

Kommunikation und Marketing

Wie gehe ich auf den Bürger zu und vermittele fachliche Inhalte angemessen?



Edgar Haupt, Dipl.-Ing., Zertifizierter Coach

Marketingberater und Coach für Architekten und Ingenieure
aufBau Marketing und Coaching, Köln, www.aufbau.biz
www.zukunftswerkstatt-architektur.de

<p>aufBau Marketing und Coaching</p>	
<h2>UnternehmensCheck 2010</h2>	
	
<p>Erfolgreich Märkte gestalten – branchengerechte Angebote für Architekten, Ingenieure, Designer</p>	

Menschen erreichen ...

Bürger bei ihren persönlichen Wünschen
„packen“

– und dann auch Wünsche wecken auf mehr.

Menschen erreichen ...

Bürger bei ihren persönlichen Wünschen
„packen“

– und dann auch Wünsche auf mehr wecken.

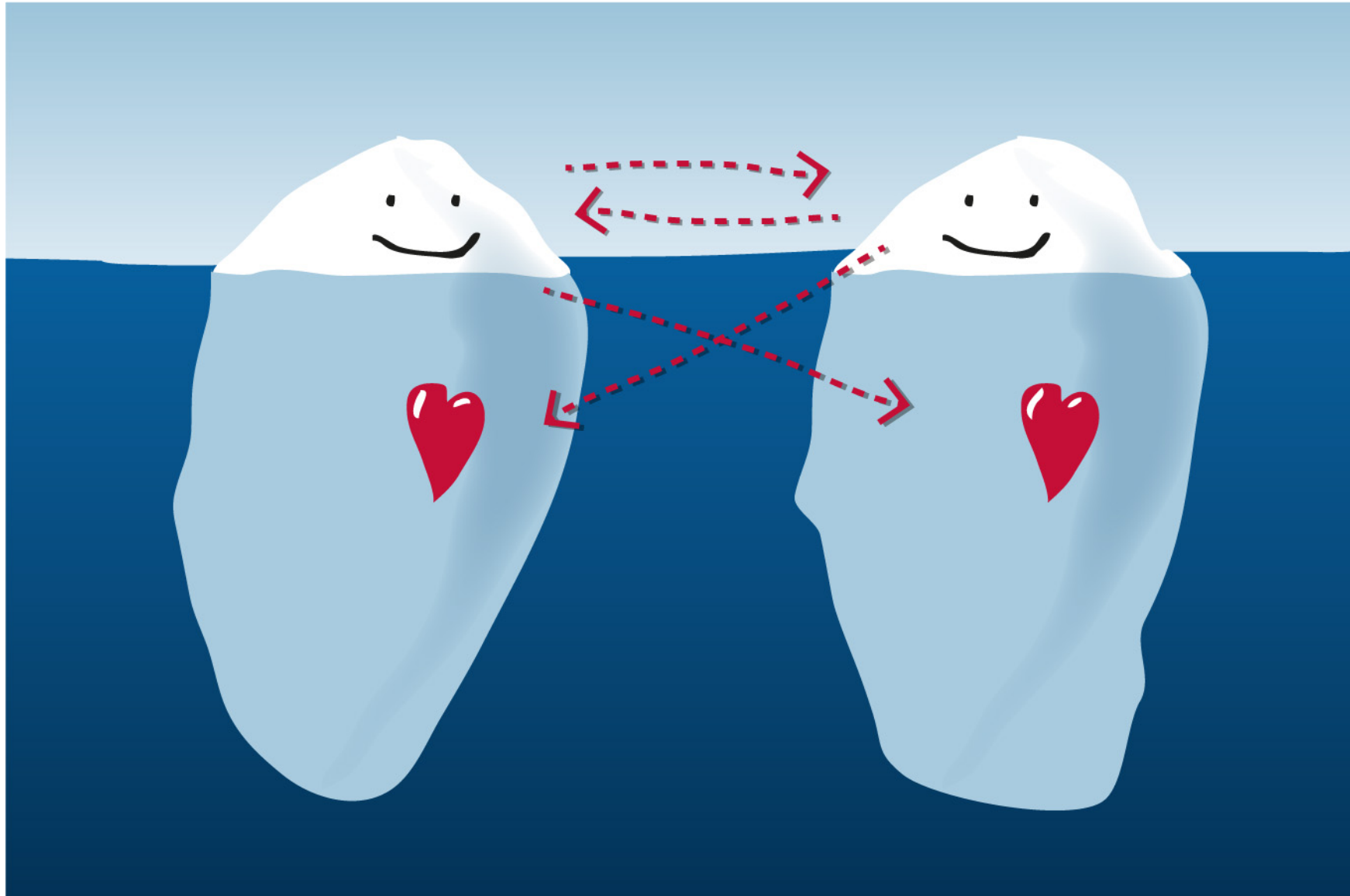
Menschen gewinnen über **Nutzen** und
Lebensqualität!

Wie gehe ich auf den
Bürger zu...?

Eine Frage der **Haltung**
und **Technik**.

Kommunikationspsychologie

Das Eisbergmodell.



Motive (Werte) erkennen und erreichen...

