

Selbstdarstellung für Trainer – nichts anderes als geschickter Vertrieb!

Stellen Sie sich vor, Sie haben eine Erbschaft gemacht: eine Mineralwasserfabrik irgendwo in den Karpaten, die Sie möglichst schnell und gewinnbringend loswerden wollen. Wie würden Sie diese Fabrik gegenüber Kaufinteressenten darstellen?

Würden Sie sagen, dass die Fabrik irgendwo im Nichts liegt? Oder würden Sie erwähnen, wie günstig in dieser Lage produziert werden kann?

Würden Sie den fehlenden Absatzmarkt erwähnen – oder die hervorragenden Exportsubventionen?

Würden Sie den Umsatzeinbruch im vorletzten Jahr erwähnen – oder dass die Firma nach einer Neuorientierung der Produktpalette besser positioniert ist als der Wettbewerb?

Natürlich würden Sie die relevanten Informationen betonen – und nicht etwa das Unwichtige. Leider machen es längst nicht alle Trainer so. Da werden Fotos gezeigt, auf denen der Trainer einem Kollegen mit einem Weinglas zuprostitet. Da werden Lebensläufe bis hin zur völlig irrelevanten Bäckerlehre aufgerollt.

Wichtige Tipps, wie Sie die klassische „Schere im Kopf“, die fast jeder bezogen auf sich selbst hat, überlisten können und die wirklich relevanten Dinge erfahren, sind:

- Sprechen Sie mit neutralen anderen Personen, schildern Sie sich selbst – und prüfen Sie, was der andere von Ihnen behält. Entweder ist dies die wirklich relevante Information oder Sie stellen sich falsch dar.
- Arbeiten Sie mit dem Meta-Plan, auf dem Sie die relevanten Informationen sammeln und ordnen.
- Wenn Sie jetzt immer noch Probleme haben, eine starke Selbstdarstellung zu formulieren, dann versuchen Sie doch einmal alles aufzuschreiben, was Sie über sich und Ihr Angebot sagen können – auch unwichtige oder gar negative Informationen. Schließen Sie diese Liste noch heute ab – reiten Sie nicht weiter auf Ihren „Problemzonen“ herum! Morgen nehmen Sie die Liste noch einmal zur Hand: *Es geht jetzt nicht mehr darum, die Punkte inhaltlich zu bewerten oder neue zu finden.* Versuchen Sie sich als Werbetexter, der ein Produkt zu verkaufen hat. Lassen Sie weg, was die Zielgruppe nicht anspricht (auch, wenn Ihnen zum Beispiel Ihre Fortbildung in angewandter Astrologie persönlich noch so wichtig ist).
- Wenn das nicht klappt: Holen Sie sich einen Coach, der Ihnen beim Ordnen hilft.

Weitere Tipps zur Selbstdarstellung

Zu wenig Referenzen:

- Sie können wegen der üblichen Anlaufschwierigkeiten noch nicht allzu viele Referenzen vorweisen? Nennen Sie lieber gar keine als nur zwei oder allzu konstruierte. Jeder kann sich ausrechnen, dass Sie für eine GbR oder einen anderen Freiberufler keine großen Beratungssprünge unternommen haben können. Lieber darauf verzichten als sich nebulös ausdrücken.

Machen Sie mehr aus ...:

- Sie haben sicher eine gute Ausbildung genossen. Ist das Ihren Interessenten eigentlich klar? Wie machen Sie darauf aufmerksam, dass Sie bei DEM Experten studiert, bei DEM Marktführer gelernt oder sich auch in angrenzenden Fachgebieten fortgebildet haben? Auch wenn Ihr potenzieller Auftraggeber die Namen gar nicht kennt – allein aus der Art, wie Sie darüber schreiben, wird er auf Ihre Kompetenz schließen.
- Sie glauben, dass Ihre Dienstleistung vergleichbar mit anderen Dienstleistungen ist? Nun gut – der USP (das einzigartige Verkaufsargument) muss nicht das Produkt sein. Machen Sie sich selbst zu Ihrem entscheidenden Unterschied! Heben Sie Ihre Person hervor, denn von DIESEM Trainer kann die Konkurrenz nur träumen!
- Formulieren Sie positiv – und stellen Sie überrascht fest, dass sich vermeintlich negative Eigenschaften als angenehmer Teil Ihres Produktes herausstellen. So wird der chronische Kampf mit dem Kalender ja vielleicht zu einer eher branchenüblichen Flexibilität!? Dann sind Sie jetzt startklar!