

Zukunftssicherung

Wie Sie neue Herausforderungen wirkungsvoll meistern

„Alle Veränderung macht Angst.
Und die bekämpft man am besten,
indem man das Wissen verbessert!“

Das Zitat von Ihno Schneevoigt beschreibt ein Phänomen, das wir alle aus unserem Leben kennen. Sich auf neue Lebensabschnitte einzustellen, braucht immer wieder Mut, Ängste zu überwinden. Erinnern Sie sich? Der ersten Tag in der Grundschule, später in der Berufsschule und dann im Lehrbetrieb? Das alles haben Sie gemeistert - am Anfang mit der Unterstützung der Eltern, später aus eigenem Antrieb.

Heute stehen Sie als Schornsteinfeger wieder vor einer großen Herausforderung. Das neue Schornsteinfegergesetz bringt Änderungen, die im ersten Moment auch wieder Unsicherheiten mit sich bringen. Die lebenslange Zuordnung eines Kehrbezirks weicht einer Überlassung auf sieben Jahre. Erst die erfolgreiche Anschlussbewerbung sichert weitere sieben Jahre. Der Situation des ‚staatlich beliehenen Unternehmers‘ mit einem lebenslang zugeordneten Kehrbezirk weicht einer Regelung, mit der ab dem 01.01.2013 der Kunde für bestimmte Tätigkeiten einen anderen als den heutigen Schornsteinfeger beauftragen kann.

Auf der anderen Seite fällt aber auch das Verbot der Nebenerwerbstätigkeit. Sie als Schornsteinfeger dürfen jetzt Ihren Kunden Dienstleistungen anbieten, die er bisher nicht von Ihnen beziehen durfte. Ihr Selbstverständnis „Der Schornsteinfeger – Ihr Energie-, Sicherheits- und Umwelt-Experte“ weist hier klar auf die Inhalte dieser Dienstleistungen.

Schreckstarre verlassen - planmäßig handeln!

Die Frage ist jetzt, wie Sie mit diesen neuen Rahmenbedingungen umgehen. Die Antwort ist einfach: Schauen Sie sich in der freien Wirtschaft um! Was macht Betriebe erfolgreich – teilweise sogar gegen den allgemeinen Wirtschaftstrend? Es ist nicht die Größe, die nachhaltigen Erfolg bringt, sondern die Schnelligkeit, Flexibilität, Zielstrebigkeit und Entschlossenheit, sich neuen Situationen zu stellen und sich darauf mit planmäßigem Handeln einzustellen!

Drei Bereiche gilt es systematisch zu bearbeiten und konsequent umzusetzen:

1. Die objektive Ermittlung der Kundenbedürfnisse

Grundsätzlich gilt: Produkte oder Dienstleistungen, die aktuellen Kundenwünschen und -bedürfnissen entsprechen, haben eine sehr große Chance, nachgefragt zu werden. Deshalb ist es in der ersten Phase unabdingbar, die aktuellen Wünsche und Bedürfnisse Ihrer Kunden zu erheben. Schriftliche Befragungen und/oder Gruppendiskussionen sind zwei Möglichkeiten, sich mit begrenztem Aufwand ein neutrales Bild zu verschaffen.

Wichtig ist auch, sich das gesamtwirtschaftliche und politische Umfeld zu betrachten. Zu keinem Zeitpunkt in den letzten Jahrzehnten(!) ist die Bedeutung und Sinnhaftigkeit des Energiesparens so weit verbreitet wie heute. Es gibt heute keine Tageszeitung, keine Zeitschrift und keinen Politiker, der dieses Thema nicht aufgreift. Und schauen wir uns die Entwicklung der Rohöl- und Energiepreise an: Hat es in den letzten Jahrzehnten einen Zeitpunkt gegeben, wo Ihre Kunden so stark von diesen Kosten belastet wurden?

Beide Faktoren schaffen eine einzigartige Grundlage für die große Bereitschaft vieler Bundesbürger, Beratungsleistungen zum Thema Energieeinsparung vom Schornsteinfeger anzunehmen.

Hinzu kommt ein entscheidendes Plus des Schornsteinfegers gegenüber allen anderen Anbietern: Die seit vielen Jahren praktizierte (und von Gesetz vorgeschriebene) Neutralität. Er ist quasi die ‚Stiftung Warentest vor Ort‘!

2. Wissen konsequent ausbauen

Prof. L.J. Seiwert, Autor vieler Bestseller zum Thema Wirtschaft, empfiehlt, sich zuallererst mit der Weiterentwicklung vorhandener Fähigkeiten zu beschäftigen statt absolutes Neuland zu betreten. Seine These: Die Weiterentwicklung bringt überdurchschnittliche Fähigkeiten hervor, die sich im Wettbewerbsumfeld besser durchsetzen als die Erlangung neuer, nur durchschnittlicher Fähigkeiten.

Schauen Sie z. B. auf das Fortbildungsprogramm der Schornsteinfegerschule Dülmen. Ein breites praxisorientiertes Seminarangebot bietet Ihnen viele Möglichkeiten der gezielten Weiterbildung. (Interessant ist übrigens, dass sich zunehmend auch Schornsteinfeger außerhalb von Nordrhein-Westfalen hier zu Kursen anmelden. Ihr Motto: Nicht abwarten, bis vor Ort etwas passiert, sondern die Chancen jetzt ergreifen! Das ist der Unternehmergeist, den erfolgreiche Firmen in der freien Wirtschaft ausmachen.)

