

Dialog gewinnt: Wie Trainer neue Kunden finden und „alte“ binden.

von Hanspeter Reiter

Knackpunkt Akquise

Beate Bandler * versteht die Welt nicht mehr: Vor Kurzem als Kommunikations-Trainerin noch bestens ausgelastet, schrumpft ihr Auftragspolster über Nacht auf gerade mal 22 Seminartage. Ein Horror-Szenario, wie es viele freiberufliche Trainer und Dozenten immer wieder erleben, ob neu im Markt oder alte Hasen: Wer ist wirklich gefeit gegen Nachfrage-Rückgang, Kunden-Insolvenz und Wechsel des Ansprechpartners? Einen Plan B zu haben, erleichtert die Akquise enorm:

Volatile Auftragslage

„Kursschwankungen“ sind nun auch in der Realwirtschaft angekommen, für Weiterbildner verstärkt durch die viel zitierte „Contra-Spirale“: Geht es Unternehmen gut, steht Geld für Weiterbildung zur Verfügung, doch fehlt die Zeit. Gehen die Umsätze zurück, wäre Zeit vorhanden – doch nun fehlt es an Geld... Gleiches empfinden viele Trainer, sobald es ums Akquirieren geht: Manchen fehlt's am Marketing-Budget, Anderen an der Zeit für eigenen Einsatz – oder gar an Beidem.

Akquise einfach so nebenbei

Tatsächlich lassen sich viele Maßnahmen nebenbei realisieren, mit wenig Zeit und wenig Geld. Lassen Sie sich anregen von dem, womit Kollegen bereits erfolgreich sind:

- Schnuppern lassen bringt Kontakte: Komprimieren Sie eines Ihrer Themen von zwei Tagen auf zwei Stunden. Bieten Sie dieses Format für Verbände und auf Messen an. Oder Sie platzieren Ihr Know-how als Interim-Manager im Unternehmen.
- Gezielter Dialog macht Kontakte zu Kontrakten: Wählen Sie aus Ihrem CRM (Kontakt-Management-Software, Outlook oder Google) jene mit Chancen für Aufträge und sprechen Sie diese Wenigen gezielt an, am besten per Telefon.
- Softes Angebot bringt harte Euros: Halten Sie ALLE Kontakte an der langen Leine, indem Sie Artikel-pdf anbieten und auf relevante Infos hinweisen: Auch starker Start am Telefon!

Das „Kupfern“ solcher Ideen wird Ihnen leicht gemacht, wenn Sie sich in Ihren Netzwerken

umhören und Ihre Fachzeitschriften lesen, auf Reisen und abends im Seminarhotel.

...wenn das Gute liegt so nah?

Worum geht es letztlich? Schlicht das zu tun, was Sie bestens können, wenn Sie als Weiterbildner unterwegs sind: Kommunizieren (Dialog!), Inhalte vermitteln (kürzer oder länger), Teilnehmer motivieren – und: Auftraggeber! Apropos, viel zu häufig denken wir daran, unbedingt neue Kunden gewinnen zu müssen. Doch wieviel einfacher ist es, überzeugte Kunden anzusprechen, statt „Kalt-Akquise“ zu betreiben. Dazu zählt die berühmte Gretchenfrage, die für uns Trainer lautet: „Wer sonst könnte denn an meiner Leistung interessiert sein, lieber Kunde?“ oder auch „Wem würden Sie denn meine Trainings gönnen wollen?“ Vergessen Sie dabei, dass mancher Kunde Sie eifersüchtig für sich behalten möchte: Empfehlen darf er Sie!

Der Akquise-Dreisatz

Was immer Sie wählen, aus der Vielfalt der Chancen, den „Opportunities“ aus der bekannten SWOT-Analyse: Es gilt immer, darüber zu sprechen und es dann zu tun:

1. Sagen Sie's, Kunden wie Kollegen! Das geht humorvoll: „Ich bin zwar voll beschäftigt, könnte jedoch ein paar Aufträge mehr gebrauchen!“ Gehört von einem Mediator.
2. Fragen Sie! Wenn Sie unsicher sind, was Sie wie angehen sollten, helfen Ihnen Kollegen, Freunde, Familie – oder Berater wie ich ☺ ...
3. Machen Sie's! Das kennen Sie: Nehmen Sie sich eines vor, setzen Sie's innert 72 Stunden um. Reflektieren Sie die Ergebnisse, dann: weitermachen, ändern/anpassen oder was Anderes machen! Viel Erfolg damit... Ach ja:

Na also, geht doch!

Beate Bandler * hat ihr Problem gelöst: Bei ihrem Lieblingskunden sind weitere Themen in anderen Abteilungen platziert, bei zwei weiteren kommt On-the-Job-Begleitung dazu. Mit einem Interim-Einsatz als Führungskraft hat sie ihr Entree in einer neuen Branche...

© Hanspeter Reiter 2010 *Fantasiename

Autor:

Hanspeter Reiter ist seit drei Jahrzehnten als Führungskraft, Trainer, Berater und Interim-Manager für Marketing und Vertrieb unterwegs. Er hat u.a. an die 2.000 Außendienstler und Telefonmitarbeiter für Verlage und Finanzunternehmen weitergebildet. Er ist Autor u.a. der Bücher Effektiv telefonieren (GABAL-Verlag), Akquise einfach so nebenbei (businessVillage), Handbuch Marketing für Weiterbildner (beltz) und diverser Fachartikel zu Kommunikations- und Marketing-Themen (z.B. Input-Verlag). Ehrenamtliche Einsätze als IHK-Prüfer Kaufleute für Marketingkommunikation und als Vorstand GABAL e.V.

**Marketingberatung**

Hanspeter Reiter

Hochstr. 11a

86842 Türkheim

Tel. +49 (0) 8245-966347

Fax. +49 (0) 8245-966349

E-Mail: reiterbdw@aol.comwww.reiter-medienconsulting.de