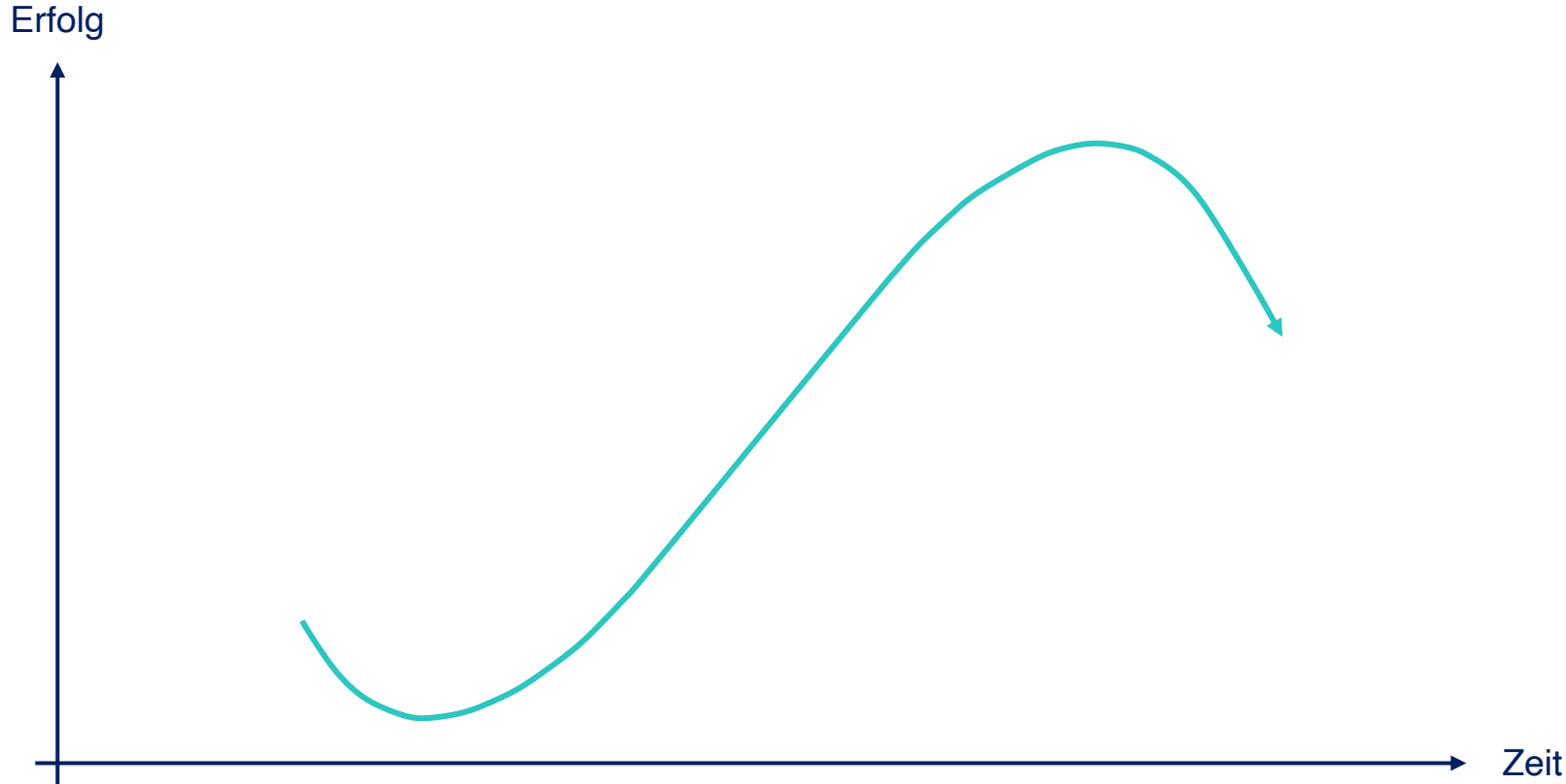


# Deine Markenentwicklung

## Wo bist du auf der Sigmoid-Kurve? Die Davy's Bar Parabel.



**Shape your brand.**  
**Shape your future.**



Der Wirtschafts- und Sozialphilosoph Charles Handy sagt, dass es im Leben und in der Wirtschaft Zyklen oder Kurven gibt. Er nennt diese «Sigmoid-Kurven».