3. Ohne professionelle Vermarktung kein Erfolg

Sie haben die Bedürfnisse Ihrer Kunden ermittelt und sich speziell in diesen Feldern fachlich weitergebildet. Gut so! Die entscheidende Frage lautet jetzt:

Wie biete ich diese neuen Leistungen meinen Kunden an? Vor allem:

Wie biete ich sie ihm so an, dass er das Angebot nicht nur zur Kenntnis nimmt, sondern mir auch den Auftrag gibt? Anders formuliert: Durch welche Werbemittel können Sie diese Leistungen am besten, sprich kostengünstig, vermarkten?

Als ‚Standard-Werbemix‘ gehören dazu: Visitenkarten und Briefpapier mit entsprechenden Hinweisen, die Autobeschriftung und ein zeitgemäßer Internetauftritt. Kleinanzeigen in der lokalen Presse (Anzeigenblätter) sind dann geeignet, wenn Sie sie mit Ihrer Internetseite verknüpfen. Wenn Sie häufiger neue Leistungen anbieten möchten eignen sich noch sog. ‚News Letter‘, die anlassbezogen oder alle 3-4 Monate direkt an Ihre Kunden versendet werden.

Da Ihnen nur begrenzte Mittel zur Verfügung stehen, ist die entscheidende Frage, in welche Werbemittel Sie am meisten investieren sollten.

Die überraschende, aber erfreuliche Lösung: **Die nachweislich wirkungsvollste Art, seine Leistungen zu vermarkten, ist das kostenlose persönliche Gespräch vor Ort mit Ihren Kunden!**

Warum ist das so? Betrachten Sie einmal Ihr eigenes Verhalten. Wie stehen Sie zu Werbung? Schalten Sie nicht auch im Werbeblock um, werfen Sie nicht auch Postwerbesendungen weg? Lesen Sie Werbeanzeigen wirklich intensiv? Und genau so verhält sich auch Ihr Kunde!

Ganz anders ist es in einem persönlichen Gespräch – vor allem mit einer Person, die der Kunde teilweise schon seit Jahren kennt. Hier gibt es kein störendes werbliches Umfeld. Richtig eingeleitet, hört er Ihnen konzentriert zu. Sie haben die kostenlose Möglichkeit, die Kundennutzen Ihrer neuen Leistungen vorzustellen und auf Reaktionen des Kunden unmittelbar zu reagieren. Schneller, zielgerichteter und wirkungsvoller kann kein anderes Werbemittel verkaufen. **Das persönliche Verkaufsgespräch ist das mit Abstand wirkungsvollste Mittel, Ihre Leistungen erfolgreich zu vermarkten.**

Stellen Sie sich jetzt eine einfache Frage:

„Wie viele Fortbildungen habe ich bereits besucht, um den Erfolg des persönlichen Verkaufsgesprächs nicht dem Zufall zu überlassen, sondern mit professionellen kundenorientierten Verkaufstechniken gezielt das Verkaufsgespräch zu führen?“

Falls Sie im Sinne von Prof. Seiwert das Gefühl haben, in diesem ganz wichtigen Bereich noch nicht optimal ausgebildet zu sein, bietet Ihnen das Schulungsprogramm der Schornsteinfegerschule Dülmen hier das passende Fortbildungsangebot:

„Erfolgreich verkaufen – Zukunft aktiv sichern“ heißt der Titel eines Tagesseminars, das bereits am 17. und 18. Juni durchgeführt wurde. Die schriftliche Bewertung: Weit über 90% aller Teilnehmer beurteilten das Seminar mit ‚sehr gut‘ bis ‚gut‘. Die Kommentare: „Gute Praxisbeispiele und Übungen“, „Sehr aktuelles Thema - trifft den Bedarf“, „Den Vortragsstil“, „Die praktischen Verkaufsgespräche“ u.a.m.

4. Es gibt nichts Gutes, außer man tut es!

Das neue Schornsteinfegergesetz bringt mit Sicherheit viele Herausforderungen, denen Sie sich als Schornsteinfeger stellen müssen. Das im ersten Moment damit eine gewisse Unsicherheit und auch Ängste auftreten, ist mehr als verständlich.

Dennoch bringt das neue Gesetz auch eine Änderung von historischer Bedeutung: Zum ersten Mal können Sie als Schornsteinfeger durch eigene Anstrengungen Ihr Jahreseinkommen durch die professionelle Vermarktung neuer Leistungen steigern!

Sehen Sie deshalb den vor Ihnen liegenden Weg als Herausforderung und Chance. Mit positivem Denken werden sich bereits kurzfristig diese Chancen in Mehrumsatz für Sie verwandeln.

Schon Goethe sagte dazu:

„Es ist nicht genug, zu wissen - man muss es auch anwenden.

Es ist nicht genug, zu wollen – man muss es auch tun!“

In diesem Sinn viel Erfolg für Ihre Zukunft!

Autor des Beitrags:

Knut Hasenbank, Dipl. rer. pol.

TOP LEVEL, Hamburg