

Tipps & Tools für Trainer und Coaches

Die Katze im Sack verkaufen

Den neuen Sportwagen fahren wir Probe, einen edlen Tropfen degustieren wir vor dem Kauf. Bildungsleistungen hingegen sind schlecht greifbar. Wie schaffen es Trainer und Bildungsinstitutionen das nötige Vertrauen der Kunden zu gewinnen?

Die Bildungsbranche erscheint auf den ersten Blick sehr attraktiv. Mit vergleichsweise wenig Investitionen erfolgt der Markteintritt. Angebote sind schnell platziert aber die Kunden wollen nicht anbeissen. Ihnen fehlt das nötige Vertrauen in den neuen Anbieter. Denn wer gibt schon gerne mehrere Tausend Franken aus, für ein schlecht greifbares Produkt, das meist im Vorfeld zu bezahlen ist und ohne jegliche Garantie-

versprechen und Umtauschmöglichkeit daher kommt?

Bildung ist ein Empfehlungsgeschäft

Je komplexer und grösser ein Markt ist, umso mehr vertrauen Menschen Empfehlungen. Gerade der Bildungsmarkt mit seinen vielen Facetten lebt davon. Empfohlen wird man von begeisterten Kunden, welche dem neuen Player auf dem Markt aber noch fehlen. Somit sehen sich junge Trainer und Bildungsinstitutionen gleich mit zwei Herausforderungen konfrontiert: Fehlende Empfehlungen und mangelndes Vertrauen der Kunden. Und dies oft noch vor dem Hintergrund schlechter Marketingkenntnisse. Die Katze bleibt somit im Sack und findet keine Abnehmer.

Vertrauen kann gewonnen werden

Oft dauert es vom Erstkontakt bis zum Vertragsabschluss viele Monate, manchmal sogar Jahre. In dieser Verkaufphase gilt es das Vertrauen der Kunden zu gewinnen. Seien Sie transparent und ehrlich. Zeigen Sie, dass Sie nichts zu verbergen haben und verzichten Sie auf Kleingedrucktes. Laden Sie Ihre Kunden zu Probeaktionen ein, bringen Sie diese mit aktuellen Seminarteilnehmenden zusammen. Und denken



SOMMERAKADEMIE
2013

Erleben Sie Daniel Herzog live an der Sommerakademie 2013 zu den Themen «Homepage, Newsletter, Facebook & Co. – Kunden gewinnen mit Online-Marketing» und «Bildung braucht Marketing – Praxisseminar für Bildungsanbieter».
www.diesommerakademie.ch

Sie daran, so lange es dauert bis das Vertrauen aufgebaut ist, so schnell kann es wieder zerstört sein. Ihr Marketingdenken sollte mit dem Kaufentscheid und Vertragsabschluss nicht beendet sein. Die Qualitätswahrnehmung Ihrer Kunden findet in erster Linie während des Seminars statt. Diese werden ihre positiven Eindrücke gerne weiter erzählen und die Katze im Sack für künftige Kunden greifbarer machen.

DIE KATZE AUS DEM SACK LASSEN

Mit diesen Massnahmen gewinnen Sie das Vertrauen Ihrer Kunden:

- Transparenz
- Ehrlichkeit
- Informationsveranstaltungen
- Beratungsangebote
- Probeaktionen
- Referenzlisten
- Testimonial
Beispiel: www.lernwerkstatt.ch/kundenstimmen
- Prüfungsstatistiken
- Kundenzufriedenheitsstatistiken
Beispiel:
www.lernwerkstatt.ch/feedback
- Qualitätslabel, z.B. eduQua

Daniel Herzog



Daniel Herzog ist seit 25 Jahren mit den Kernkompetenzen Bildungsmarketing und Didaktik/Methodik in der Erwachsenen-

bildung tätig. Er unterrichtet bei der Lernwerkstatt Olten in den Lehrgängen SVEB-Zertifikat, Ausbilder/in mit eid. Fachausweis, Berufsbildner/in, Ausbildungsleiter/in mit eid. Diplom und im DAS Bildungsmanagement.

lernwerkstatt

Tel. +41 62 291 10 10
www.lernwerkstatt.ch