



TORSTEN J. KOERTING
THE GAME CHANGER

PODCAST #031 – 7 DIMENSIONEN DER GLAUBWÜRDIGKEIT

THE GAME CHANGER PODCAST
www.TORSTENKOERTING.com/podcast/

ERGEBNIS FAMILIE WERTE
NETZWERK KUNDEN
ERSCHENUNG KONGRUENZ

#031 7 DIMENSIONEN DER GLAUBWÜRDIGKEIT TJK

02. Juli 2020



WORUM ES IN DIESER FOLGE GEHT ...

Hallo und ein herzliches Willkommen zum Game Changer-Podcast.

Der Podcast für deinen Erfolg mit wirksamen Impulsen, spannenden Inspirationen, erkenntnisreichen Interviews und persönlichen Game Changern, die **DICH** in die **UMSETZUNG** bringen. Und das Ganze von und mit Torsten Koerting.

Nachdem wir in meinem letzten Podcast über die sechs Dimensionen des Wachstums gesprochen haben, ist dieser Podcast auf die **7 Dimensionen der Glaubwürdigkeit** gerichtet.

Immer dann, wenn du Glaubwürdigkeit nach außen symbolisiert und glaubwürdig bist, du es würdig bist, dass man dir Glauben schenkt, dann wird sich für dich das Wachstum einstellen. Nur wenn du glaubwürdig bist, wird sich Erfolg in deiner Wirkung als Mensch, als Selbstständiger, als



TORSTEN J. KOERTING
THE GAME CHANGER

Angestellter oder auch in deinen Organisationen einstellen.

Und darum handelt dieser Podcast.

Viel Spaß.

Ein Impuls, den ich in den letzten Wochen erhalten habe, war ein inspirierendes Video, über das ich bei meinen Recherchen „gestolpert“ bin. Das war ein kleiner Augenöffner, denn häufig werden wir von unseren Mentees und unseren Kunden gefragt:

„Was ist denn der Schlüssel zum Erfolg?“

Viele von euch kennen schon die Erfolgsformel und andere Modelle, die dabei unterstützen, dass Erfolg überhaupt möglich ist. Ein wesentlicher Baustein meiner Erfolgsformel ist der Glaube. Der **Glaube** ist nicht nur der Glaube, den wir an uns selber haben, oder den wir auf andere übertragen, sondern die Beantwortung der Frage: „Wie glaubwürdig sind wir in unserer Wirkung, Ausstrahlung, ... überhaupt?“... und zwar in dem Bereich, der uns nach außen für andere Menschen sichtbar macht.

Da gibt es 7 Dimensionen. Und diese 7 Dimensionen möchte ich jetzt hier im Kern mal skizzieren. Gehen wir gleich auf die

1. Dimension:

Dein greifbares Ergebnis.

Welche Produkte, welche Ergebnisse hast du bisher hervorgebracht?

2. Dimension:

Dein Netzwerk.

Mit wem bist du zusammen? Mit wem sieht man dich da draußen?

3. Dimension:

Deine äußere Erscheinung.

Wie wirkst du, deine sichtbare Marke, deine Positionierung als auch das, wie du dich im Online- und Offline-Bereich gibst, wirklich?

4. Dimension:

Deine Familie und deine private Situation.



Bist du geschieden? Hast du keine Kinder? Nicht, dass das ein Makel ist, sondern es ist viel eher die Frage: „Passt es zu dem, was du darstellst?“.

5. Dimension:

Deine Werte und Glaubenssätze.

Was ist dein erlebbarer Antrieb oder auch deine eigene Geschichte?

6. Dimension:

Deine begeisterten Kunden.

Wie viel Testimonials hast du? Wie viele Empfehlungen bekommst du? Wie wirst du dort draußen „gefeiert“? Was sind deine Street-Credits, die du schon erreicht hast und die nach außen hin sichtbar sind?

7. Dimension:

Das Zusammenspiel.

Diese Dimension ist schon fast gar keine eigene Dimension, sondern vielmehr das Zusammenpassen, so dass alle anderen sechs Dimensionen kongruent sind.

Demaskieren wir mal jede einzelne dieser Dimensionen.

1. Dimension:

Dein greifbares Ergebnis.

- Was hast du in deinem Leben schon geleistet?
- Welche Produkte hast du hervorgebracht?
- Welche Ergebnisse hast du ermöglicht?

... sowohl bei dir selbst als auch bei deinen Kunden?

