

[Read free ebook] Die Katze im Sack verkaufen: Wie Sie Bildung und Beratung mit System vermarkten - offline und online (Edition Training aktuell)

## Die Katze im Sack verkaufen: Wie Sie Bildung und Beratung mit System vermarkten - offline und online (Edition Training aktuell)

Von Bernhard Kuntz

ePub | \*DOC | audiobook | ebooks | Download PDF



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrank: #337733 in BcherVerffentlicht am: 2013-11-11Abmessungen: 9.37 x .67b x 6.57l, Einband: Taschenbuch320 Seiten | File size: 23.Mb

Von Bernhard Kuntz : Die Katze im Sack verkaufen: Wie Sie Bildung und Beratung mit System vermarkten - offline und online (Edition Training aktuell) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Die Katze im Sack verkaufen: Wie Sie Bildung und Beratung mit System vermarkten - offline und online (Edition Training aktuell):

Kundenrezensionen  
 Hilfreichste Kundenrezensionen  
 2 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Ein "Must-Have" für jeden Berater  
 Von Oliver Auch wenn Hr. Kuntz in seinem Buch für marketing- und vertriebsaffine Berater nicht all zu viel Neues berichtet, sind die praktischen Erfahrungen und Tipps gerade für Einzelkämpfer äußerst wertvoll und leicht umsetzbar. Das Buch bietet eine schlüssige Schritt-für-Schritt-Anleitung über Do's and Don'ts der Beraterzunft und hilft, die eigene Strategie zu schärfen. Als besonders wertvoll habe ich die Kapitel über die Profilierung des eigenen Angebotes, Zielmarktes, Kundensegmente etc. erlebt. Das hat mir sehr geholfen in meiner Selbstfindung und Markenbildung. Kurz und gut: dieses Buch sollte jeder Berater, Coach oder Trainer lesen. Es hilft nachweislich das eigene Geschäft nach vorne zu bringen. Ich habe es selbst erfahren.  
 3 von 3 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Das Ende der Ausreden  
 Von materne: konstruktiv kommunizieren Stellen Sie sich vor, Sie sind ein begnadeter Trainer, Berater oder Coach und die richtigen und wichtigen Auftraggeber kennen Sie. Eine angenehme Vorstellung. Und sie muss keineswegs eine Utopie bleiben, denn Bernhard Kuntz sagt in seinem Buch, wie das geht. Auch hier gilt natürlich: Gutes Marketing fließt nicht vom Himmel, sondern ist das Ergebnis harter Arbeit. Ohne intensive Vorbereitungen zu Profil, Schwerpunkten und Identität läuft wenig. Gerade hier tun sich aber viele Trainer und Beraterinnen schwer daher ist es ein Glück, dass sich im Buch zahlreiche Beispiele, Anregungen und Fragen finden, die zielsicher durch den Prozess und zum eigenen Claim führen. Derart gerüstet geht es im zweiten Teil des Buches um Praxis pur. Hier räumt der Autor der Webseite als Leuchtreklame von Trainern und Beratern zu Recht besonders viel Platz ein. Aber auch allen anderen Marketinginstrumenten von A wie AdWords-Anzeigen bis W wie Werbebriefen widmet Kuntz ein eigenes Kapitel, an dessen Ende die wichtigsten Tipps zum jeweiligen Thema noch einmal komprimiert und übersichtlich zusammengefasst sind. Das und die tabellarische Auflistung aller Instrumente mit ihren Vor- und Nachteilen sowie dem voraussichtlich damit verbundenen Aufwand machen es einfach, sich für den eigenen Marketing-Mix genau das Richtige herauszusuchen. Was zusätzlich sehr sympathisch ist: Der Autor hat ein Faible für den kurzen, persönlichen und nahe liegenden Akquiseweg. Warum viel Zeit und Aufwand in die Akquise eines großen Konzerns stecken, wenn unmittelbar vor der eigenen Haustür viel bessere Chancen warten? In diese Richtung weiterzudenken, lohnt sich ganz unbedingt. Mein Fazit: Erfolgreiches Marketing ist machbar. Und dieses motivierende Buch ist definitiv das Ende der Ausreden. brigens nicht nur für Trainer und Berater, sondern für alle, die ihre immateriellen Leistungen vermarkten wollen und müssen.  
 1 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Die Katze im Sack verkaufen  
 Von Gertrud Bucher Ein schwieriges Thema fundiert bearbeitet in einem Buch, das sich sowohl für Neueinsteiger wie auch für Berufserfahrene im Bereich Bildung und Beratung bestens eignet. Immer wieder werden wir Lehrer, Kursleiter und Coachs von potenziellen Kunden gefragt, was wir denn eigentlich genau verkaufen. Und genau da fängt bei den meisten von uns der Erklärungsnotstand an: Wie verkaufe ich Wissen? Wie verkaufe ich meine Erfahrungen? Was ist also zu tun, um unseren zukünftigen Kunden klar zu vermitteln, was wir ihnen anbieten können, in welcher Zeit und zu welchem Preis? Bernhard Kuntz hat mit seinem Buch eine großartige Grundlage dafür geschaffen, wie man sich selber oder eben Bildung und Beratung richtig vermarktet. Er gibt klare Informationen dazu, wie man seinen Preis findet und rechtfertigt, wo man am besten in welcher Form für sich wirbt und welche Werbung für welche Art von Unternehmen sinnvoll ist. Das Buch ist aufgeteilt in 5 Kapitel, die jeweils klar umrissene Bereiche beleuchten: von den Besonderheiten des Bildungs- und Beratungsmarktes über Profit durch Profil bis hin zu den verschiedenen Arten der Marketinginstrumente. Ganz am Schluss findet sich ein Überblick der Marketinginstrumente mit ihren Charakteristika, Funktionen, Aufgaben und Vor- und Nachteilen. Ich bin begeistert von diesem Buch und werde meine eigene Marketingstrategie in der nächsten Zeit ganz bestimmt gründlich und kritisch durchleuchten, denn ich sehe da massives Verbesserungspotenzial. Aber nicht nur für mich als Kursleiterin sind diese Anregungen Gold wert: auch als Lehrerin von Schülern auf der Oberstufe geben mir zum Beispiel die Tipps, wie man immaterielle Leistung materialisiert, dringend benötigten Rückhalt: Kann ich mir damit doch auch für meine Schüler und deren Eltern im weitesten Sinn ein Werbekonzept erstellen. Und ihnen eben auch gleich klar machen, dass bei mir weder der Nürnberger Trichter noch die Variante: Den seinen gibts der Herr im Schlaf! zum Tragen kommt, sondern dass jedem, der etwas lernen will, sich halt wirklich selber hinter die eigenen Hausaufgaben machen muss.

