

Angebotsstrategien für (Jung-)TrainerInnen (2)

Angebote erstellen

René Busch, Marketing und Verkaufstraining

Heute befassen wir uns mit dem Thema: Angebote erstellen. Es sind zum Verständnis einige exemplarische Beispiele aufgeführt.

Das Verfahren

Der Trainingsaufwand wird in mehrere Einzelteile zerlegt. Jeder Teil für sich ist dem Kunden verständlich. Er erkennt den Nutzen und die Notwendigkeit der Einzelmaßnahmen. Gleichzeitig zeige ich ihm auf, was er gewinnt, wenn er bucht - oder was er verliert, wenn er nicht bucht! Die Einzelpreise der Maßnahmen werden aber nicht dargestellt, damit hierüber keine Diskussionen entstehen.

Der Gesamtaufwand wird dann in einem Pauschalpreis festgehalten. Hierbei entsteht ein zusätzlicher Effekt: Die Zahlung des Honorars erfolgt ebenso in pauschaler Weise, z.B. 50 % nach der ersten Maßnahme, und dann jeweils 25 % je nach Fortschritt des Trainings.

Die Preise sind im Prinzip für viele Verkäufer, auch für Trainer oft das größte Hindernis. Bin ich zu teuer, ist es zu viel, kann er das? Generell stelle ich fest, daß gute Trainer viel zu billig verkaufen! Ich habe in den letzten Wochen häufig Tagespreise unter 2.000,- DM festgestellt! Mein Vorschlag: Zeige dem Kunden seinen potentiellen Gewinn, und der Preis des Trainings wird zur Nebensache!

Wie verkaufe ich Bildung?

Ich gehe generell von einem Ansatz wirtschaftlicher Art aus, da hier meine persönlichen Schwerpunkte liegen. Der Verkauf von Bildung ist dann z.B. über zwei Wege möglich.

1. Vorbereiten auf die Zukunft, neue Märkte, Projekte, Produkte umsetzen als Ziel 1.
2. Rettung einer Situation, in die das Unternehmen selbst oder fremdverschuldet geraten ist, als Ziel 2

■ Ziel 1

Vergleich: Jetzt - Zukunft

- 1.1 Ziele entwickeln mit Zeit, Menge und Qualität
- 1.2 Marktchancen ausloten
- 1.3 Marktsituation analysieren
- 1.4 Wege dorthin entwickeln
- 1.5 Maßnahmen und Personenkreis in gewohnter Weise

Der Trainer ist Projektmanager / Prozeßbegleiter. Das Unternehmen wird auf allen Ebenen in die Zielfindung, später in die Zielorientierung eingebunden.

Der Trainer ist in seinen Funktionen hier

gleichzeitig oder nacheinander

- Berater
- Entwickler
- Moderator
- Kontrolleur!

Die Bildung wird hier verkauft durch das Ziel (die Zukunftsvision), das für das Unternehmen mehrere Funktionen erfüllt.

- Marktposition sichern / ausbauen
- Ertrag sichern / ausbauen
- und andere

■ Ziel 2

Der Vergleich soll - ist als Reaktion auf Marktveränderungen

- 2.1 Welche Ziele hatten wir mit Zeit, Menge und Qualität?
- 2.2 Marktsituation analysieren - warum ist der Markt anders entwickelt als wir?
- 2.3 Neue Ziele - alte Ziele verändern
- 2.4 Maßnahmen und Personenkreis

Der Trainer übernimmt die Funktion des Helfers, der das Unternehmen wieder auf den richtigen Kurs steuert. Er ist

- Analytiker
- Moderator
- Kontrolleur

Die Bildung wird hier verkauft durch rasche Hilfe, die der Trainer in das Unternehmen einbringt, um Fehler sofort zu beheben.

Generell kann in diesem Modell von der Vermittlung von Fertigkeiten und / oder Techniken gesprochen werden.

Fragen & Antworten

■ Fall 1:

Frage: Ich habe ein Großprojekt akquiriert in einem Profitcenter einer großen Firma. Es geht um 38 Personen, die trainiert werden sollen im Bereich Kundenfreundlichkeit und Service. Meine Vorstellung sind 5 Seminare pro Halbjahr, à 2 Tage, mit jeweils 20 Personen. Ergibt Summa summarum 20 Tage Training. Meine Honorarvorstellung liegt bei 37.000,-DM. Wie würden Sie hier vorgehen?

3. Die Trainingszeit entzerren. Kein Unternehmen wird seine Mitarbeiter 10 Seminartage im Halbjahr entbehren.

4. Teilnehmerzahl heruntersetzen auf 12.
5. Pro Jahr maximal ein Seminar je Teilnehmer, aber dafür als zweiten Trainingskontakt.
6. Training on the Job, als Lerntransfer mit je 2 Teilnehmern einen Tag
7. Einen halben Tag Erfolgsworkshop pro Seminar.

Gesamtkalkulation	Tage	Preis	ergibt
Analyse	2	800	1600
3 Seminare à 2 Tage	6	3000	18000
Training on the Job	19	2000	38000
3 Workshops	1,5	1000	1500
Erfolgsbesprechung mit Geschäftsleitung	0,5	1000	500
Gesamt	29		59.600

Gekoppelt wird dieses Angebot an einen Drei-Jahresvertrag

■ Fall 2:

Frage: Ich möchte bei einer Firma einen Tag Telefontraining in 1996 durchführen für eine Art Servicebetreuung. Ist der Betrag von 3.000,- DM für einen Tag Training zu hoch?

Antwort: Nein, er ist zu niedrig. Um Transfer und vernünftige Arbeit zu leisten, muß mehr geschehen als ein Tag Training.

Frage: Aber das Budget ist klein!

Antwort: dann verlegen Sie doch einen Teil an den Anfang des Jahres 1997...

Beispiel:

Angebot an eine Firma, bei der die telefonische Betreuung verbessert werden soll

Rahmendaten: 3 Teilnehmer, Maßnahme soll noch in 96 stattfinden, kleines Budget.

Gesamtkalkulation	Tage	Preis	ergibt
Analyse	1	700	700
Training	1	3000	3000
Training on the Job	2	1900	3800
Erfolgsworkshop in 97	1	1000	1000
Gesamt	5		8500

Hier wurde der Auftrag an eine Zusage von drei Jahren gekoppelt mit jeweils 2 Trainingsmaßnahmen. Der Auftrag wurde genauso erteilt. OHNE Preisdiskussion!

■ René Busch gibt im Dezember einen Workshop zum Thema:
Angebotsstrategie für Trainer
 Termin 19.-20.12.96
 s.a. im TKB-Veranstaltungskalender