

Liebes Tagebuch!

Samstag, 9. April 2011.
Der Frühling ist ausgebrochen – zwar zum Leidwesen meiner Nase (werfe mir meine Acrius wie Tik Tak ein), dafür aber zur großen Freude meines Schranks, dem ich derzeit meine volle Aufmerksamkeit (sowie meine letzten

Ersparnisse) widme. Letzte Errungenschaften: Ein Traum in Weiß ...

Muss an dieser Stelle noch mal festhalten, dass ich den weißen Traum in der für mich noch immer unfassbaren Größe XS (kann mir das Etikett gar nicht oft genug ansehen) erstanden

habe. Ehrlich gestanden ist es nicht nur XS, es fühlt sich auch so an. Also viel Verhandlungsspielraum bleibt nicht.

Und da ich nicht nur privat auf mein – neu überholtes – Äußeres Wert lege, sondern auch beruflich, hab ich mich diese Woche fachkundig beraten lassen, wie ich mich beruflich präsentieren soll. Meine Steuerberaterin hat mir hierfür einen Marketingcoach namens Natascha Thoerner empfohlen.

Frau Thoerner hat mich gleich gefragt, wie ich mir das so vorstelle, wer meine Zielgruppe ist und wie ich mich positionieren möchte – also in welchem Zahlungsegment. Ich bin ja der festen Überzeugung, dass man sich mit seinesgleichen am leichtesten tut – also in meinem Fall mit einer urbanen, attraktiven und hart arbeitenden Selbstständigen, die Wert darauf legt, dass man sie für 15 Jahre jünger hält. Diese Zielklientin kennt freilich ihre Prioritäten – als ihre Dermatologin komm ich bei ihr gleich auf Stelle zwei – dh. also gleich nach Prada, aber noch vor Jimmy Choo.

Weil meine Zielklientin schließlich non-stop mit Marken zu tun hat und sich auch in ästhetischen Belangen an Labels orientieren will, hat Frau Thoerner gleich vier Vorschläge für ein Logo – in Unternehmerkreisen, in denen ich nun auch verkehre,



nennt man das wohl Corporate Identity – entworfen.

Am meisten reflektiert die Nummer 2 meine Identity – geheimnisvoll, schön. So wäre ich jedenfalls gerne.

*A Doc's Life widmet Ihnen MEDplan, 1120 Wien,
Tel. 01/817 53 50-266, www.medplan.at*