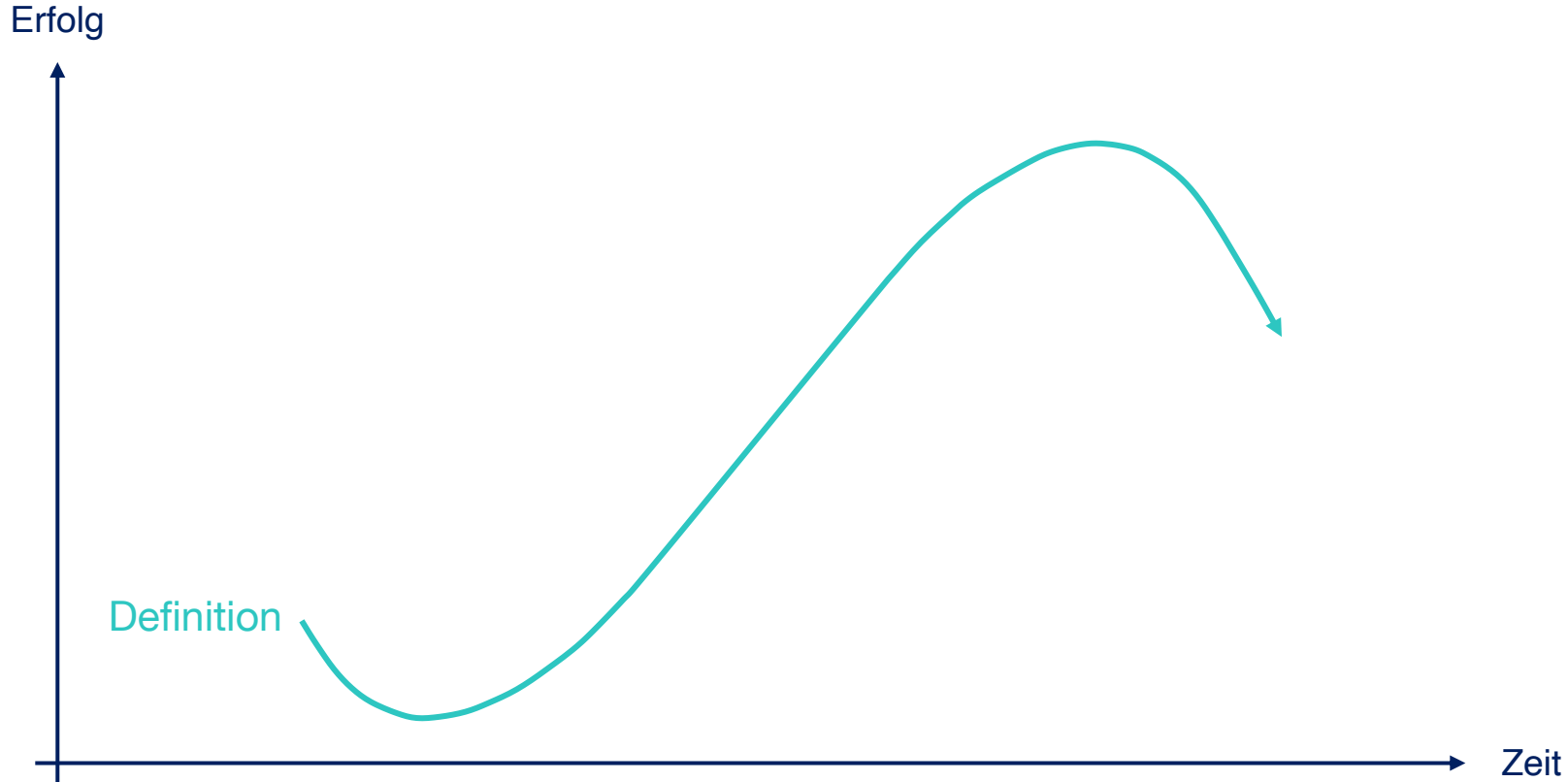
Die Sigmoid-Kurve ist ein Ausdruck des Erfolgs im Laufe der Zeit. Der Erfolg kann z. B. in Form von Gewinn, Einfluss oder Bekanntheit gemessen werden.

Nachstehend werde ich die Sigmoid-Kurve einer Personenmarke im Laufe der Zeit betrachten.

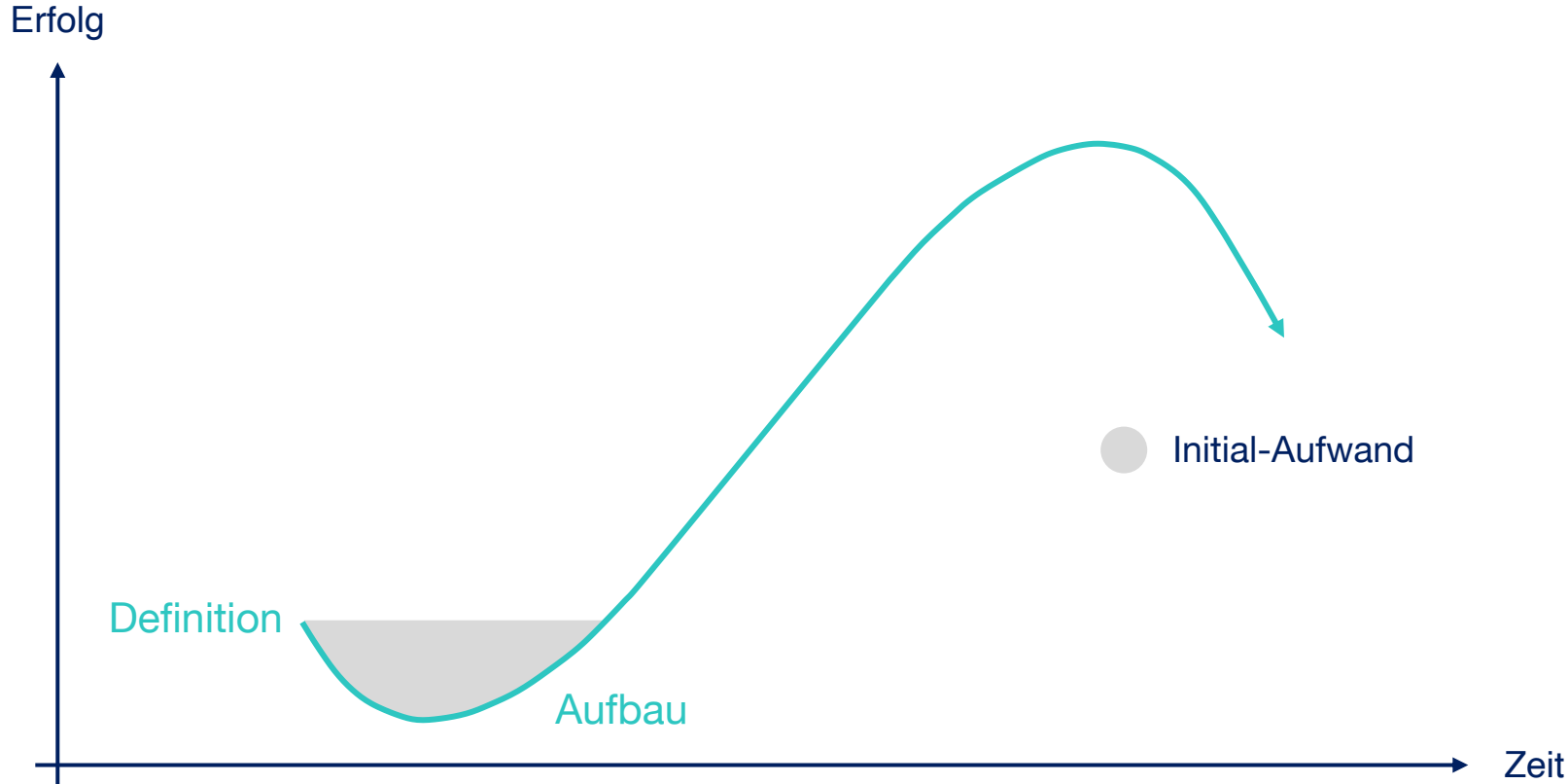
**Shape your brand.**  
**Shape your future.**



Die Sigmoid-Kurve deiner Marke beginnt mit der Definition. Mit der SHAPE-Systematik geht das beispielsweise in 30 Tagen.