Diese Ergebnisse nach außen hin sichtbar zu machen, ist ein Teil dieser Glaubwürdigkeit. Denn alle Dimensionen sind im Außen heutzutage natürlich sichtbarer denn je.

Welche greifbaren Ergebnisse sind es konkret?

Ist das ein Zertifikat?

Ist es ein Abschluss, den du hast?



Ist es eine Fallstudie, die du nach außen legen kannst, oder bei der du mit Menschen oder mit Kunden zusammengearbeitet hast, und sie zu einem gewissen Ergebnis geführt hast?

Wie sehen deine Produkte aus und wie sind sie konzipiert und zusammengestellt?

Ist es etwas, was dich als Mensch zugänglich macht und wozu andere sagen: „Das ist genau die- oder derjenige, mit der/dem ich zusammenarbeiten möchte, weil ich mir genau diese oder ähnliche Ergebnisse in meinem Kontext zu eigen machen möchte.“

2. Dimension:

Dein Netzwerk.

- Mit wem umgibst du dich?
- Wer ist Teil deines Netzwerkes?

Hast du Leute in deinem Netzwerk, die „broke“ (=pleite) sind, oder sind das die Menschen, die zu dir aufschauen bzw. zu denen du aufschaust?

Ein guter Indikator hierfür ist immer dein LinkedIn- oder dein Xing-Netzwerk. Wer ist da drin? Sind das die früheren Kollegen, mit denen du zusammen warst? Oder sind das die Menschen, mit denen du dich vernetzen konntest, die wirklich etwas darstellen, ein Symbol nach außen sind und die vielleicht auch bekannter sind als du selbst?

Und mit wem bist du zusammen? Mit wem verbringst du deine Zeit?

Das betrifft nicht nur die Menschen, mit denen du auf LinkedIn oder Xing vernetzt bist, sondern auch die Menschen mit denen du zusammen sichtbar bist.

Wer deiner Kunden hatte ich eingekauft?

Und welche Fotos sind dort zu sehen?

In welcher proximity (=Nähe), in welchem Umfeld bist du unterwegs, und zu welchem Machtgefüge hast du Zugang?

All das macht einen Teil deines Netzwerkes aus und ist natürlich auch im Außen, entweder explizit sichtbar oder wirkt implizit.

3. Dimension:

Deine äußere Erscheinung.



TORSTEN J. KOERTING
THE GAME CHANGER

Das betrifft sowohl das Online als auch das Offline.

Und damit meine ich die Sichtbarkeit deiner Marke. Du selbst als Person bist natürlich die Marke.

Bist du derjenige, der sich nach außen hin so darstellt, wie er dargestellt sein möchte, und wie es an der Stelle zur Glaubwürdigkeit passt, oder ist da irgendetwas nicht stimmig?

Deine Webseite, dein LinkedIn-Profil, ... all das, was im Außen, sowohl in deinem Offline- als auch im Online-Auftritt, von dir sichtbar ist, ist jeweils ein ganz wesentlicher Faktor.

Was sind das für Bilder, die auf Facebook oder LinkedIn von dir sichtbar sind?

Was ist sonst von dir noch im Netz zu finden?

Was passiert, wenn man dich im realen Leben trifft, oder wenn man die über den Weg läuft?

Je bekannter du bist, desto mehr Menschen erkennen dich. Und Menschen, die dich erkennen, haben natürlich auch ein gewisses Bild im Kopf. Repräsentierst du dieses Bild auch im Außen?

4. Dimension:

Deine Familie und deine private Situation.

Wenn du jemand bist, der Beziehungs-Coach ist, du aber noch nie eine richtige Beziehung hattest, oder du vielleicht gar nicht weißt, was es heißt durch eine Trennung oder eine Scheidung gegangen zu sein ... ist genau das etwas, was dich glaubwürdig macht.

Wenn du Projektmanager und Experte im Kern von Projekten bist: Bist du in der Lage deine privaten Projekte auf die Reihe zu kriegen? Das kann ein Buchprojekt, oder eine Webseite, der Hauskauf oder der Hausbau sein.

Bist du in der Lage, diese privaten und familiären Projekte so abzubilden, dass sie so kongruent sind, wie du im Außen sichtbar sein möchtest?

Das ist ein nicht zu unterschätzender Faktor! Natürlich bleibt es dir aber überlassen, und ist auch absolut legitim, wenn du nach außen hin steuerst, was man von dir privat sieht oder erlebt. Aber es gehört auch dazu zu überprüfen, ob das, was du dir in deiner Außen-Sichtbarkeit wünschst, dann auch tatsächlich erlebbar ist.