Kurzbeschreibung  
 Der völlig überarbeitete Marketing-Bestseller von Bernhard Kuntz präsentiert sich in einer zeitgemäß aktualisierten Fassung: Wer Bildung und Beratung anbietet, der handelt mit einer Ware, die vor dem Kauf nicht angefasst werden kann. Um nicht die Katze im Sack verkaufen zu müssen, sind hier andere Strategien gefragt, als für den Verkauf von Konsum- oder Gebrauchsgütern. Inzwischen haben sich gerade auch durch das Internet die Möglichkeiten erweitert, sich seinen Kunden als Weiterbildungsanbieter erfolgreich zu präsentieren. Sie erhalten eine Experten-Empfehlung, wie Sie den Marketing- und Verkaufsprozess, der vom Erstkontakt bis zum Vertragsabschluss zuweilen Jahre dauert, erfolgreich gestalten können. Sie erfahren, wie Kaufentscheidungen ablaufen und wie Sie sich ein Segment mit System erschließen.  
 über den Autor und weitere Mitwirkende  
 Bernhard Kuntz ist ausgewiesener Kenner des Bildungs- und Beratungsmarktes aufgrund seiner Tätigkeit als Redakteur des Fachmagazins - management seminar - (1989 bis 1992) und seiner über 15-jährigen Arbeit als Fachjournalist für Personal- und Managementthemen. Als

ehemaliger Objekt-/Marketingleiter der Zeitschrift - wirtschaft weiterbildung- (1992 bis 1994) und Inhaber einer PR-/Marketingagentur für Bildungs-/Beratungsanbieter kennt der Autor den Bedarf dieser Zielgruppe.