

Nutze den Wind unter Deinen Flügeln...
- Kernkompetenzen entdecken und vermarkten -



*Nicht woher der Wind weht ist entscheidend,
sondern wie Du auf dem Wind fliegen kannst!.*

Nutze den Wind unter Deinen Flügeln...

Konzeption von Dienstleistungen



Beratungsleistungen / Coaching = Dienstleistungen

- **immaterielle, nicht greifbare Produkte,**
man kann sie nicht besitzen, der Kunde kann vor dem Kauf keine Vergleiche anstellen!
Qualität kann vor dem Kauf nicht geprüft werden!
- **verderblich, nicht lagerfähig, nicht transportabel, nicht wiederholbar**
man kann nicht auf Vorrat produzieren, ihr „Wert“ besteht nur während der Erbringung
- **Produktion und Konsumption fallen zusammen,**
der Kunde kann die Ware nicht umtauschen oder zurückgeben
- **stark an Personen gebunden,**
von Menschen erbracht und untrennbar mit diesen verbunden, **Vertrauensgut**
- **der Kunde ist an der Erbringung beteiligt**
Qualität abhängig von Kompetenz / Tagesform des Beraters und/oder Kunden,
beide unterliegen Leistungsschwankungen

Nutze den Wind unter Deinen Flügeln...

Herausforderung im Bildungs- und Beratungsmarkt (2)

- **zu große Vielfalt an Anbietern und Produkten,**

öffentliche Einrichtungen (z.B. Hochschulen), Wirtschaftseinrichtungen,
„Einzelkämpfer“ wie Berater, Supervisoren, Coaches, Mediatoren, etc.

- **Austauschbarkeit von Leistungen / Angeboten**

z.B. Coaching (325.000 Seiten auf Deutsch bei Google in Kombi mit Suchbegriff Frankfurt)

⇒ **Vielfalt des Angebots und mangelnde Qualitätsstandards
verunsichern potenzielle Auftraggeber!**

Nutze den Wind unter Deinen Flügeln...

Bedeutung für das Marketing von Beratungsleistungen / Coaching

„Make the intangible tangible“

Theodore Levitt

Kaufrisiko des Kunden senken durch:

- konkrete Beschreibung des **Kundennutzen** schon vor dem Kauf
- **Leistung „materialisieren“**, Produkt faßbar machen, Entscheidungsgrundlagen liefern
z.B. Coaching-Konzept beschreiben, Fachartikel schreiben, Referenzprojekte, etc.
- **Ersatzindikatoren zur Qualitätsbeurteilung vor KE aufbauen**,
z.B. aussagekräftiges Beraterprofil, Referenzen (=Testimonials), Verhalten im schriftl.
und telefon. Kontakt (Zuverlässigkeit, Erreichbarkeit), Auftreten
- **positives Image / Bekanntheit** aufbauen durch Presseartikel, Vorträge, etc.
- in Weiterbildung investieren, auch der Mitarbeiter

Kernaufgabe für wirtschaftlichen Erfolg: Entwickeln eines individuellen Profils!

Nutze den Wind unter Deinen Flügeln...



Profilierung

Profilierung = Marktpositionierung = zentrale Marketingaufgabe

Aktive Festlegung, welchen Platz man in der Vorstellungswelt der potentiellen Kunden erringen will!

Eine erfolgreiche Positionierung muß:

- **besonders** sein, Ausschnitt des Stärken / Schwächenprofils betonen
- **glaubwürdig** sein, zu Ihnen passen
- in den Augen Ihrer Kunden **attraktiv** sein,
- am Bedarf orientiert
- eindeutig vom Wettbewerb abgegrenzt.

Differenziere oder verliere - ein Engel im Himmel fällt keinem auf!!

Nutze den Wind unter Deinen Flügeln...

Marktpositionierung



Ihr JOB:

- eigene Kernkompetenzen kennen und definieren,
- Zielgruppe definieren / beschreiben, **Bedürfnisse** im Markt erkennen, Türöffner finden,
- wichtigste emotionale **Kaufmotive** für Ihre Leistung kennen,
- **USP Ihrer Leistung entwickeln** (Marktdifferenzierungsmerkmal),
- **Wettbewerbsanalyse** (Wer macht Was, Womit, für Wen, zu welchem Preis ???)
- **adäquate Preisgestaltung** (auch im Hinblick auf Wettbewerbsumfeld)

Erst dann: Und wie erfährt der Markt von mir!!?!?!

