

## „Innere Kompetenz“ - Die Basis für Ihr eigenes Netzwerk

Viele Wege führen zum Kunden: horrende Summen an Firmenbudgets, tausende von Stunden an Energie und Arbeitszeit, eine ganze Branche lebt davon: Die Werbung. Für bestimmte Branchen und Produkte sinnvoll und notwendig, stellt sich dennoch die Frage: „Ist dies der einzige Weg für neues Geschäft?“ Werdet „Netzwerker“, sagen andere, macht network marketing. Die Idee ist gut. Viele Unternehmen schließen sich zusammen, vervielfachen dadurch ihr Kundenpotenzial und empfehlen sich untereinander. Schon können Sie sich nicht mehr vor Aufträgen retten! Stimmt´s? Nein? Nicht immer? Es ist wie das „Warten auf Godot“? Keiner kommt? Woran liegt´s?

### Mit Druck zum Kunden

Kampfpreise, Hochglanzprospekte, tolle Internetauftritte, aggressive Empfehlungsname, etc., jedes Unternehmen versucht, sich ein Stück vom Kuchen abzuschneiden. Gerade in Branchen mit Verdrängungswettbewerb sind diese Methoden gängige Praxis. Das Grundprinzip ist der Verkauf – DRUCK. Druck ist jedoch immer mit mehr oder weniger hohem Energieaufwand verbunden und impliziert oft Gegendruck. Bis hin zu psychologischen „Überzeugungstechniken“ werden alle Register gezogen, um den Kunden „an Land zu ziehen“. Auch „Network marketing“ ist ein solches Instrument, zumindest, wenn regelmäßige Empfehlungen von Ihnen erwartet werden. Schon entsteht wieder Druck. Dieser Weg kann kurzfristig sogar funktionieren, aber eine langfristige, von selbst laufende Kundengewinnung entsteht hierdurch nicht. Deshalb verschwinden viele Network – marketing – Firmen meist kurzfristig wieder von der Bildfläche.

### Lassen Sie uns träumen

Ihr jährliches Werbebudget liegt 70 % unter dem Branchendurchschnitt und beschränkt sich dabei mehrheitlich auf Maßnahmen zur Kundenbindung. Die von selbst laufende Nachfrage nach Ihrem Produkt / Ihrer Dienstleistung ist größer als Ihr Angebot. Sie können unter den Anfragen neuer Kunden auswählen und sich Aufträge aussuchen, die Spaß machen und beiden Beteiligten Nutzen und Gewinn bringen... Wunschen Sie dazu, dass diese Vision Wirklichkeit wird?

### Wie „Innen, so außen“

Der Schlüssel liegt in Ihnen selbst: Kundengewinnung beginnt bei Ihnen und Ihrem Unternehmen. Akquisition und Kundengewinnung hat viel mit Ausstrahlung zu tun. Ausstrahlung wiederum hat seine Wurzeln in den eigenen Denkweisen, der eigenen Kompetenz, den eigenen Unternehmenswerten, dem eigenen Selbstvertrauen.

Denn, wenn Sie aus einem Bewusstsein des Mangels heraus denken, in einem Verdrängungswettbewerb stecken und vielleicht nicht gerade ein extrovertierter, andere begeisternder Unternehmer sind, werden sie automatisch mit Druck, hohem Aufwand und externen Hilfsmitteln versuchen müssen, Kunden zu gewinnen. In diesem Fall helfen aber auch Netzwerke nur bedingt weiter. Anders, wenn Sie sich Ihrer Sache sicher sind, Kompetenz und Selbstbewusstsein ausstrahlen und wissen, dass die Kunden durch Ihr Produkt / Ihre Dienstleistung einen außergewöhnlichen Nutzen haben.

### Das Geheimnis der „inneren Kompetenz“

Beispiel Fitnessbranche: Tausende von Studios haben in den letzten Jahren eröffnet. Das eine mit Sauna, das andere mit Dampfbad. Das eine mit Aerobic, das andere mit Pilates. Das eine für Otto Normalverbraucher, das andere für Hard Core Body builder. Jedes Studio meint, mit

seiner Ausrichtung ein umwerfendes Alleinstellungsmerkmal zu besitzen. Meist weit gefehlt. Die Nagelprobe kommt dann, wenn in der Nachbarschaft ein neues Studio eröffnet. Halten die Alleinstellungsmerkmale? Oft nicht, denn sie sind nicht eindeutig genug. Dieses Beispiel gilt für viele Branchen und viele Unternehmen. Umgekehrt gilt: *Je eindeutiger ein Produkt, ein Alleinstellungsmerkmal von Haus aus ist, desto einfacher ist die Kundengewinnung.*

### **Machen Sie etwas anders, als die Anderen**

Haben Sie den Mut, kreativ an die Sache ranzugehen! Oft geben erst Ergänzungen, Kombinationen mit anderen Produkten oder Dienstleistungen den entscheidenden Kick für eine selbst laufende Nachfrage. So könnte ein Studiobesitzer zum Beispiel sein Fitnessangebot mit einem echten personal coaching, bis hin zur Lebensberatung kombinieren und so einen ganzheitlichen Ansatz bieten. *Bauen sie sich Ihre eigene Marke auf, Ihr unverwechselbares Profil.*

Ein weiterer wichtiger Faktor für „innere Kompetenz“ ist die ständige Lernbereitschaft. Der Wille, sich selbst und sein Produkt / seine Dienstleistung ständig weiter zu entwickeln, zu optimieren. Hieraus entsteht die eigene innere Überzeugung für seine Berufung, die innere Kraft und damit die erforderliche Ausstrahlung, Kunden zu begeistern und anzuziehen. Wenn Ihnen das gelingt, entsteht eine Sogwirkung. Der richtige Kunde ist plötzlich da – woher auch immer.

### **Schaffen sie sich Ihr eigenes Netzwerk**

Die „innere Kompetenz“ wird Ihnen auch Wege eröffnen, die Ihnen Chancen zur weiteren Unternehmensentwicklung bieten. Sie werden mit Menschen zusammengeführt, mit denen Sie auf einer Wellenlänge sind. *Haben sie den Mut, sich hieraus Ihr eigenes Netzwerk zu gestalten.* Die Gestaltung kann vielfältig sein. Gründen Sie mit sich ergänzenden Gewerken oder Dienstleistungsbetrieben ein Kompetenzzentrum. Schaffen Sie Ver

bindungen von Menschen und Unternehmen, die den Ehrgeiz haben, ihren Kunden eine optimale Leistung zu bringen. Starten Sie eine Seminarreihe und knüpfen Sie darüber neue Kontakte. Schreiben Sie Fachartikel und interessieren Leser für Ihre Gedanken.

Können Sie sich vorstellen, dass diese Aktivitäten zu interessanten Kontakten und Kundenverbindungen führen? Dass sie preiswerter sind, als eine groß angelegte Werbeaktion, dass sie zielführender sind, als die Nummer 4.812 in einem Netzwerk zu sein? Ja, denn es ist IHR WEG. Viel Freude bei der Umsetzung.

Heinz Steudemann

### **TRIACON Gesellschaft für Unternehmensberatung mbH**

Fürstenrieder Strasse 279a  
81377 München  
Tel.: 089-74120122  
Mail: [info@triaconpro.de](mailto:info@triaconpro.de)