**Shape your brand.**  
**Shape your future.**

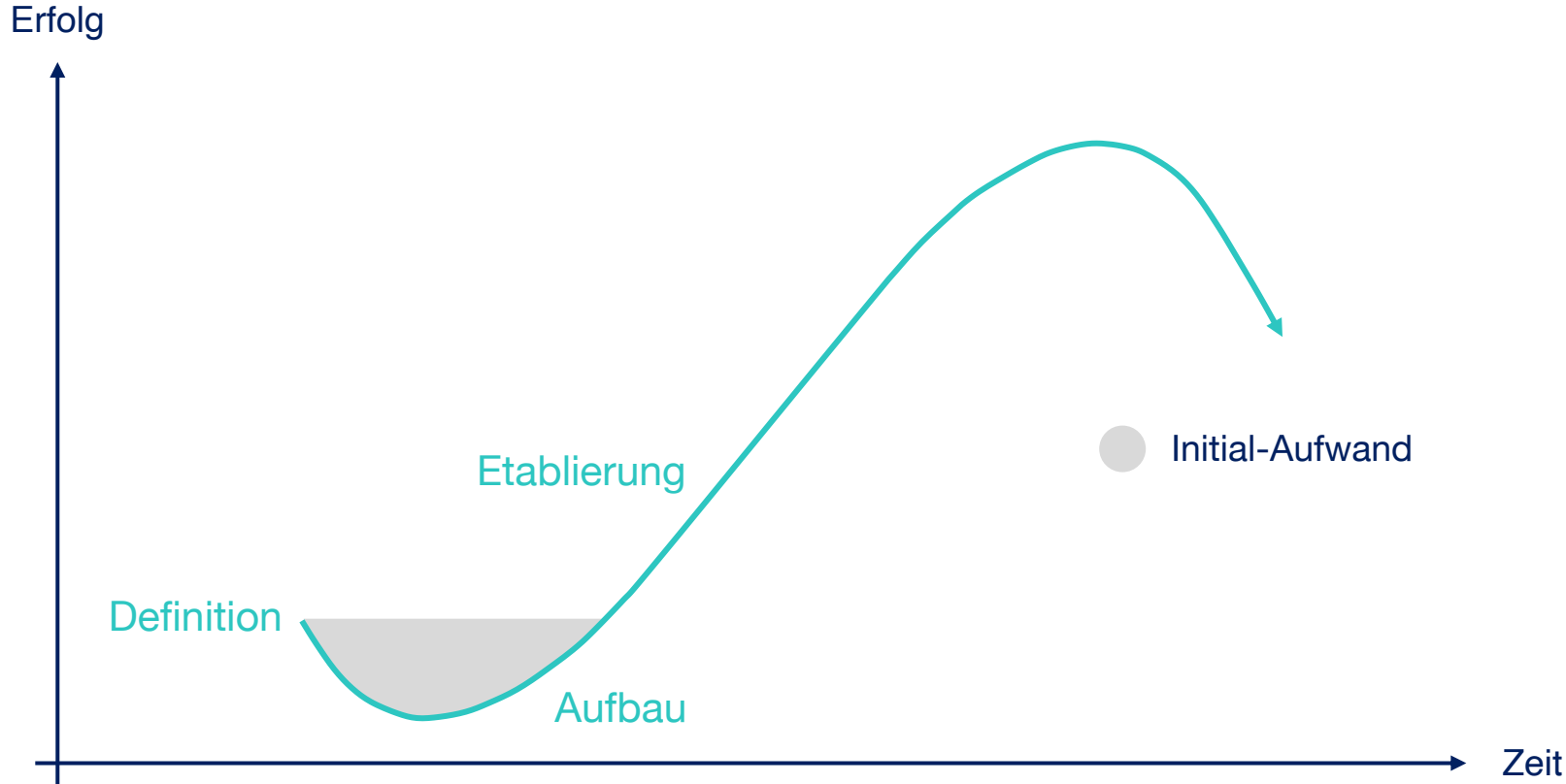


In der Aufbau-Phase werden die neu definierten Markeninhalte geschärft, getestet und optimiert.

Diese Phase dauert circa neun Monate. Du kannst es in kürzerer Zeit schaffen. Aber dann zahlst du viel Geld dafür, weil andere Leute es für dich tun.

Deine Lernkurve ist steil. Aber die Produktivität und Effektivität sinkt. Denn durch Investitionen entstehen dir Verluste wie z. B. Ausbildung, Kontakt-Aufbau oder Kennenlernen neuer Tools.

