

Freiheits-Business.Deluxe Kongress *Workbook*



Das Wichtigste
zum
Kongress
Interview

Annabell Whitney

<https://Kongress.Freiheits-Business-Deluxe.com>

Annabell Whitney ist Expertin für Nachhaltiges Berufliches und Persönliches Wachstum.

Was versteht Annabell unter einem Nachhaltigen Business?

Etwas „fertiges“ Nachzuahmen ist wahrscheinlich das, was am wenigsten nachhaltig ist.

Frage Dich: Ist Online-Business etwas für dich?

Hast du etwas, was Menschen brauchen zB eine sehr gute Lösung?

Für beide Fragen gibt es nur ein klares JA oder ein klares NEIN!

Je größer der Schmerz, je besser deine Lösungen, je Nachhaltiger wird dein Business sein!

Nachhaltigkeit kann als langfristig und skalierbar betrachtet werden. Tatsächlich ist es das Ziel von nachhaltigen Geschäftspraktiken, langfristig positive Auswirkungen auf die Umwelt, die Gesellschaft und die Wirtschaft zu erzielen und diese positiven Auswirkungen im Laufe der Zeit zu verstärken.

Langfristig und skalierbar zu sein, bedeutet jedoch nicht unbedingt, dass ein nachhaltiges Business auf Wachstum um jeden Preis ausgerichtet ist. Stattdessen geht es darum, ein ausgewogenes Verhältnis zwischen ökologischer, sozialer und wirtschaftlicher Nachhaltigkeit zu schaffen, um positive Auswirkungen auf alle Aspekte des Unternehmens und seiner Stakeholder zu erzielen.

Was ist eine Keynot-Speakerin? :o)

Kurze Antwort: Eine Impulsvortragsrednerin

Eine Keynote-Speakerin ist eine Person, die bei einer Veranstaltung, wie zum Beispiel einer Konferenz, einer Messe oder einem Meeting, eine bedeutende Rede oder Präsentation hält, die in der Regel die Zuhörer inspirieren, informieren oder motivieren soll. Keynote-Speakerinnen sind oft Expertinnen in einem bestimmten Bereich und haben eine einzigartige Perspektive oder Erfahrung, die sie teilen können.

Die Aufgabe einer Keynote-Speakerin ist es, das Publikum zu begeistern und auf eine einprägsame und inspirierende Art und Weise eine Botschaft zu vermitteln. Sie kann beispielsweise ihre Erfahrungen, ihre Ideen oder ihre Visionen teilen oder Einblicke in Trends und Entwicklungen in ihrem Fachgebiet geben. Dabei sollte sie in der Lage sein, ihr Publikum zu fesseln und zu motivieren, so dass die Zuhörer begeistert und inspiriert werden.

Keynote-Speakerinnen können aus einer Vielzahl von Bereichen stammen, wie z.B. Wirtschaft, Technologie, Politik, Bildung, Sport oder Kunst, um nur einige zu nennen. Oftmals werden sie aufgrund ihrer Erfolge, ihres Bekanntheitsgrades oder ihrer Expertise ausgewählt, um als Keynote-Speakerin zu sprechen.

Sichtbarkeit heißt nicht nur bei Facebook und Instagram zu posten.

Du musst den Menschen zeigen wer und was du bist.

Wir möchten das Vertrauen der Kunden gewinnen, indem sie ihre Zeit, ihr Geld und ihre Hoffnung in unser Angebot investieren.

4 Vertrauensebenen

Ja, die vier Vertrauensebenen werden oft in der Psychologie und im Marketing diskutiert. Sie umfassen:

Kognitive Vertrauensebene: Dies bezieht sich auf das Vertrauen, das auf Wissen und Erfahrung basiert. Kunden können diesem Vertrauen aufgrund von Fakten, Informationen oder Erfahrungen mit einem Unternehmen oder einer Marke entwickeln.

Emotionale Vertrauensebene: Dies bezieht sich auf das Vertrauen, das auf Emotionen und Gefühlen basiert. Kunden können diesem Vertrauen aufgrund von positiven Erfahrungen, Beziehungen oder Empathie mit einem Unternehmen oder einer Marke entwickeln.

Verhaltensbezogene Vertrauensebene: Dies bezieht sich auf das Vertrauen, das auf den Handlungen und Verhaltensweisen eines Unternehmens oder einer Marke basiert. Kunden können diesem Vertrauen aufgrund von Vertrautheit, Konsistenz oder Authentizität des Unternehmens oder der Marke entwickeln.

Relationale Vertrauensebene: Dies bezieht sich auf das Vertrauen, das auf Beziehungen und Interaktionen basiert. Kunden können diesem Vertrauen aufgrund von Interaktionen mit dem Unternehmen oder der Marke, wie z.B. dem Kundenservice, der Kommunikation oder dem persönlichen Kontakt, entwickeln.

„Wir müssen Spaß an unsere Arbeit habe,
um auch mal unebene Wegstrecken zu überwinden!“

4 Action Steps

1. Treffe eine klare Entscheidung und dann lege los.
2. Wie sieht dein Produkt aus?

Kannst du Gruppentraining durchführen, um dein Unternehmen Skalierbar zu machen?!

3. Struktur!
Was möchtest du wann, wie erreicht haben?

4. In die Sichtbarkeit gehen: Seminare und Kongress besuchen und selber durchführen!
Aktive Schritte tun um Menschen zu finden

„Die Dein Wissen, jetzt zu diesem Zweitpunkt von dir brauchen!“



