

Ressort: Finanzen

Promi-Berater: Berufstätige sollen sich als Marke positionieren

München, 23.06.2013, 08:01 Uhr

GDN - Der Münchner Prominenten-Berater Peter Olsson rät Berufstätigen für sich zu werben, so wie es Firmen für neue Schokoriegel oder Softdrinks tun. "Menschen sind keine Produkte. Aber man kann viel davon lernen, wie Unternehmen Produkte positionieren", sagte der 51-Jährige dem Nachrichtenmagazin "Focus".

Wichtig sei, sich über die eigenen Stärken klar zu werden, sich realistische Ziele zu setzen und eine Strategie zu entwickeln, wie diese Ziele erreicht werden können. Dabei komme es nicht darauf an, sich ständig publikumswirksam zu präsentieren: "Image hat weniger mit Inszenierung nach außen zu tun als mit der inneren Einstellung", so Olsson. "Ein positives Renommee entwickelt sich aus den Werten des menschlichen Zusammenlebens: Glaubwürdigkeit, Zuverlässigkeit, Aufrichtigkeit, Fleiß." Der gebürtige Schwede hat Spitzensportler wie Boxlegende Muhammad Ali oder Ex-Fußballstar Michael Ballack vermarktet. Zu seinen Klienten zählen aktuell Entertainer Joko Winterscheidt und Schauspieler Matthias Schweighöfer.

Bericht online:

<https://www.germandailynews.com/bericht-16395/promi-berater-berufstaetige-sollen-sich-als-marke-positionieren.html>

Redaktion und Verantwortlichkeit:

V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDStV:

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.

Editorial program service of General News Agency:

UPA United Press Agency LTD
483 Green Lanes
UK, London N13NV 4BS
contact (at) unitedpressagency.com
Official Federal Reg. No. 7442619