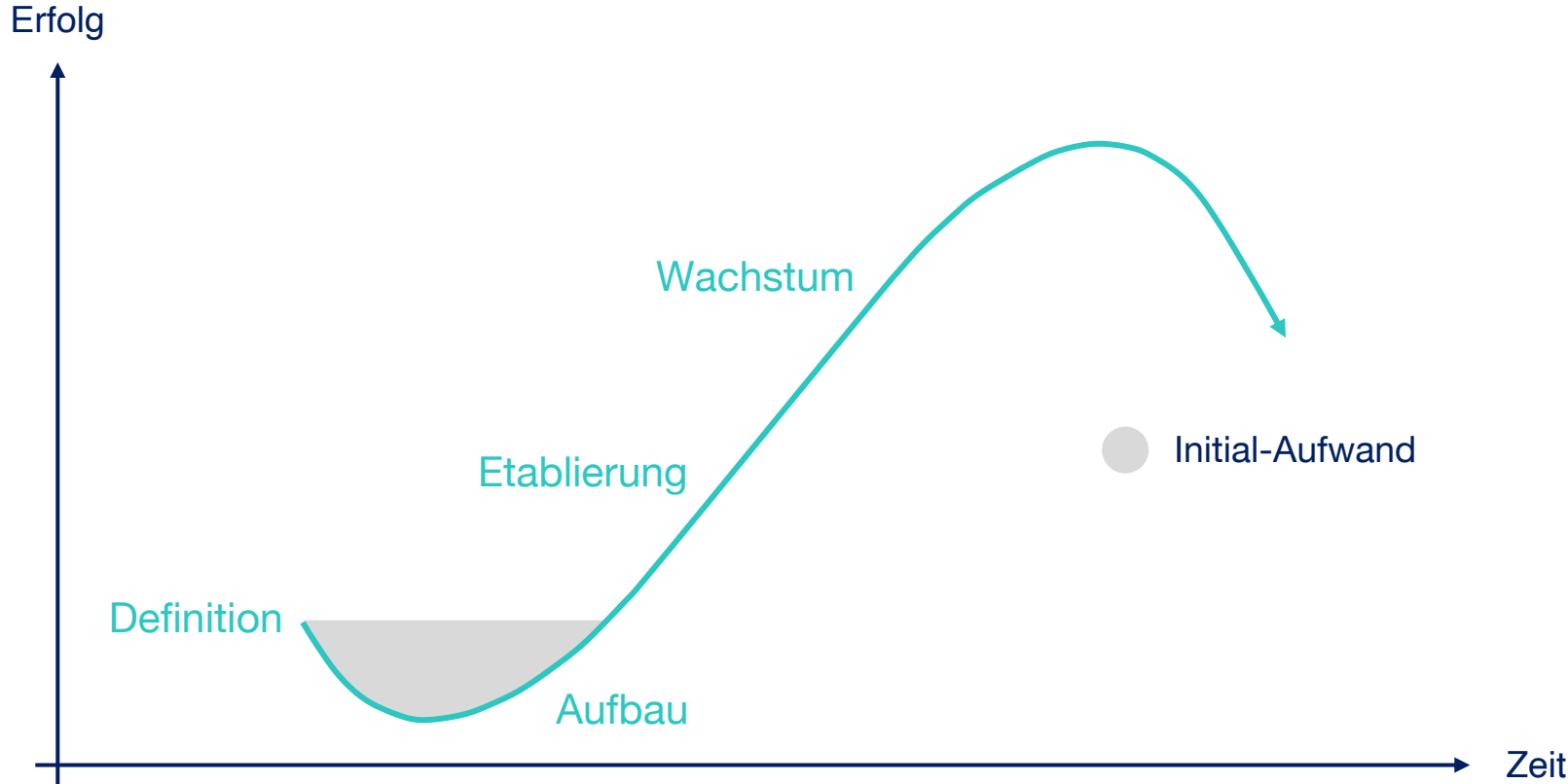
**Shape your brand.**  
**Shape your future.**



In der Etablierungs-Phase sinkt deine Lernkurve. Du bist mit den neuen Markeninhalten vertraut und wendest diese im Alltag an.

Aber du kannst immer noch dazulernen, dich weiter professionalisieren und entfalten.

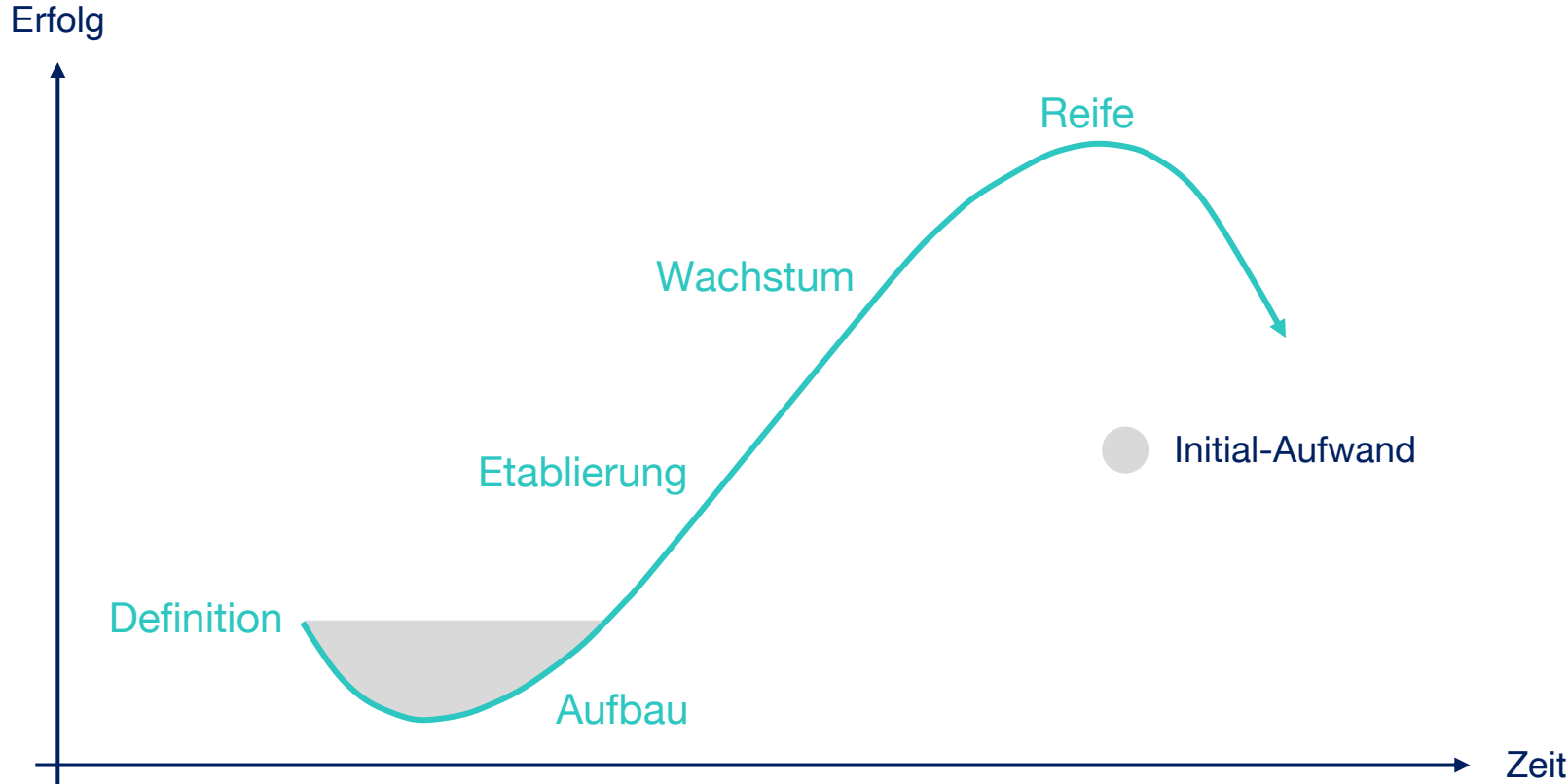
**Shape your brand.**  
**Shape your future.**



In der Wachstums-Phase kennst du deine Aufgabe und hast eine gewisse Routine.

