


Therese Waltersdorff

## PERSONLIG BRANDING - DIN GENVEJ TIL SUCCES

5 SIMPLE TRIN til  
at komme i gang



INDEHOLDER  
TIPS OG TRICKS  
TIL AT KOMME I  
GANG!

# HVEM ER JEG?

Efter en lang erhvervs-karriere i medie- og underholdningsbranchen - senest 9 år hos Dagbladet Børsen som kommerciel ansvarlig og rådgiver inden for salg, branding og markedsføring, sprang jeg ud på dybt vand, og blev selvstændig.

I dag driver jeg min egen virksomhed, Waltersdorff Consulting, hvor jeg afholder workshops og fungerer som mødeleder i alt fra netværk og smalltalk til vækst og innovation. Jeg arbejder også som strategisk rådgiver og sparringspartner for en lang række erhvervsfolk, hvor jeg skaber overblik og bringer overordnet strategi ned til konkrete handlinger. Jeg har også skrevet "**Guuud, har vi møde i dag...?**" / "**Oh, Crap! Is That Meeting Today...?**" samt arbejdshæfterne "**Sådan styrker du dit netværk**" og "**Ide til handling**" og udgiver podcasten "**IDÉ TIL HANDLING**".

Jeg er optaget af, hvordan vi får optimeret vores chance for succes, og her kommer vi ikke uden om personlig branding! Din markedsværdi er nemlig afgørende for hvordan andre opfatter dig, og hvilke muligheder, du derfor har.



# HVORFOR PROMOVERE SIG SELV?

Hvis andre ikke ved hvad du kan og står for, har de heller ikke mulighed for at vælge dig til - eller fra.

Derfor er det en rigtig god idé at være bevidst om, hvad du gerne vil have, at andre tror om dig.

For hvis du formår, at skabe en kommunikation, der støtter op omkring dét, du gerne vil signalere, er du allerede langt. Så behøver du nemlig ikke selv at SIGE det med ord, og har mulighed for, at handle mere underspillet, og derved mere overbevisende.

Kender du situationen, hvor du sidder på en café, og der kommer en højtrøstet type ind og smider bilnøglen fra sin dyre bil på bordet - og du ikke kan lade være med at tænke, at det er vigtigt for ham, at du kan se, at han har en dyr bil?

Måske har du det som mig - men jeg har MEGET mere respekt for andre, hvis jeg SELV finder ud af, hvad de har opnået, end hvis de har travlt med at fortælle mig det?

Men det er jo en smagssag, hvordan andres ageren tiltrækker eller frastøder os, så derfor er det naturligvis vigtigt, at du tager udgangspunkt i, hvordan du synes andre virker overbevisende på dig.

Når du sidder med denne bog i hånden, har du allerede taget det første skridt frem mod at øge bevidstheden og derved kendskabsgraden til dig og din kunnen. Med alle de fordele, der ligger i det!

Rigtig god fornøjelse - og held og lykke,

Therese Waltersdorff





#1

HVORFOR?

#2

HVAD?

#3

HVOR?

#4

HVORDAN?

#5

HVILKE?





“

DIT BRAND ER HVAD  
ANDRE SIGER OM DIG,  
NÅR DU IKKE ER TIL  
STEDE



# Trin 1

## HVORFOR?

De fleste har på et tidspunkt fået råd som fx: "Du skal bare bruge dit netværk", "Lav et opslag på LinkedIn" eller "Hvorfor laver du ikke en Insta profil?", men hvor skal du starte?

Jeg vil anbefale dig, at spørge dig selv, HVORFOR du overhovedet vil ud og "gøre opmærksom" på dig selv ved at stille dig selv disse undersøgende spørgsmål:

- Hvorfor vil jeg gerne være mere synlig?
- Hvad tror jeg, det vil give mig?
- På kort sigt?
- På lang sigt?
- Hvorfor er jeg ikke allerede i dag mere synlig?
- Hvad skal mit udbytte være?
- Hvad er konsekvenserne ved ikke at have en branding strategi?

# DINE GRUNDE...

Hent inspiration på den foregående side

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---





# HVAD?

Hvad vil du gerne have, at andre tror om dig? (Og hvem er "andre" - dvs. din primære målgruppe.

Du kan sagtens operere med flere målgrupper, men hvis personlig branding er nyt for dig, vil jeg anbefale dig, at starte med en målgruppe.