5. Dimension:

Deine Werte und Glaubenssätze.



TORSTEN J. KOERTING
THE GAME CHANGER

- Für welche Werte trittst du ein?
- Was sind deine Glaubenssätze, die du von dir gibst, die man an dir erlebt, die man spürt, bzw. die du irgendwo hinschreibst?
- Was ist dein innerer Antrieb und deine intrinsische Motivation?

Willst du Kohle, Umsatz und Gewinn machen, oder willst du Menschenleben verändern? Wie zahlt deine eigene Geschichte auf das ein, was du gerade tust?

Wir sprechen immer davon, dass der Schlüssel für die Tür in die Zukunft in der Vergangenheit liegt. Was hast du in der Vergangenheit gemacht, was deine Story, deine Geschichte, und das, wie du heute dastehst, nachhaltig unterstützt?

Die Werte, die Glaubenssätze, die man an dir wahrnimmt, dürfen zu allem anderen passen.

Stehst du für Nachhaltigkeit, für die Rettung von Biotopen und für die Natur ein und bist Projektleiter für die Startbahn West und hast 10000 Hektar Wald abgeholzt? Da passt was nicht ganz zusammen! Du darfst darauf achten, dass deine Werte, deine Glaubenssätze und das, was man im Außen an dir sieht und erlebt (nämlich deinen Antrieb und deine eigene Geschichte) stimmig sind.

6. Dimension:

Deine begeisterten Kunden.

Ist da draußen erlebbar, welche Kunden du bereits begeistert hast?

Hast du Testimonials? Hast du Referenzen?

Sieht man dich auf Fotos mit deinen Kunden, wie du mit ihnen in Seminaren, Workshops, in Coachings oder in deinen ganz speziellen Formaten arbeitest?

Wie spricht man über dich?

Wie sind die Kommentare unterhalb deiner Facebook und LinkedIn-Posts?

Sind sie wertschätzend? Sind die abwertend? Sind sie begeistert darüber, was du mit den einzelnen Menschen gemacht hast, und wie du mit ihnen arbeiten konntest?

Oder ist man da doch eher desillusioniert, betrübt und hat die Ziele nicht so ganz erreicht?



Also bist du in der Lage, begeisterte Kunden nach außen zu zeigen? Macht dich das soweit glaubwürdig oder glaubwürdiger, als du vielleicht heute bist?

Sechs Dimensionen, die sehr spannend sind:

- die greifbaren Ergebnisse, die du produzierst
- das Netzwerk, mit dem du zusammen bist und in dem du in Erscheinung trittst
- deine äußere Erscheinung als Mensch, und auch als Marke im Offline und im Online
- deine familiäre und private Situation
- deine Werte und Glaubenssätze
- die begeisterten Kunden, die über dich sprechen.

... die im Kern dann zur 7. Dimension werden, wenn sie kongruent und durchgängig sind und alles auf dem Level spielt, auf dem du spielen möchtest.

7. Dimension:

Das Zusammenspiel.

Wenn deine Produkte jetzt deutlich teurer sind als alles andere, und wenn du im Außen als eine Marke noch nicht so ganz wahrgenommen wirst ...

Angenommen, du machst deine Produkte sehr teuer und bist aktuell leicht im Hochpreis-Coaching aktiv, welches ja da gerade durch die Lande geht ...

Frag dich mal:

- Sind die anderen Dimensionen entsprechend durchgängig?
- Repräsentieren deine Ergebnisse den Wert und die Investition, die man für dein Produkt ausgeben darf?
- Repräsentieren die Menschen, mit denen du dich umgibst das, was du mit deiner teureren Produkt-Ausrichtung symbolisiert?
- Was ist deine äußere Erscheinung? Passt sie zu den hochwertigen Produkten, die du verkaufst?
- Wie ist eine private Situation? Wohnst du in einer Zweizimmerwohnung, oder ist da etwas, was vielleicht doch etwas repräsentativer ist, um deine teuren Produkte auch entsprechend zu unterstützen?
- Wie weit sind deine Werte und Glaubenssätze, die das unterstützen, wo du aktiv bist?



TORSTEN J. KOERTING
THE GAME CHANGER

- Hast du schon Kunden, die in der Lage sind sich diese Produkte zu leisten, beziehungsweise sie sich in der Vergangenheit geleistet haben?

