

Kompetenz sichtbar machen



Foto von fotolia.com

«Wir sind besser als unsere Mitbewerber!» Das sagen viele Unternehmer von ihren Firmen und Produkten. In gefühlt jeder meiner bisher rund 170 Analysen zum Thema Sichtbarkeit sagt man mir: «Bezüglich Kompetenz sind wir in unserem Bereich deutlich besser als die Konkurrenz.» So seien beispielsweise die eigenen Mitarbeiter erfahrener oder besser ausgebildet, die Technologien und Materialien besser, die Vorgehensweise professioneller und so weiter. Ich frage dann immer zurück: «Aber wissen das auch Ihre potentiellen Kunden?».

Kompetent zu sein in seinem Bereich ist die Grundvoraussetzung fürs Geschäft. Aber wenn du deine Kompetenz nicht sichtbar machst, wirkt sie erst, wenn du den Auftrag hast. Was genau meine ich damit? Viele Unternehmen zeigen ihre Kompetenz erst, wenn sie einen Auftrag beziehungsweise einen Kunden gewonnen haben. Der Kunde muss sich aber zuerst für dich als Anbieter entscheiden. Und in vielen Bereichen sind Experimente mit einem Anbieter teuer und aufwändig. Fazit: Es ist genau genommen zu spät, wenn der Kunde erst während der Zusammenarbeit mit einem Anbieter merkt, dass dieser kompetent ist.

Kompetenzzuweisung vor dem Auftrag

Damit sich der Kunde schnell und mit einem guten Gefühl für einen Anbieter entscheidet, muss er das vor der Auftragsvergabe schon wissen. Wie das gehen soll? Mit Information! Publiziere beispielsweise spannende, aktuelle und hilfreiche Informationen über dein Business. Damit meine ich allerdings nicht, über die Produkte und über dein Unternehmen. Ich meine über das Thema – dort wo du deine Kernkompetenz hast. Was kannst du konkret tun? Du schreibst informative Kundenzeitungen und Newsletters, Blogs oder machst Videos. Du organisierst Infoveranstaltungen und hältst Referate. Falls deine Kunden zu weit weg sind, geht das auch online. Und diese benutzerfreundlich aufgearbeiteten Informationen machst du möglichst vielen Menschen zugänglich, indem du sie geschickt bewirbst und streust. So zeigst du, dass du kompetent und am Ball bist. Ist das nicht unglaublich viel Arbeit? Doch, am Anfang schon. Aber: Erstens gibt es keinen besseren und effizienteren Weg in der Kundengewinnung, zweitens wird Contentmarketing bei regelmässiger Ausführung immer einfacher und drittens gibt es Spezialisten, die dich unterstützen können.

Profillosigkeit schmälert empfundene Kompetenz

Wie ist dein Profil – geschliffen oder kantig? Ein Profil ohne Ecken und Kanten hat durchaus Vorteile: Eine geschliffene Form eckt weniger an und leistet weniger Widerstand. Das kann bei Fischen im Wasser durchaus ein Vorteil sein. Im Business überwiegen meistens die Nachteile, wenn du mit zu viel Reibung unterwegs bist. Das Hauptproblem von Profillosigkeit ist ein anderes: Du fällst nicht auf und gehst in der Masse unter. Was im Fischschwarm unter Umständen dein Leben rettet, ist im Business tödlich. Der Kunde muss dich – damit du den Auftrag erhalten kannst – zuerst finden und wahrnehmen. Konkret muss er wissen, ob ihr geschäftlich zusammenpasst. Dafür muss er, ganz einfach gesagt, wissen, wer du bist, was du anbietest und wofür du stehst. Wenn du diese Informationen klar und deutlich sichtbar machst, bist du schon weiter als viele andere KMU. Und was kommt danach? Dann zählst du 10 Gründe auf, warum ich bei dir Kunde sein soll. Wie soll das gehen? Du sammelst 10 Alleinstellungsmerkmale, was dein Unternehmen von anderen abhebt und machst sie sichtbar – beispielsweise als Bulletpoints.



Martin Aue ist einer der führenden Experten für «Sichtbarkeit» im deutschsprachigen Raum. Der Berner Oberländer mit Jahrgang 1978 ist bekannt für seine erfolgreichen Werbestrategien für den Mittelstand – oder, wie die Schweizer sagen, für KMU. Als Businessvormacher und Unternehmermentor hält er schon seit 20 Jahren begeisternde Vorträge und ist Autor von vielen Publikationen, wie Büchern, Fachtexten, Newsletter sowie Online-Programmen.

EVENT HINWEIS: Impulsvortrag «Mit Personenmarketing zum Expertenstatus» Bist du als Einzelunternehmer, StartUp, One-Man-Show oder Solopreneur auf der Suche nach (mehr) Kunden? Oder möchtest du als Therapeut, Coach oder Freischaffender von deiner Zielgruppe wahrgenommen werden? Der Schlüssel zum Erfolg liegt darin, wie du dich als Person verkaufst. Als Personenmarke gezielt Sichtbarkeit aufzubauen, ist kein Hexenwerk. Martin Aue zeigt dir in diesem Vortrag anschaulich, wie du es richtig machst. Dann brauchst du nur noch den Mut, deine Strategie auch sichtbar zu machen. Aber auch hierzu bekommst du an diesem Abend konkrete Tipps. Willst du dich weg von der grauen Maus hin zum angesehenen Experten bewegen? Dann melde dich jetzt zu diesem Vortrag an

Datum: Dienstag, 24. August 2021 von 19.00 bis 21.00 Uhr

Ort: SMI Swiss Marketing Institute AG,
Schwarzenburgstrasse 236, 3098 Köniz b. Bern,
oder via Livestream per Zoom

Kosten: CHF 35.–

Anmeldung: www.martin-aeue.com oder Telefon auf 033 650 10 10

MARTIN AUE