Nutze den Wind unter Deinen Flügeln...

Grundlegende Fragen im Marketing



Was kann ich? **Was kann ich besser als andere?**

Welches Produkt will ich verkaufen?

Wem will ich das verkaufen?

Welchen Nutzen biete ich dem Kunden durch mein Produkt?

Welche Leistungen bieten die Wettbewerber?

Wie erfährt der Markt von mir?

Nutze den Wind unter Deinen Flügeln...



Profit durch Profil

*Spezialisieren ist die Zukunft!
Wer überall gebraucht wird, ist nirgendwo der Richtige!*

Vorteile der Spezialisierung

- **Kernkompetenz** ist griffig, der Nutzen ist glaubwürdiger, höher
- in der Zielgruppe kann schnell **Bekanntheit und Image** aufgebaut werden
- **geringere Produktentwicklungskosten**
- Kompetenzvorsprung erzeugt **hohe Kundenbindung**, Empfehlungen
- Kundenbindung und intime Marktkenntnis bildet **Marktbarriere für Mitbewerber**
- Spezialwissen rechtfertigt **höhere Preise**

Aber:

Hüte Dich vor Scheinpositionierungen, wichtig: Glaubwürdigkeit und Authentizität!

Nutze den Wind unter Deinen Flügeln...



Profit durch Profil

Spezialisierung auf :

- **Kernthemen,**

z.B. Zeitmanagement (Prof.Lothar Seiwert)

Vorsicht: Nicht verzetteln! Man kann sich nur auf eine Sache glaubwürdig spezialisieren! (z.B. Mediation oder Führung)

- **auf Zielgruppen:**

- auf **Branchen** (z.B. Winzer, Apotheker, Ärzte, etc.)
- auf **Unternehmenskulturen**, z.B. Familienunternehmen, Start-Up-Unternehmen
- **Hierarchien**
- **Abteilungen** (z.B. F&E, Marketing, Vertrieb, etc.)
- Berufsgruppen (Sekretärinnen, Meister, etc.)
- etc.

- **auf Methoden (aber: nicht das Standard-Repertoire!)**

Nutze den Wind unter Deinen Flügeln...

Kernkompetenzen: Was kann ich? Was will ich?

Die Fähigkeiten und Tätigkeiten, die einen Anbieter glaubwürdig auszeichnen, die er besser beherrscht als seine Wettbewerber!

Fachliche Fähigkeiten, erworben

- durch Aus- und Weiterbildungen (Fach-, Methoden-, Sozialkompetenz),
- durch Zusammenarbeit mit bestimmten Personengruppen
(z.B. sicherheitsorientierte Beamte, kreative Chaoten, gezielte Planer),
- bei der Lösung von Aufgaben / Problemen bei der Arbeit

persönliche Stärken:

Humor, Provokation, Einfühlungsvermögen, Halt bieten können, Begeistern können, Entscheidungen herbei führen können, etc.

oder die **Kombination** aus allem!

Nutze den Wind unter Deinen Flügeln...

Kernkompetenzen finden, Stärkeprofil entwickeln

Folge Deinem eigenen Stern!

- Werden Sie konkret, erarbeiten Sie ihr **eigenes Profil!** Seien Sie der, der Sie sind!
„systemisch reicht nicht“, „Psychologe ist keine Kernkompetenz“
- **Finger weg von Aktionen in denen Sie nicht Spitze sind!** Was Sie gut und gerne tun macht Sie auch erfolgreich!
Eine Stärke ist das, worin man stark ist, nicht Durchschnitt!
- ACHTEN Sie auf Ihre **Leidenschaftssätze!** Wofür brennen Sie?
- Worin haben Sie umfangreiche **praktische Erfahrung** gesammelt?
- Was wollen Sie erreichen? Was sind Ihre **Ziele für die nächsten 5-10 Jahre** ?
z.B. Umsatzsteigerung, Zufriedenheit, Bekanntheit, Kundenbindung, etc.
- Was sind Ihre **Werte**? Woran glauben Sie?
- Was ist Ihre **Mission**? Welche Bedürfnisse wollen Sie erfüllen? Was tun Sie dafür? Wofür stehen Sie? Was würde der Welt fehlen, wenn es Sie nicht geben würde?