

Bildungsmarketing

Inhalt von "Fette Beute für Trainer und Berater"
- Bernhard Kuntz

0. Einleitung/Vorwort

1. Bildung und Beratung vermarkten und verkaufen

1.1. Verkaufen ist nicht gleich verkaufen.....	15
1.2. Die Katze im Sack verkaufen	20
1.3. Verkaufen ist ein Prozess	26
1.4. Vertriebssteuerung ist eine Managementaufgabe.....	31

2. Das eigene Marketing- und Vertriebssystem entwickeln

2.1. PROfi – Wofür bin ich der Spezialist?.....	39
2.1.1. Was kann ich? (Zum Beispiel gut präsentieren oder brillant analysieren?)	39
2.1.2. Welche Stärken habe ich? (Zum Beispiel Gespräche in Großgruppen moderieren oder Großprojekte steuern?).....	59
2.1.3. Was will ich? (Zum Beispiel schnell reich werden oder abends zu Hause sein?).....	66
2.1.4. Wofür könnte ich der Spezialist sein? (Zum Beispiel für das Schulen von Lagerarbeitern oder das Coachen von Finanzvorständen?).....	78
2.1.5. Wer könnten meine Kunden sein? (Zum Beispiel Winzer oder die Vertriebsmannschaften von Versicherungen?).....	85
2.1.6. Welche Leistungen könnte ich meinen Kunden anbieten? (Zum Beispiel das Entschärfen von Konflikten oder das Begleiten von Fusionen?)	92
2.2. PROFil – Wie präsentiere ich mich meinen Kunden?.....	98
2.2.1. Wer sind meine Kunden? Wofür bin ich der Spezialist?	98
2.2.2. Wie präsentiere ich mich nach außen?.....	104
2.2.3. Was unterscheidet mich von meinen Mitbewerbern? Was sind meine zentralen Verkaufsargumente?	111
2.2.4. Welches Honorar verlange ich?.....	119

2.3. PROdukt – Was verkaufe ich meinen Kunden?	125
2.3.1. Welche Produkte biete ich meinen Kunden an? Wie kann ich meine Leistungen so weit wie möglich materialisieren?	125
2.3.2. Welche Produkte stelle ich in mein Schaufenster und welche ins Lager?	135
2.4. PROzess – Wie arbeite ich effektiv?.....	142
2.4.1. Welche Teilgruppen meiner Kunden bearbeite ich aktiv? Welche lasse ich links liegen?.....	142
2.4.2. Welches Ziel verfolge ich bei meinen Marketing- und Vertriebsaktivitäten?	152
2.4.3. Wie integriere ich das Marketing und den Vertrieb in meinen Arbeitsalltag?.....	159

3. Die Kunden zur Kaufentscheidung führen

3.1. PROMotion – Wie komme ich in Kontakt mit meinen Kunden?	173
3.1.1. Wie vermittele ich potenziellen Kunden, dass es mich gibt?.....	173
3.1.2. Wie wecke ich das Interesse von Noch-nicht-Kunden an mir und meinen Leistungen?.....	189
3.2. PROFit – Wie fahre ich die benötigten Aufträge ein?	203
3.2.1. Wie überzeuge ich Interessenten, dass ich ihnen den erhofften Nutzen biete?	203
3.2.2. Wie bereite ich eine (firmeninterne) Verkaufspräsentation vor?.....	219
3.2.3. Wie stelle ich sicher, dass ich den Auftrag erhalte?.....	229

4. Heute den Erfolg von übermorgen sichern

4.1. PROgression – Wie sichere ich die Zukunft meines Unternehmens?	239
4.1.1. Wie komme ich an Folgeaufträge, zusätzliche Aufträge und Empfehlungen?	239
4.1.2. Wie stelle ich sicher, dass ich auch morgen noch fit bin?.....	246