



# Nachgefragt und Empfohlen werden

Thomas Müllenholz

**Das Thema Auftragsbeschaffung und kontinuierliche Auftragsauslastung ist für viele Trainer und Weiterbildungsinstitute immer noch sehr aktuell. Warum ist das, trotz einer seit Jahren inflationären Publizierung von Büchern und Methoden zum Thema Marketing, immer noch so?**

Das Wissen zu diesen Themen ist zwar vorhanden, aber es fehlt vielfach an der konsequenten Umsetzung der notwendigen Methoden. Bei vielen Trainern kann längst nicht von einer annähernden Auslastung ausgegangen werden, hingegen brechen Kunden weg, ohne dass diese sofort durch neue ersetzt werden können.

**Betreiben Trainer eine planvolle und systematische Neukunden-Akquisition und eine ebensolche Kundenbetreuung?**

Leider reicht oft die Zeit neben dem eigentlichen Geschäft genau dafür nicht aus. Es ist auch viel eleganter, um dem zunehmenden Preiswettbewerb mehr oder weniger erfolgreich auszuweichen, nachgefragt zu werden und empfohlen zu werden.

Und genau da setzen unsere Aktivitäten bei Trainertreffen Stuttgart an:

**Nachgefragt und empfohlen werden!**

Wir entwickeln gemeinsam in kleinen Arbeitsgruppen zielgerichtete Aktivitäten, um einen Nachfrage-Sog auf die eigene Leistung zu initiieren. Dabei nutzen wir die systematisch aufeinander abgestimmten Marketing-Methoden des Nachfrage-Sog-Systems® (NFS)<sup>1</sup> auf den Grundlagen der EKS®.

**Was bedeutet das konkret für die aktive Trainerpraxis und was steckt dahinter?**

Jeder Teilnehmer einer solchen Arbeitsgruppe arbeitet daran die eigene Leistung aus Kundensicht zu optimieren und auch so darzustellen. Dadurch entstehen Spitzenleistungen die von zufriedenen Kunden weiter empfohlen werden. Durch intelligente Verzahnung mit auf Kundenbegeisterung ausgerichteten „Plusleistungen“ werden Empfehlungen zusätzlich forciert.

Sinnvoll ist außerdem der Einsatz einer Kundendatenbank mit integrierter Kundenhistorie. Sie liefert alle Daten über das Kundenverhalten und dient als Steuerungsinstrument der Auftragsentwicklung.

Über ein abgestuftes Kommunikationsverfahren werden selektierte Zielgruppenadressen potenzieller Kunden klassifiziert in Wissensinteressenten – Kaufinteressenten –

Erstkunden – Stammkunden – Treuekunden, entsprechend ihrem Reifegrad, informiert und kontaktiert.



Die Art der Kommunikation entscheidet darüber, ob man den Interessenten als Kunden gewinnen kann oder den Erstkunden bis zum Treuekunden entwickeln kann, der einen gerne weiter empfiehlt.

**Auftragsvorrat auf Abruf**

Manch ein Trainer hangelt sich zurzeit von einem Auftrag zum anderen und bedient dabei nur die kurzfristigen Auftragschancen.

Dabei werden praktisch zwei Drittel der möglichen Auftragschancen, nämlich die mittel- und langfristigen, verschenkt und der Akquisitionsaufwand unnötig erhöht.

Durch die Bewertung der Kunden im eigenen System weiß man als Betreiber ziemlich genau, welche Kunden die höchsten Erfolgsaussichten bei bestimmten Akquisitionformen bieten. Zielkunden mit einer hohen Abschlusswahrscheinlichkeit bilden einen „Auftragsvorrat auf Abruf“.

**Möglichkeiten zum Ausgleich von Auftragschwankungen**

- Auftragsmix aus Aufträgen mit kurzen und längeren Ausführungszeiten
- Stammkundenpflege
- Persönlicher Kontakt zu Entscheidern und Auftraggebern
- Verkauf und Akquisition schon während der Auftragsausführung
- Marktbeobachtung und Avisierung zukünftiger Projekte
- Beschaffung von Aufträgen mit flexiblen Ausführungsfristen

- Konsequente Planung und Steuerung der Akquisitions-, Beratungs- und Ausführungsleistungen
- Preis- und Konditionspolitik zum Ausgleich von Nachfrageschwankungen
- Auftragsnachbetreuung mit Plusleistungen
- Netzwerkarbeit und Empfehlungsmanagement

**Positionierung im Zielmarkt**

Eine der wesentlichen Grundvoraussetzungen für den effizienten Einsatz dieses praktischen Maßnahme-Pakets ist sicherlich eine eindeutige Positionierung im eigenen Zielmarkt. Als gefragter Profi in einer definierten Zielgruppe spielt der Preis eine untergeordnete Rolle, weil eben eine bestimmte Leistung gefordert wird.

Unterstützend wirkt dabei die Definition messbarer Ziele - qualitativ und quantitativ -, sowie die Realisierung kurz-, mittel- und langfristiger Umsetzungs-Ziele.

**Visualisierung der eigenen Leistung als Prozess – aus Kundensicht**

Gerade Trainer und Berater leiden unter dem „Blackbox-Effekt“ bezüglich der Kommunikation der eigenen Leistung. Der Kunde weiß ja definitiv erst nach der erbrachten Dienstleistung, was er bekommen hat.

Daher ist es für Trainer und Berater besonders wichtig, die Leistung vorher erleben zu lassen und die Inhalte hirngerecht zu visualisieren. Entscheidend sind nicht die perfekte Selbstdarstellung, sondern die Wünsche des Kunden zu bedienen und einen Sog nach dieser Wunscherfüllung zu erzeugen.

**Differenzierteres Angebotswesen und präzise Auftragsklärung**

Viele Trainer leisten beispielsweise aufgrund mangelhafter Auftragsklärung unbezahlte Beratungs- und Mehrleistungen. Abhilfe schafft hier ein Vorschlagswesen in der Angebotsphase, wodurch die Leistung so dargestellt wird, dass der Kunde selbst entscheidet, welchen Nutzen er einkauft. Hierzu müssen die Kunden natürlich vorher befragt werden, damit man Aufschluss über ihre tatsächlichen und latenten Bedürfnisse erhält.

**Thomas Müllenholz**, Jg. 1960, leitet seit 2004 das Trainertreffen Stuttgart. Er ist Trainer und Organisationsberater zur Optimierung von Auftragsabwicklungsprozessen und deren Schnittstellen.

<sup>1</sup> (NFS) Das NFS® ist ursprünglich auf die Zielgruppe „Bauhandwerk“ ausgerichtet. Th. Müllenholz hat dieses System für die Zielgruppe Trainer und Berater modifiziert.

Bei Interesse - auch außerhalb der Region Stuttgart- wenden sie sich bitte an:

**Thomas Müllenholz**  
Mühlgrund 12, 71336 Waiblingen  
Tel. 07151 - 27 21 57  
stuttgart@trainertreffen.de  
www.trainertreffen.de