Hier findest heraus, wie du erfolgreich sein kannst und dein Erfolg nimmt mit zunehmender Geschwindigkeit zu – wie auch immer du diesen misst.

**Shape your brand.**  
**Shape your future.**

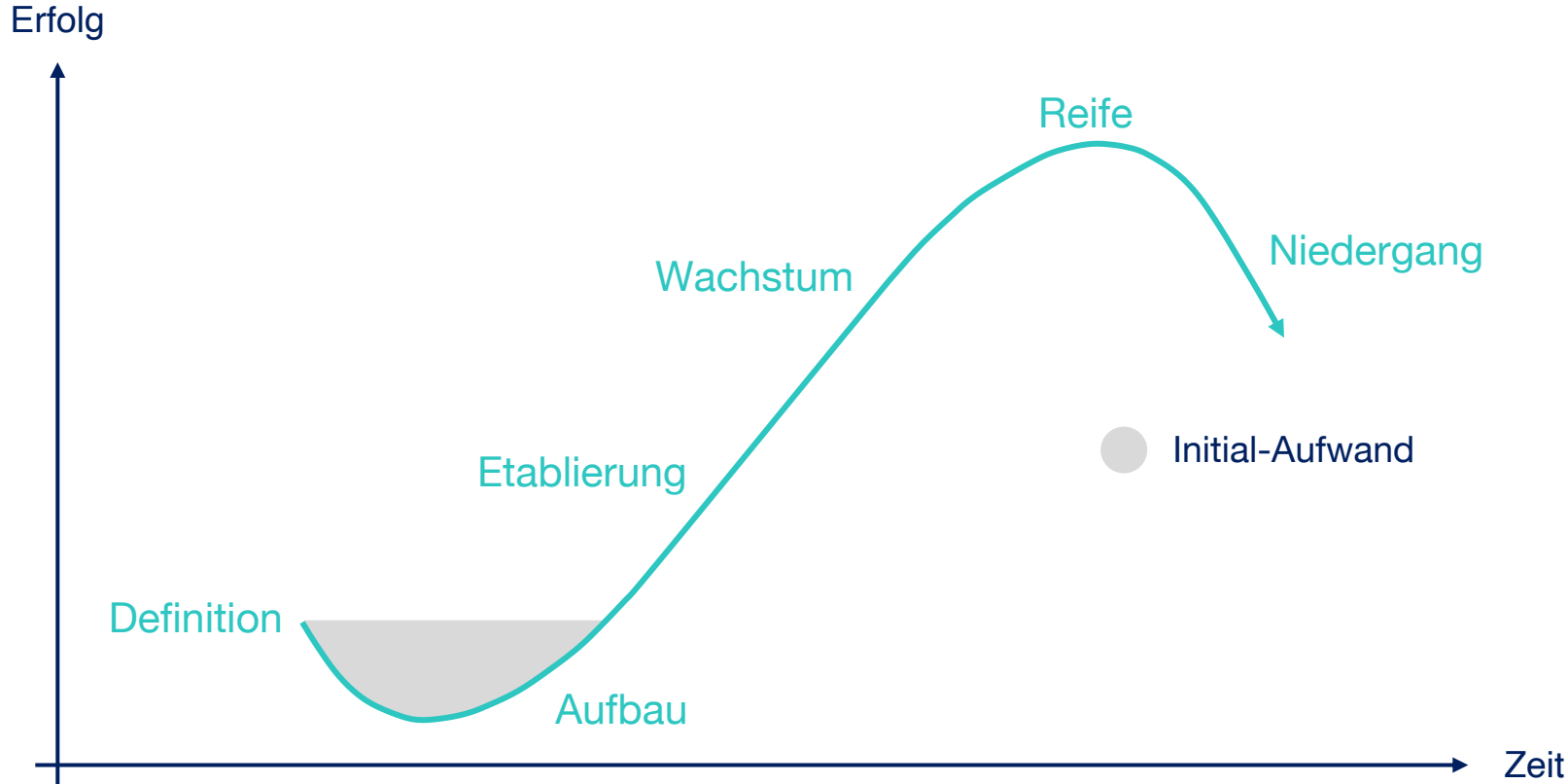


In der Reife-Phase wächst der Erfolg noch, aber mit abnehmender Geschwindigkeit.

In dieser Phase hast du das Potenzial deiner Marke voll ausgeschöpft. Dies bedeutet, dass du deine Aufgaben und die damit verbundenen Anforderungen in- und auswendig kennst und voll erfüllst.

Die Stelle bietet dir keine oder nur noch geringe Lernchancen und Herausforderungen.