Nur dann, wenn das alles kongruent ist, wirkt es stimmig und glaubwürdig nach außen.

Das heißt auch, dass du in der Lage sein musst alle anderen Dimensionen nachziehen zu können, sobald du eine dieser Dimensionen veränderst. Nur dann, wenn alle Dimensionen auf einem gleichen Level unterwegs sind (kongruent und durchgängig sind), kann daraus die siebte und kraftvollste Dimension, nämlich, dass es im Kern passend und stimmig ist, hervorgehen.

Ich hoffe, dass dir dieser Impuls geholfen hat. Du darfst jetzt mal überprüfen, wie kongruent deine sechs (sieben) Dimensionen sind, oder wo vielleicht noch Nachbesserungsbedarf zum Erreichen der siebenten Dimension (der Stimmigkeit und Glaubwürdigkeit).

Nur dann, wenn du alle sieben Dimensionen auf einem Level hast, kann das Wachstum beginnen.

Ich freue mich auf deine Resonanz und bin auf deine Ergebnisse und Erkenntnisse gespannt. Die kannst du mir gerne über die bekannten Medien schreiben.

Und ich hoffe, du könntest mit diesem Podcast etwas anfangen, und er hatte dir den ein oder anderen Impuls gegeben.

Liebe Grüße,

Torsten

Quick Links:

Sichere Dir jetzt ein Ticket für das 2 tägige Event **„LEADERS BASECAMP“** ... denn ... Leader werden nicht geboren, sie werden gemacht.

Und sicher Dir mit dem Code **PODCAST25** einen Rabatt in Höhe von 25%

www.leaders-basecamp.com

Vereinbare jetzt einen persönlichen **Umsetzungstermin** mit mir ... in dem wir Deine Aktuelle Situation analysieren, betrachten wo Du oder Dein Team hin möchtest, wir können aufzeigen, wie Du dahin kommst, was Dich aktuell davon abhält und was möglicherweise notwendig ist, um Dich einen Schritt weiter zu bringen und damit Du Deine Ziele erreichst.

www.torstenkoerting.com/termin/

Torsten J. Koerting auf Facebook

www.torstenkoerting.com/facebook/



TORSTEN J. KOERTING
THE GAME CHANGER

Torsten J. Koerting auf LinkedIn

www.torstenkoerting.com/linkedin/

Torsten J. Koerting auf XING

www.torstenkoerting.com/xing/

Torsten J. Koerting auf Instagram

www.torstenkoerting.com/instagram/

Mehr Infos und alle Folgen des Podcasts findest du hier!

www.torstenkoerting.com/podcast/



TORSTEN J. KOERTING
THE GAME CHANGER

TORSTEN J. KOERTING – THE GAME CHANGER

Torsten J. Koerting ist durch und durch Projektmanager, strategischer Denker, Visionär und Management-Berater – aber auch Paragliding-, Trail-Running- und Outdoor-Enthusiast. Seit mehr als 25 Jahren lebt und denkt er Projektmanagement, hat sich auf komplexe IT-Projekte spezialisiert und bringt Projekte in Schieflage zurück auf Erfolgskurs. Er ist ein bekannter Vordenker und doziert vor MBA-Klassen an diversen internationalen Hochschulen. Darüber hinaus engagiert er sich als Redner auf vielen Konferenzen und hat mehrere Fach- und Sachbücher geschrieben und ist Initiator der www.PM-Powerdays.com und des LEADERS BASECAMP (www.leaders-basecamp.com)



Er versteht sich in seinem Kern als „Host“ – als jemand, der Räume und ein Umfeld schafft, um allen Beteiligten wirksames, zielgerichtetes und nachhaltiges Handeln zu ermöglichen. Seine Leidenschaft ist es, Menschen zu helfen, ihre eigentliche Berufung zu leben. Er unterstützt sie dabei, die für sie relevanten Ziele und Ergebnisse zu erreichen und sowohl beruflich als auch privat auf die nächste Ebene zu gelangen.

Torsten J. Koerting hat Hunderte von Workshops und Speakings im Umfeld Projektmanagement, Strategie und Innovationsberatung sowie zur persönlichen Positionierung gehalten – und dabei abertausende Teilnehmer begeistert, motiviert, bereichert und beflügelt. Er bietet seinen Teilnehmern 100 Prozent neue Ansätze, überraschende Impulse und eine mitreißende Mentalität.

Mehr auf www.TORSTENKOERTING.com