En målgruppe kan fx. være:

- Din arbejdsplads (kollegaer, chefer eller andre afdelinger)
- Kunder (tidligere eller potentielle)
- Din kommende arbejdsgiver
- Dit netværk (fagligt eller privat)
- En bestemt faggruppe eller branche

Hvad skal de tro om dig:

- Fagligt
- Kompetencemæssigt
- Personligt
- Specifik branche
- Din passion

## Trin 2

## SWOT - Strengths | Weaknesses | Opportunities | Threats

Få et overblik over hvad du vil kommunikere om:

Hvilke styrker har du:

---

---

---

---

Hvilke muligheder er der for dig:

---

---

---

---

Hvilke svagheder, vil du undgå at nævne:

---

---

---

---

Hvilke trusler kan der være (udvikling, konkurrence m.v.)

---

---

---

---

## Trin 3

### HVOR?

Nu ved du, hvad du gerne vil have andre tror om dig - og du har også gjort dig nogle tanker om, hvorfor du vil arbejde med dit personlige brand. Nu skal du gøre dig nogle tanker om, hvor du gerne vil synliggøre dig. Skal det være på de sociale medier (SoMe), eller vil du hellere "møde op" i virkeligheden?

Det optimale er nok en kombination af begge, men valget er naturligvis dit. Det kan måske også give mening for dig, at operere med forskellige faser, hvor du starter der hvor du er nu, og så samler erfaring og mod til at træde ind i en ny fase.

Valget er dit:

- Instagram
- LinkedIn
- Facebook
- Twitter
- Youtube
- Snapchat
- Netværksgrupper
- Kurser
- Receptioner
- Læserbreve
- Kronikker
- Hjemmeside
- Podcast
- Foredrag



# Viden, faglighed, sparring og inspiration?

Hvor vil jeg hente information?

---

---

---

---

---

Hvem vil jeg spørge/involvere/  
lade mig inspirere af?

---

---

---

---

---



PANIKZONE

UDVIKLINGSZONE

KOMFORT-  
ZONE

“

Det kræver **mod**  
og **flid** at udvide  
din komfortzone  
- men det *er*  
muligt!

## Trin 4

### HVORDAN

Mange veje fører til Rom - på samme måde, påvirker mange ting den samlede opfattelse af dig - din tøjstil, din personlighed, din adfærd, dine formuleringer, din grafiske identitet osv.

Hvordan vil du udtrykke dig? Vil du være personlig, privat eller udelukkende professionel? Det kommer an på hvad du ønsker at opnå - og overfor hvem.

Forslag til hvordan du kan øge din synlighed:

- Kommentere andres opslag
- Like og dele opslag
- Udarbejde og dele content
- Være aktiv i grupper på de sociale medier
- Skrive læserbreve

Listen er uendelig, og vigtigst af alt er at starte der, hvor du har mindst modstand. Det er nemlig vigtigt, at du stille og roligt vokser ind i rollen, så du ikke føler, at du øver vold på dig selv.

