

BM

Innenausbau / Möbel / Bauelemente

04/17

Innentüren – ab Seite 16

Weißer Vielfalt

/ Elektromobile fürs Handwerk – ab Seite 68
Wohin geht die E-Reise?

/ Mineralwerkstoff-Innovation – Seite 78
Prägen in Stückzahl Eins

/ Baustelle 4.0 – ab Seite 140
Digitaler K(l)ick vor Ort

Buchtipps zur profitablen Selbstvermarktung
Verkaufen Sie sich nicht unter Wert

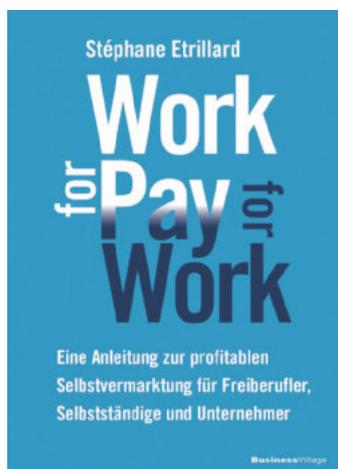
Nur wer professionell am Markt agiert, bekommt Zugang zu besseren Kunden, erhält lukrative Aufträge und im Ergebnis höhere Honorare. Deshalb gilt: Verkaufe dich nicht unter Wert, behalte die richtigen Kunden im Fokus und zähle keine Erbsen.

Das sind die Kernaussagen des Buchs „Work for Pay – Pay for Work“ von Stéphane Etrillard, Wirtschaftstrainer und Business-Coach, das sich als Anleitung zur profitablen Selbstvermarktung für Freiberufler, Selbstständige und Unternehmer versteht.

Etrillard beschreibt, dass es heute längst nicht mehr reicht, fachlich gut zu sein. Selbst mit harter Arbeit und gut gefüllten Auftragsbüchern kommen viele nicht über die Runden. Das sind Erfahrungen, die viele Freiberufler und Selbstständige tagtäglich machen. In dieser Situation stellen sie sich die Frage: Muss ich noch mehr arbeiten? Oder kräftig in Marketing, PR und Positionierung investieren? Was mache ich nur falsch?

Das Buch will Antworten auf diese Fragen geben und zeigen,

wie sich die Einkommenssituation nachhaltig verbessern lässt. Dabei geht der Autor einen ganz anderen Weg: Die Ursachen liegen für ihn in der oftmals suboptimalen Professionalisierung vieler Selbstständiger und Freiberufler. Denn hier gebe es immensen Nachholbedarf und das sei die zentrale Stellschraube, an der man drehen müsse. Erschienen ist das Buch 2017 im Verlag BusinessVillage mit der ISBN 978-3-86980-353-1. (bs)



„Noch mehr arbeiten? Sich unter Wert verkaufen? Dieses Buch will das ändern.“

Digital, mobil und vernetzt

Handwerk 4.0 im Fokus des Meister-Forums Raesfeld

Das Thema Handwerk 4.0 ist in aller Munde – doch was heißt das eigentlich konkret für meinen Betrieb? Mit Fragen rund um die Digitalisierung im Tischlerhandwerk wird sich vom 6. bis 8. Juli das Meister-Forum Schloss Raesfeld 2017 beschäftigen. Organisiert wird das Forum in der Akademie des Handwerks vom Fachverband Tischler NRW. Bei diesem Forum geht es unter anderem darum, wie digitale Geschäftsmodelle die Kommunikation mit dem Kunden und mit Geschäftspartnern verändern werden. Auf dem Programm stehen z. B. das Thema Elektromobilität, der digitale Notizblock

OneNote, Hinweise zum Werkvertragsrecht für Tischler, die Verkaufswerkstatt „Verkauf 2Go“ sowie Tipps für den Umgang mit dem Alltagsstress.

Die Veranstaltung mit maximal 40 Teilnehmern richtet sich an selbstständige und angestellte Tischlermeister, Meistertöchter und -söhne sowie Meisterschüler. Ziel ist es, die jüngere und junggebliebene Meistergeneration über aktuelle Probleme und Erkenntnisse zu den Bereichen Betriebstechnik, Betriebswirtschaft, Betriebsorganisation und Unternehmensführung zu informieren und damit das Rüstzeug für den Aufbau einer erfolgrei-

Die Verpackung macht's
Werbeagentur fürs Handwerk

„Oft kommen wir in Handwerksbetriebe, wo tolle Arbeit geleistet wird, jedoch ist diese für den Kunden nicht zu erkennen“, berichtet Claudia Schimkowski aus dem Alltag ihrer A-Ha! Agentur fürs Handwerk GmbH, die Handwerkerkunden aller Größen in ganz Deutschland betreut. Genau dort setzt die Agentur mit ihrer Dienstleistung speziell fürs Handwerk an: „Wir machen sichtbar, was für den Handwerker zwar selbstverständlich ist, für seinen Kunden jedoch nicht.“

Meist seien nicht zu wenig Aufträge das Thema, sondern Wachstum, Nachfolge oder auch die Optimierung der Potenziale bei gleichzeitiger Reduzierung der Arbeits- und Rüstzeiten – seltener auch mal ein Turnaround.

Schimkowski, die selbst aus einer Handwerkerfamilie stammt, und ihre Mitarbeiter arbeiten die Besonderheit eines Betriebs so heraus, dass mit wenig Aufwand viel erreicht werden kann. „Alles was der Kunde vom Handwerker sieht, ist Verkaufsverpackung.

Und diese sollte auch in den Details so professionell wie mög-

lich sein.“ Kunden seien sehr anspruchsvoll und wenn sie nicht erkennen, wo der Unterschied einer Leistung liegt, vergleichen sie am Ende nur den Preis.

Konkret erhält der Handwerker einen verzahnten Mix aus unterschiedlichsten Marketing- und Werbemaßnahmen wie Internetseite, 1-Seitenflyer, Postkarten, Mailings, Textanzeigen, aber auch Angebotstexte im Baukastensystem, das genau auf seinen Betrieb abgestimmt ist.

„Deshalb steigen wir generell über das Thema Stärken und Engpässe in unsere Arbeit beim Handwerker ein“, so die Agenturchefin. „Oft erleben wir, dass ein Handwerker dachte, er bräuhete Anzeigen, und in Wirklichkeit benötigte er beispielsweise Unterstützung im Büro.“ (bs)



„Auf die richtige Verpackung kommt es auch im Handwerk an.“

chen Existenz zu vermitteln. Während des dreitägigen Seminars in der malerischen Kulisse von Schloss Raesfeld besteht auch Gelegenheit zum intensiven Erfahrungsaustausch im Kreise

der Kollegen. Außerdem soll beim Meisternachwuchs das Interesse für eine aktive Mitarbeit in der berufsständischen Organisation geweckt werden. (bs)



„Schloss Raesfeld bietet die malerische Kulisse eines dreitägigen Seminars für die jüngere Meistergeneration rund um das Thema Handwerk 4.0.“

Foto: Akademie des Handwerks Schloss Raesfeld e.V.