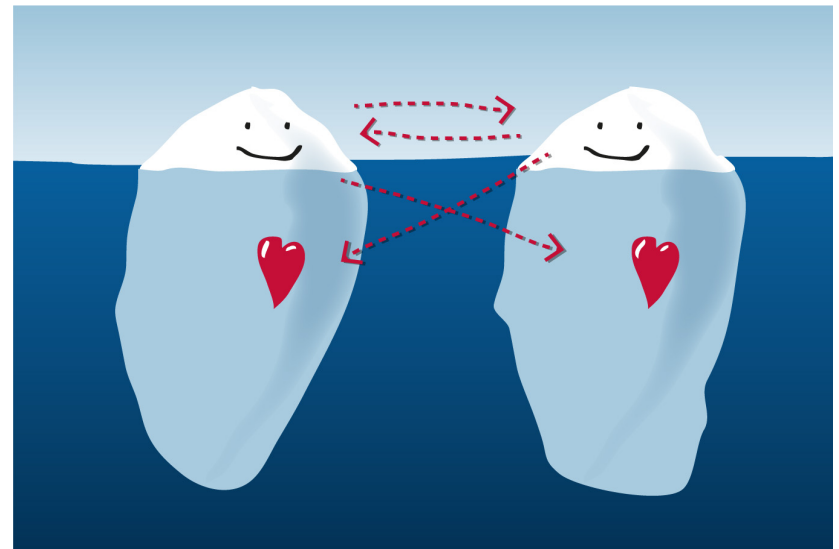
Die Grundmotive des Menschen:

- Sicherheit
- Bequemlichkeit
- Prestige / Status
- Gewinnstreben
- Ökologie

Wie gehe ich auf den
Bürger zu und vermittele
fachliche Inhalte
angemessen?

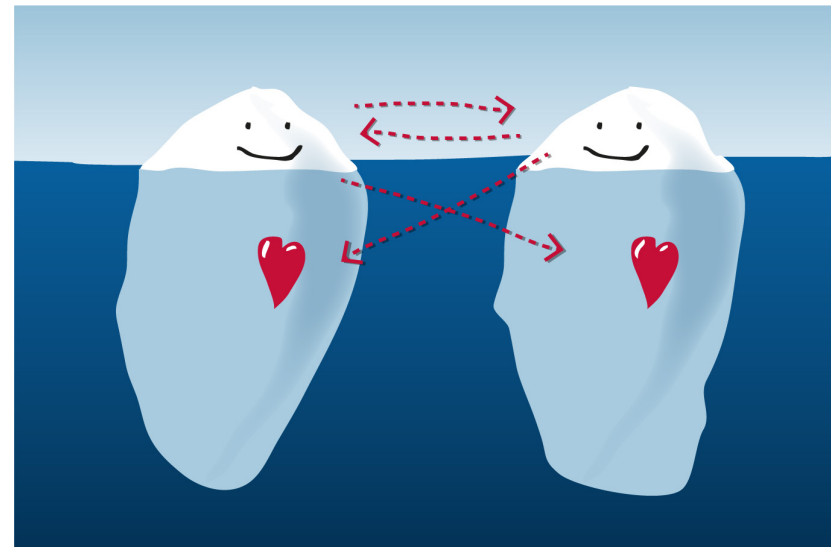
über der „Wasserkante“:

- fragen, fragen, fragen
- aktiv zuhören
- Wünsche sortieren
- Angebote machen
- konkrete Wege aufzeigen
- Nutzen beispielhaft belegen



unter der „Wasserkante“:

- Verständnis zeigen
- Vertrauen gewinnen
- Kompetenz beweisen
- Unabhängigkeit darstellen
- Parteiigkeit für Bürger glaubwürdig „rüberbringen“



Wirken durch Persönliche Überzeugungskraft

Worte: < %

Stimme: < %

Körpersprache: < %

Wirken durch Persönliche Überzeugungskraft

Worte: < 7 %

Stimme: < 38 %

Körpersprache: < 55 %

Sie sind dran – Übung: „Erfolgsgeschichte“

Sie begegnen einem interessierten Bürger im Fahrstuhl und haben 30 Sekunden Zeit, ihn von Ihrem Beratungsangebot zu überzeugen.

Kriterien: „Erfolgsgeschichte“

Was / Wer: sachliche Beschreibung des Angebots und Vorstellung des Anbieters

Wie: das Angebot richtig nutzen

Wozu: Qualitäten, Gewinn

Übung: „Erfolgsgeschichte“ – **jetzt machen!**

Sie begegnen einem interessierten Bürger im Fahrstuhl und haben 30 Sekunden Zeit, ihn von Ihrem Beratungsangebot zu überzeugen.

Kleingruppe bilden

5 Minuten Vorbereitung (jeder für sich)

30 Sekunden Präsentation in Gruppe

Feedback Gruppe

„Erfolgsgeschichte“ – richtig informieren

sachlich klar und **emotional**
ansprechend

30 – 3 – 30

richtig verstanden werden –

30 Sekunden – 3 Minuten – 30 Minuten

- auf den Punkt kommen
- Information takten, um Verständnis zu erhöhen und akzeptiert zu werden
- Pausen für Empfänger – Wirkung und Zustimmung erhöhen
- gut ankommen

Marketing

für die Dienstleistung
Beratung werben

Eine alte Verkäuferweisheit zeigt den Weg ...

Kunden kaufen **Leistungen**,
die sie **brauchen**,
bei **Menschen**, die sie
mögen.

Marketing von Dienstleistungen

- Fachlich kompetent und qualitativvoll informieren
- Motive / Werte bedienen
- Empfehlungen aussprechen (empfohlen werden)
- Bürger mit Experten zusammenbringen (vernetzen)
- Präsenz zeigen
- gute Geschichten erzählen

Gute Geschichten erzählen ...

3 Faustformeln:

- **30-3-30** – Informationen takten
- **Fakten-Lösungen-Nutzen** –
Kriterien Erfolgsgeschichte einsetzen
- **Werthaltige Bilder** – Motive bedienen

Schauen Sie dem Bürger ins Gesicht –
und sehen Sie was dahinter steht.