**Shape your brand.**  
**Shape your future.**



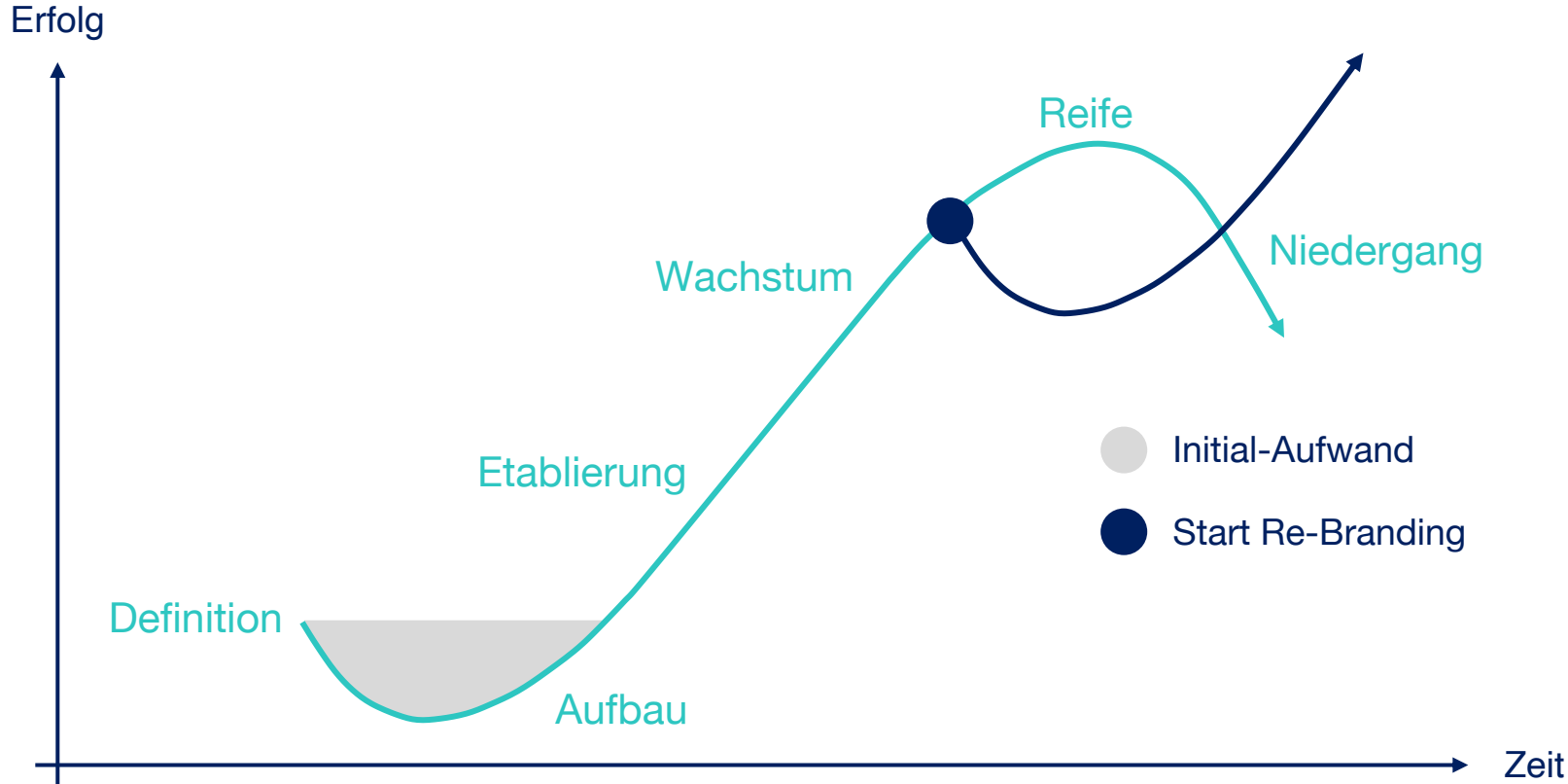
Was nach oben geht, geht auch wieder nach unten. Darum endet die Sigmoid-Kurve deiner Marke im Niedergang.

Du bist aber nicht dem Niedergang geweiht. Denn während der Phase des Wachstums, hast du dir in der Regel genug Ressourcen zugelegt.

Diese Ressourcen kannst du nutzen, um dich auf einen weiteren Schritt in der Entwicklung deiner Marke vorbereiten.



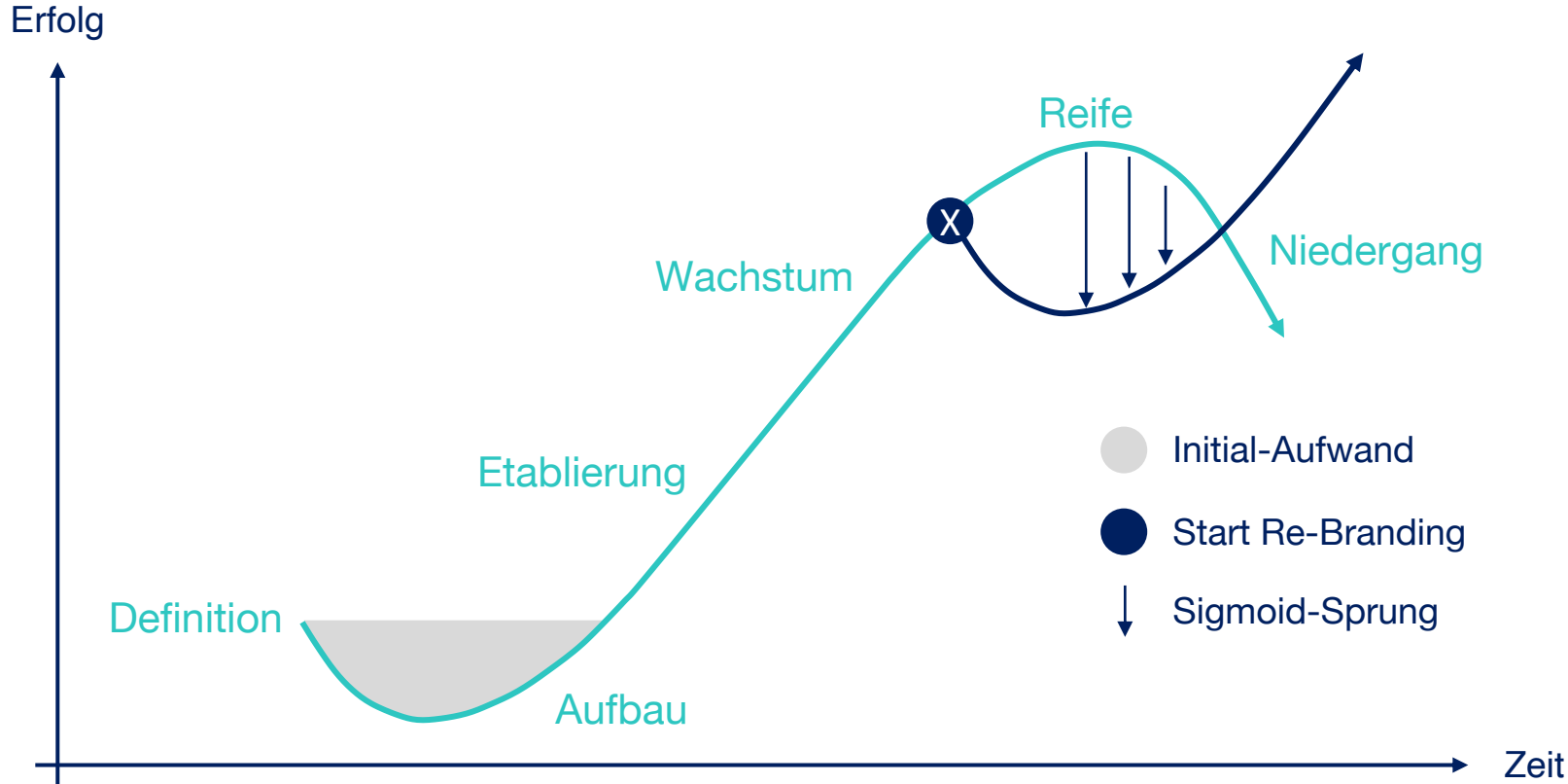
# Shape your brand. Shape your future.



