

Was antworten Sie auf die Frage „was machen Sie beruflich?“

Wie oft haben Sie die Gelegenheit mit einem potentiellen Kunden über Ihr Dienstleistungsangebot zu sprechen? Ich gehe davon aus, es kommt stark darauf an, wie gut Sie Netzwerke nutzen und mit Ihrem Angebot nach außen treten. Sie werden mir jedoch zustimmen, dass wenn sich so eine Situation ergibt, es eine einmalige Chance für Sie ist, seine Aufmerksamkeit und sein Interesse dafür zu wecken, wie Sie ihm helfen können.

Es beginnt alles mit der heiligen Frage „und was machen Sie beruflich?“ Ihre Antwort darauf kann Sie entweder aus dem Feld schlagen, oder Ihren potentiellen Kunden in einen neuen Kunden wandeln. Wie oft werden Sie gefragt, was Sie machen? Ständig! Bei gesellschaftlichen Anlässen, während eines Seminars, bei einem Essen bei Freunden, während einer Zugreise, im Fitnessstudio, wenn Sie einen Anruf von einem neuen Netzwerkkontakt bekommen, auf einer Messe, auf dem Golfplatz, bei einem Fußballspiel. Diese List lässt sich wirklich beliebig fortsetzen. Witzigerweise kann genau die Person, die Sie fragt, Ihr nächster großer Kunde sein. Man kann es einfach nie wissen. Also verscherzen Sie es sich nicht.

Und was antworten die meisten, die im Bereich „beratende-Berufe“ tätig sind? Sie bezeichnen sich folgendermaßen: „Ich bin ein IT-Berater“ – „Ich bin ein Marketing Berater/Coach“, **oder schlimmer noch, sie sprechen über ihren Arbeitsprozess im Alltag** – „ich integriere IT Systeme mit CRM solutions in der Abwicklungsabteilung“. Dummer Fehler. Ausnahmslos verlieren die Leute ihr Interesse an dem, was Sie zu sagen haben.

Wenn Sie sagen, Sie sind ein „IT-Berater“, ein „human resources Unternehmen“ oder ein „Wellness Coach und Fitnesstrainer“, oder wenn Sie über ihre täglichen Aufgaben sprechen, **dann erklärt das Ihren Interessenten nicht, was sie bekommen, wenn sie mit Ihnen arbeiten.**

Was Sie lernen müssen ist, effektiv mit einer prägnanten und starken Marketing Aussage über Ihre Geschäftsinhalte zu kommunizieren, wenn Sie gefragt werden „und was machen Sie beruflich?“

Angenommen wir treffen uns auf einer Cocktailparty und Sie fragen mich DIE heilige Frage. Ich gebe Ihnen vier mögliche Antworten zu meiner beruflichen Situation. **Achten Sie mal darauf, welche Variante Ihre größte Aufmerksamkeit gewinnt:**

- 1 „Ich bin ein Marketingberater“
- 2 „Ich berate Sie mit einem umfassenden Verständnis für Ihre Geschäftsprozesse. Ich arbeite konsequent lösungsorientiert: von der Analyse des Kundenstamms, über die Identifizierung von Potentialen, zur Optimierung der Geschäftsprozesse, bis hin zur Entwicklung maßgeschneiderter Marketing Strategie-Lösungen und deren Implementierung.“
- 3 „Ich helfe Menschen mit beratenden-Berufen, neue Kunden zu gewinnen“
- 4 „Ich arbeite mit Menschen in beratenden-Berufen, die Schwierigkeiten bei der Kundenakquise haben“

Dies sind vier Arten zu sagen, was ich mache. Nummer 1 und 2 funktionieren nicht, Nummer 3 geht so. Nummer 4 sollte Ihre Neugier geweckt haben. Das liegt daran, dass Nummer 1 und 2 sich darauf beziehen, was ich mache, Nummer 3 darauf, was meine Kunden bekommen, und **Nummer 4 - die stärkste Aussage - konzentriert sich auf das PROBLEM meiner Kunden.**

Die Leute werden Ihnen nur zuhören, wenn sie bewusst oder unbewusst verstehen, wie sie von dem profitieren können, was Sie ihnen anbieten. Wie können Sie ihre Probleme lösen?

Hier sind meine vier Top Tipps, die Ihnen bei der Entwicklung einer starken Marketing Antwort helfen:

- **Machen Sie unmissverständlich klar, an wen sich Ihr Angebot richtet.**
- **Bleiben Sie klar und einfach.** Benutzen Sie keine Ausdrücke oder Satzstrukturen, die Sie normalerweise in einem Gespräch beim Abendessen nicht verwenden würden. So fällt es Ihrem Gegenüber leichter, sich daran zu erinnern.
- **Vermeiden Sie es über Ihre Berufsbezeichnung oder den Ablauf Ihrer Dienstleistung zu sprechen.** Was Sie unter ihrer Berufsbezeichnung verstehen, ist nicht unbedingt das, was Ihr Gegenüber darunter versteht. Über Ihren Arbeitsablauf zu sprechen, kann oftmals eher langweilig sein.
- **Probleme, Probleme, Probleme.** Sie müssen sich auf die Probleme, die Sie lösen, fokussieren. Versetzen Sie sich in die Sichtweise Ihrer Kunden. Alles, was Sie sagen, sollte dafür gemacht sein, deren Probleme, deren Ängste und das, was sie nachts nicht schlafen lässt, zu lösen.

Hier ist ein Muster, mit dem Sie Ihre eigene Marketing Antwort finden können:

Ich arbeite mit _____ (benennen Sie die Zielgruppe, für die Sie tätig sind), die Probleme bzw. Schwierigkeiten haben bei _____ (benennen Sie deren Hauptprobleme.)

O.k. es klingt komisch, aber in Wahrheit sind Ihre potentiellen Kunden und Klienten nicht besonders an Ihnen interessiert. Sie interessieren sich dafür, was Sie für sie tun können. Das ist ein entscheidender Unterschied!

Jetzt, da Sie eine neue, prägnante und starke Marketing Aussage haben, warum probieren und verbessern Sie sie nicht das nächste Mal, wenn Sie jemand fragt: „Und was machen Sie beruflich?“

Aber seien Sie vorsichtig, machen Sie nicht den Fehler das Geschäft mit Ihrer Marketing Aussage abschließen zu wollen. Deren Zweck ist es die Aufmerksamkeit Ihres möglichen Kunden zu gewinnen und im Gespräch zu bleiben. Ich nutze das auch am Telefon. Versuchen Sie es und viel Erfolg.

Wenn Sie weitere Marketing-Geheimnisse bekommen möchten, können Sie sich auch für den Akquise-Plan Newsletter eintragen: [Klicken Sie hier](#) um den Newsletter zu abonnieren

Ich werde Ihnen Marketing-Tipps senden, die Ihnen dabei helfen werden, neue Kunden zu gewinnen, Ihre Geschäfte auszuweiten und Ihre Konkurrenz zu beeindrucken.

Alles Gute,

Fabrice Martin

akquise
P L A N

www.akquiseplan.de