



Akquirieren Sie schon oder grübeln Sie noch?

Michael Spars

Beim Besuch der gerade abgelaufenen didacta 2005 oder der Personal-Messe zeigte sich, dass viele Probleme, die Trainer bei der Akquisition haben, „hausgemacht“ sind. Die Zeiten mögen nicht leicht sein. Es gilt aber die alte Bauernweisheit: „Sich regen bringt Segen.“

Hoffentlich kommt keine Kunde vorbei

Ein reales Beispiel von einer kürzlich stattgefundenen Messe: Ein Eckstand, normaler Weise ist es auf einer Messe fast das Tollste was man bekommen kann, mit zwei offenen Wänden, meist an einer Kreuzung von vier Wegen liegend, bietet für den Betrachter eine Optik, eine Augenweide – denn zwei Wände liegen in der vollen Präsenz.

Aber ... da stehen zwei Flipcharts mit einer fast unleserlichen Handschrift und bieten eine Ausbildung an. Die Person, selber sichtlich unmotiviert, kümmert sich gerne um sich selbst und strahlt fast die Angst nach Außen aus: „Hoffentlich kommt keiner und fragt mich was.“ Man kommt als Interessent vorbei, denkt über eine Ausbildung nach. Beim Hinhören erfährt man, dass man mehrere tausend Euro bezahlen soll. Mit einem letzten Blick auf den Stand verlässt der Besucher mit bleibendem Eindruck ... denselben.

Eine andere Ecke, dort drei moderne Stühle, drei aussagefähige Banner und ein Flipchart für das „Sofortprogramm“ – der potentielle Kunde wird eingebunden, wird wahrgenommen, als Kunde und als „Meinungsbildner“ behandelt.

Ist es da verwunderlich, dass am vorletzten Tag die dann vorhandene Mannschaft von drei Personen, des ersten Standes eine totale Unzufriedenheit signalisierte!! Auf dem anderen Stand waren zwei Damen, die sich abwechselten und durch Selbstbewusstsein und gute Laune stets die potentiellen Kunden empfangen und recht viele Schulungen verkauften.

Was ist mit den Trainern los?

Sicher jedem von uns geht es mal so, dass uns die Aufträge nicht wie gebratene Tauben zufliegen sondern das wir etwas tun müssen. Auch ich habe eine solche Phase gehabt und sie war hart und gerade dann habe ich mich an den Bedürfnissen des Marktes orientiert – ohne mich aus den Augen zu verlieren und mich zu verkaufen. Kreativität ist gefragt oder sind die meisten von uns nur noch in der Lage Kreativitätsspiele für Teilnehmer zu entwickeln?

Nehmen Sie sich doch mal die Zeit und surfen durchs Internet und zwar mit der Sichtweise der Person, die evtl. Ihre Seminare buchen oder bei Ihnen ein inhouse-Training bestellen soll. Wie würde sie vorgehen? Über welche Suchmaschine? Sie machen Persönlichkeitsentwicklung? Schön. Dann geben Sie doch mal diesen Begriff bei einer Suchmaschine ein. „Wunderbar! Sie sind unter den ersten fünf der 474.000 gefundenen Seiten bei Google und man bucht das Seminar!“ Oder nicht?

Nicht nur die Suchmaschinen sind wichtig

Die Suchmaschinen sind nicht das einzige Medium im Internet. Klar! Die Zauberworte im Internet, um bei solchen multifunktionalen Wörtern wie „Persönlichkeitsentwicklung“ gefunden zu werden, lauten: Verlinkung und Präsenz. Sie können nur eine Homepage mit drei Seiten haben, wenn Sie aber in über 100 Gästebüchern und Foren eingetragen sind, dann sind Sie allemal im Blickpunkt und man wird früher oder später bei Ihnen landen.

Aber dazu gehört natürlich der Blick über den Tellerrand und das Bewusstsein der Vernetzung. Hier stehen die wirklich wichtigen Dinge im Vordergrund und nicht nur, dass man sich in einem einzigen explosionsartig gewachsen Internet-Forum auslässt und jeden Beitrag beantwortet – sondern es zählt nun mal die Vielfalt. Im Marketing sagt man dazu „Das Gesicht in der Masse“ oder „Allein-Stellung“

Nur eine Frage

Das ist der Punkt, wo man eigentlich anfangen sollte, sich ein Konzept zu schreiben, damit man seine Schritte bei der Selbstvermarktung verfolgen und überprüfen kann. Wann haben Sie das letzte Marketing-Konzept für sich geschrieben, in dem steht, wie Sie sich vermarkten wollen und wie und wo man Sie finden soll?

Beantworten Sie sich doch einfach mal die eine Frage: „Wodurch hebe ich mich von anderen Trainern ab?“ Geben Sie sich zwei Minuten. Dann streichen Sie alle Füllwörter und die Synonymbegriffe. Bleibt noch etwas

übrig? Diese übrig gebliebenen Worte zeichnen Sie aus, heben Sie von anderen Trainern ab.

Wenn jetzt der Auftraggeber kommt und nach seinen Kriterien entscheiden soll, mit wem er zusammenarbeiten will, dann sind die übrig gebliebenen Punkte diejenigen, die entscheidend sind.

Deshalb seien Sie ehrlich und kreativ – auch in der Gestaltung Ihrer Seminarunterlagen oder bei der Umsetzung von neuen Seminartypen, wie zum Beispiel einem Probetraining.

Vernetzung bringt auf neue Ideen

Das Trainertreffen mit seinen Veranstaltungen und Angeboten für Mitglieder ist ein ideales Umfeld dafür, auch mal andere Trainer kennen zu lernen und darüber zu sprechen, was und wie die anderen was (vielleicht auch anders) machen. Man kann dort aber nicht nur Ideen bekommen, wie man etwas anders oder besser machen kann. Sie könnten auch mal einen Kollegen fragen ob er sich mit Ihnen verlinkt oder ob man zusammen Tandem-Marketing machen kann oder vielleicht zusammen einen Messestand macht.

Marktanalyse und konsequentes Tun

Die Kosten (das Budget) im Rahmen der Akquisition sind nur dann gravierend, wenn es um so große Aufwendungen wie für einen Messestand geht. Flyer, Visitenkarten, Seminarbroschüren, Briefbogen und eine Homepage haben wir doch alle.

Das was aber erschreckender Weise seltener passiert, ist, dass sich Trainer-Kollegen wirklich ernsthaft über ihren Markt gründlich informieren, ihre Zielgruppen definieren und deren Bedarf erkunden und sich dann ein schlüssiges Konzept erarbeiten und dieses auch konsequent umsetzen. Wer dieses macht, für den gilt:

Akquisition bringt Spaß, denn man kann nur gewinnen!

Michael Spars, Jahrgang 1954, umfangreiche Erfahrung in Unternehmens- und Persönlichkeitsarbeit. Mein Wirken und Tun berücksichtigt die Soft-Skills und ist verbunden mit innovativem Denken, problemorientiertem Handeln und zukunftsorientierten Konzepten. Mein Ziel: Menschen und Unternehmen ein Stück des Weges zu begleiten und durch die Vermittlung anderer und neuer Sichtweisen das persönliche und wirtschaftliche Fortkommen zu fördern. Ich gesche den Weg der Ganzheitlichkeit.

Michael Spars

**Unterstützung und Beratung
Kapellenweg 9, D-88690 Ulldingen
Tel. + Fax 07556 - 96 63 86
buero@michael-spars.de
www.michael-spars.de**