Mit dem sigmoiden Mindset, beginnst du kurz bevor deine Marke vom Wachstum in die Reife übergeht, mit der Definition eines Re-Brandings bzw. einer neuen Kurve.

Bei der neuen Kurve könnte es sich um eine Neugestaltung deiner Tätigkeit handeln, um einen neuen Job oder einen Arbeitgeberwechsel.

# Shape your brand. Shape your future.

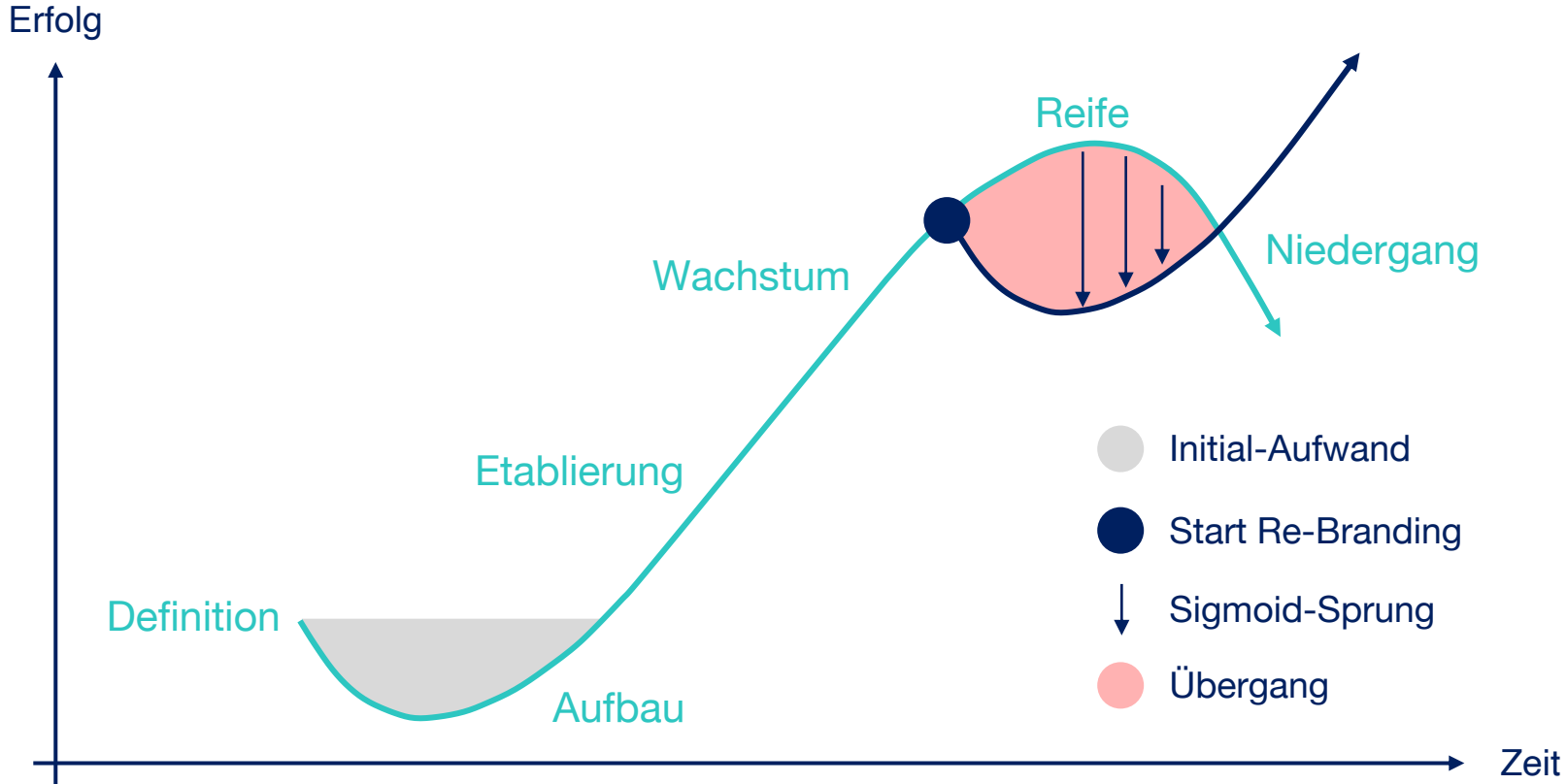


Wenn jetzt der Erfolg der aktuellen Marke nachlässt, springst du von der aktuellen Kurve ab und landest auf dem Boden deiner neuen Kurve.

Der Trick beim Sigmoid-Sprung liegt im Timing, da sich dieses Verhalten kontraintuitiv anfühlt.

Wer will schon neue Anstrengungen erleben, wenn er die schwierigen Zeiten gerade hinter sich hat? Dann wäre doch eher die Zeit, um sich zu entspannen und sich in seinem Erfolg zu sonnen.