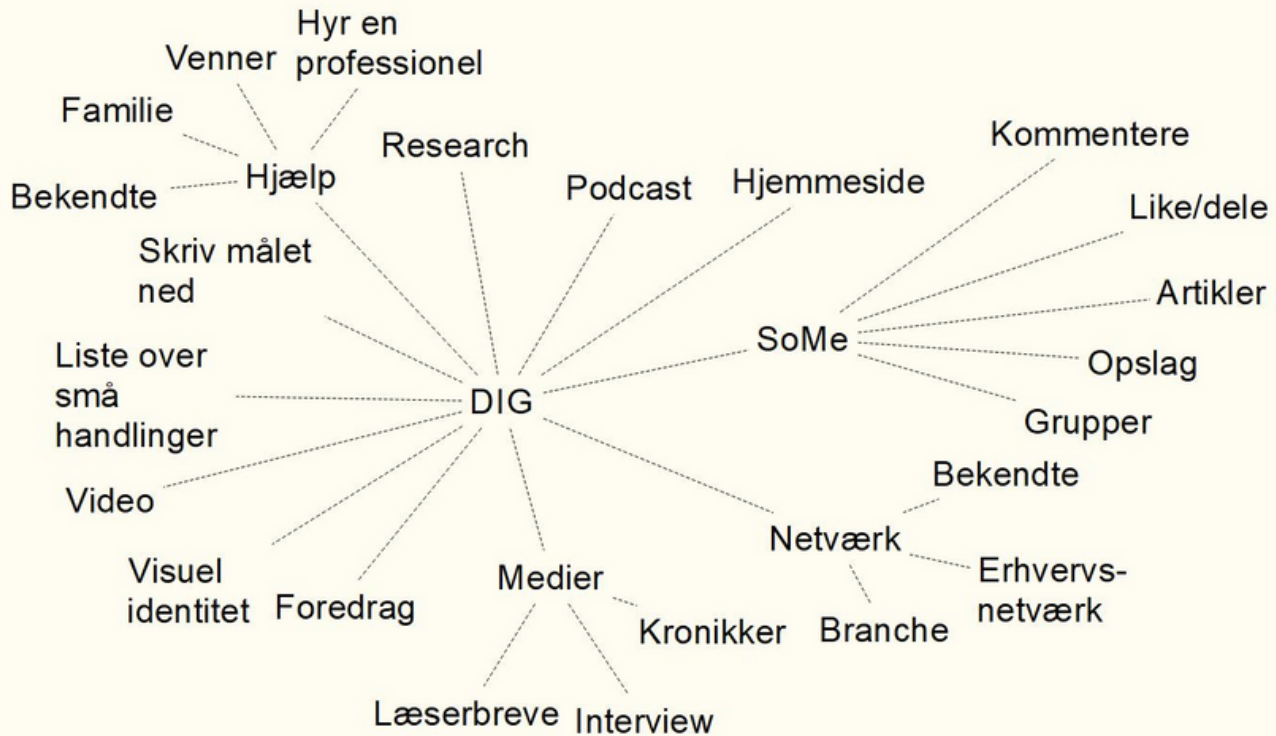
Se mindmap på næste side for flere forslag til hvordan du kan komme i gang!

“

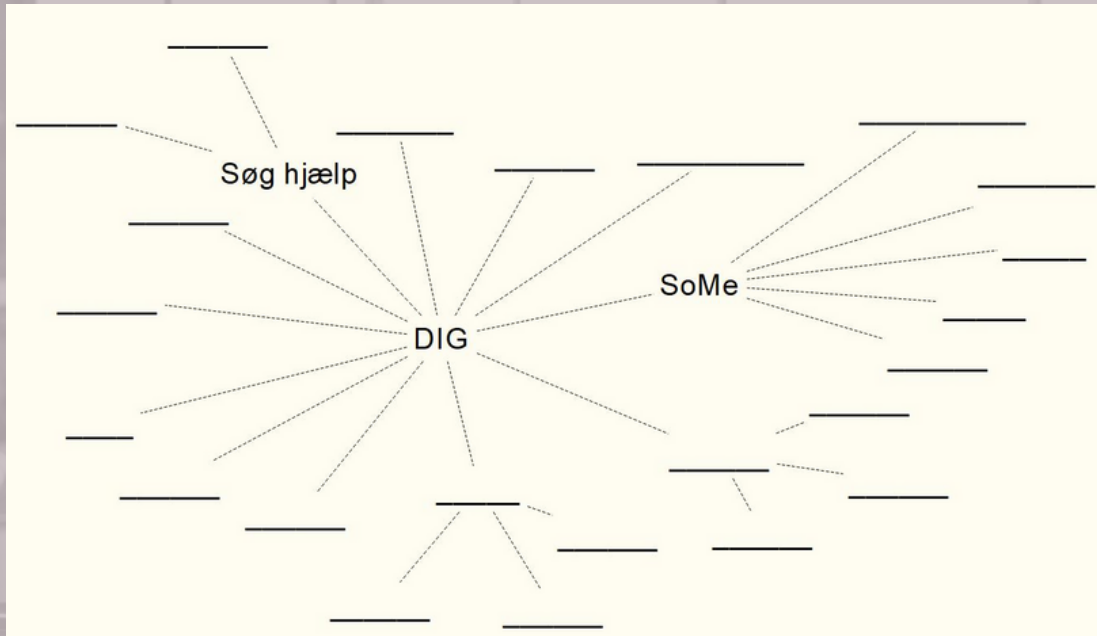
**GØR SOM DU PLEJER - OG FÅ DET  
DU PLEJER - HVIS DU ER HELDIG!**