Shape your brand.  
Shape your future.

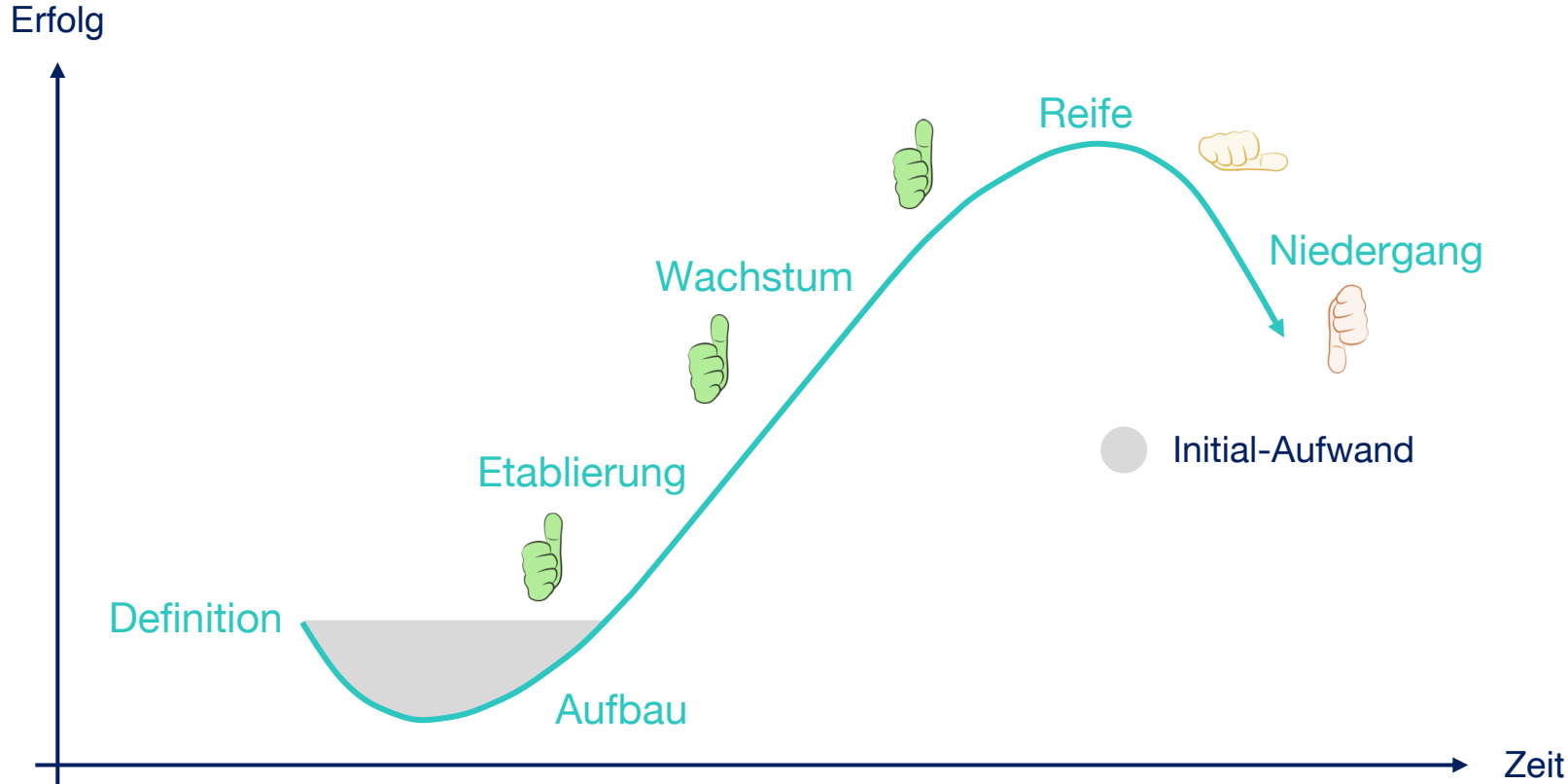


Der Übergang zwischen der aktuellen und der neuen Marke kann schwierig sein und Stress auslösen.

Der Sigmoid-Sprung ist jedoch die einzige erfolgreiche Option, um deine Marke erfolgreich weiterzuführen.

Denn du kannst dich auf der abfallenden Seite der Kurve abmühen und Lärm machen, aber den Niedergang wendest du dadurch nicht ab.

Shape your brand.  
Shape your future.



**Feedback:** Während des Aufstiegs erhältst du positive Rückmeldungen.

Im anfänglichen Abstieg gibt es zweideutige Signale und erst wenn der Niedergang begonnen hat, tauchen negative Feedbacks auf.

Du wirst also von Aussen erst dann vor deinem Niedergang gewarnt, wenn er nicht mehr zu vermeiden ist.

**Shape your brand.**  
**Shape your future.**



### **Shape your brand Tipp**

Die Davy's Bar Parabel. Charles Handy fragte eine Person in Irland nach dem Weg zur Bar: «Fahren Sie geradeaus und eine halbe Meile vor der Davy's Bar, biegen Sie rechts ab den Hügel hinauf», sagte er. Handy merkte später, dass diese Auskunft sinnlos ist. Was hat sich die Person nur gedacht?

Dinge rückwärts zu erklären ist einfach. Darum glauben wir, dass wir sie vorwärts vorhersagen können. Das funktioniert aber nicht denn: Die Dinge, die dich dorthin gebracht haben, wo du bist, sind selten die Dinge, die dich weiterbringen.

Glaubst du den Weg in die Zukunft zu kennen, weil er eine Fortsetzung des Weges ist, von dem du kommst? Dann kann es gut sein, dass du in der Davy's Bar enden wirst und dir nichts anderes übrig bleibt, als deine Sorgen zu ertränken und in Erinnerungen an vergangene Zeiten zu schwelgen.

**Shape your brand.**  
**Shape your future.**

**DANIELSAGER**  
Personal Branding Coaching

## Kontakt

**Fragen? Feedback? Lass uns sprechen.**

079 299 26 52

[info@danielsager.ch](mailto:info@danielsager.ch)

[www.danielsager](http://www.danielsager)