# FORSLAG TIL HANDLING



# UDFYLD DIT EGET MINDMAP!





## 5 enkle tips

- 1.** Brug Canva.com til grafisk arbejde - der er skabeloner til de alle typer marketingmateriale - fra visitkort til SoMe opslag af enhver art.
- 2.** Notér dig et sted hvad andre laver, som du godt kan lide - eller tag screendumps. På den måde samler du et lager af relevant inspiration, som du kan tage fat i for at komme i gang.
- 3.** Sæt et overskueligt mål. Beslut dig for eksempel for lave et opslag på de sociale medier om måneden, at like et opslag om dagen på LinkedIn samt at samle inspiration en time om ugen.
- 4.** Vær ikke bange for at bede om hjælp! De fleste vil gerne hjælpe dig videre - du vil blive overrasket! De fleste kan godt lide at bidrage!
- 5.** Hav fokus på dine handlinger - og hav tillid til, at resultaterne nok skal komme med tiden. Rom blev som bekendt ikke bygget på en dag!



# Trin 5

## HVILKE?

Hvilke ting vil du gøre hvordan - og hvornår?

### HVAD?

---

---

---

---

---

---

### HVORDAN?

---

---

---

---

---

---

### HVORNÅR?

---

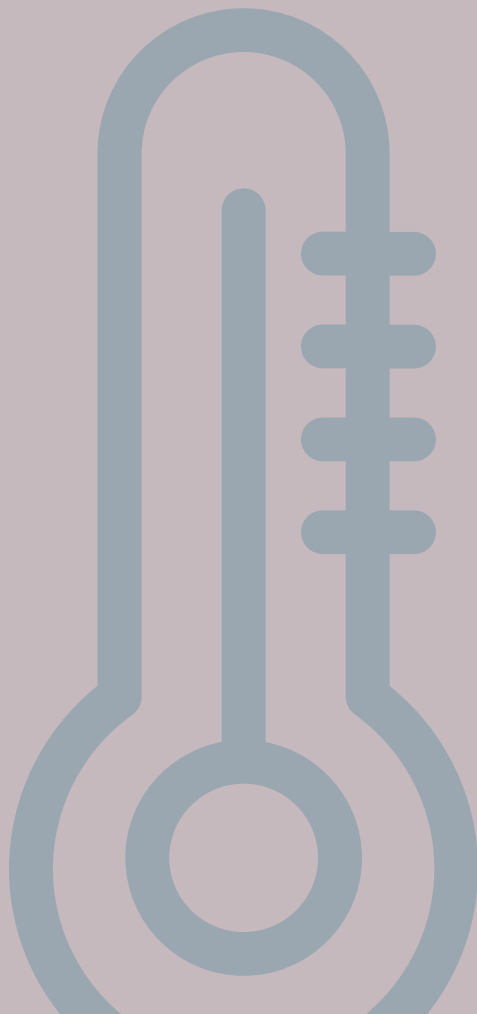
---

---

---

---

---



# OVERBEVISNINGS- BAROMETERET

OVERBEVISNINGSBAROMETERET bruger jeg på mine workshops til at sikre en stærkere salgskommunikation. Det går i al sin enkelhed ud på, at du tager et udsagn, og vurderer, hvor højt det rater på barometeret, og om du måske kan vælge en formulering, der virker mere overbevisende.

Et eksempel kunne være:

- I bunden: Jeg er vant til kundekontakt
- I midten: Jeg har mange års erfaring med kundekontakt
- I toppen: Jeg er specialist i kundeservice

Overvej om du kan kommunikere, på en (lidt) mere overbevisende måde.

Du kan vurdere dine udsagn, ved at "plotte" dem ind på barometeret, og overveje, om du kan formulere dig lidt mere overbevisende. Som med alt andet: Øvelse gør mester!

# DIN PITCH

Hvad kan du?

Hvad vil du?

Hvilken  
erfaring har  
du?

Hvilke brancher har  
du kendskab til?

Hvad gør dig god  
til dit arbejde?

Hvilken  
uddannelse  
har du?

**TRO PÅ DET!!!**



“



PERFECTION IS THE ENEMY OF DONE





# HVORFOR SKAL DU GØRE DET?

- UNDERHOLDENDE
- UDVIKENDE
- ØKONOMISK GEVINST
- FREMTIDIG MARKEDSVÆRDI
- SAMARBEJDSPARTNERE
- ANERKENDELSE
- TILTRÆKKE MULIGHEDER



# WALTERSDORFF

## E-MAIL

[tw@waltersdorff.nu](mailto:tw@waltersdorff.nu)

## WEBSITE

[www.waltersdorff.nu](http://www.waltersdorff.nu)

## MOBIL

53886776