

1-2-3 ausgebucht - Seminare erfolgreich vermarkten!

Sabine Piarry



Dieses Buch ist für Menschen bestimmt, die erfolgreich Veranstaltungen und Seminare anbieten (wollen).

In verständlicher Art und Weise werden die wichtigsten Erfolgsfaktoren kurz und bündig angesprochen. Die praktischen Übungen geben Ihnen sofort Impulse, was zu optimieren ist.

Einige der hier angesprochenen Themen wie beispielsweise Multiplikatoren, Win-Win und Wettbewerb werden in folgendem Buch vertieft:

Erfolgreich Netzwerken! Schluss mit Kundenjagd, Wettbewerbsangst & Co.,
veröffentlicht von Vernetzungsspezialistin Sabine Piarry.

1. Auflage erschienen im BOD-Verlag September 2008

ISBN-13: 978-3-83-705662-4

Copyright © Sabine Piarry

1-2-3 ausgebucht - Seminare erfolgreich vermarkten!

ISBN-13: 978-3-83-703824-8

März 2009

**Alle Rechte vorbehalten. Vervielfältigung, auch auszugsweise,
nur mit schriftlicher Genehmigung der Autorin.**

Herstellung und Verlag:

Books on Demand GmbH, Norderstedt.

www.bod.de

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	6
1 - Mentales Erfolgskonzept.....	7
Erfolgreiche Seminare brauchen Visionen.....	7
Nutzen motivieren.....	7
<i>Übung: Nutzen der Seminarteilnehmer.....</i>	<i>9</i>
Passende Rahmenbedingungen schaffen.....	10
Stärken stärken.....	11
<i>Übung: Meine Stärken und Talente.....</i>	<i>12</i>
2 - Gut geplant ist halb gewonnen.....	14
Betreff und Absender für E-Mails.....	14
Türoffner: Perfekter Titel.....	16
Perfekte Titel selbstgemacht.....	18
<i>Übung: Titel-Check.....</i>	<i>19</i>
Zielgruppe gezielt ansprechen.....	20
Veranstaltungen „barrierefrei“ bewerben.....	21
Mit dem Nutzen kommunizieren, was besonders ist.....	22
<i>Übung: Nutzen-Erkenntnisse.....</i>	<i>22</i>
Barriere: Preis und Veranstaltungsort.....	22
Barriere: Informationen.....	23
Barriere: Anmeldung.....	24
Effiziente Organisation.....	25
Zeitfaktor.....	26
<i>Übung: Zeitfaktor.....</i>	<i>28</i>
3 – Die passenden Kontakte.....	29
Kundenpflege mit System.....	30
Kontakte und Kontaktstellen.....	34
Multiplikatoren.....	35

Vorwort

Wenn Sie mit der Vermarktung von Seminaren und Veranstaltungen starten möchten, hilft Ihnen dieser Ratgeber, ein gutes Konzept zu erstellen und die passenden Teilnehmer zu finden. Sie vermeiden Fehler, die Sie unnötig Zeit und Geld kosten.

Wenn Sie schon Veranstaltungen durchgeführt haben, dann wissen Sie aus eigener Erfahrung, dass es vieles zu beachten gibt, um Seminare erfolgreich zu vermarkten. Sind Sie mit Ihrer Vermarktung bereits sehr erfolgreich? Dann bekommen Sie mit diesem Ratgeber noch mehr Struktur für Ihr Vorgehen. Wenn der Erfolg noch auf sich warten lässt, dann können Sie mit Hilfe der folgenden Impulse Ihr Konzept und Ihr Vorgehen schnell und einfach optimieren.

Dass der Erfolg im Kopf beginnt, ist vielen Menschen - zumindest theoretisch - klar. In den Workshops erlebe ich immer wieder, dass Menschen von einem Seminarthema Abstand nehmen oder dies zumindest überarbeiten, da es nicht wirklich zu ihrem Anliegen passt. Deshalb nimmt das "Mentale Erfolgskonzept" in meinen Workshops einen großen Raum ein. In diesem Ratgeber konzentriere ich mich auf die Themen und Übungen, die auch ohne Austausch in der Gruppe gut funktionieren.

Dieser Ratgeber und der Workshop "1-2-3 ausgebucht – Seminare erfolgreich vermarkten!" stellen eine ideale Ergänzung zueinander dar, da man einige Themen in Ruhe alleine reflektieren muss und andere Themen in der Gruppe zu neuen Impulsen führen, auf die man alleine nicht kommt. Wenn Sie bereits im Workshop waren, kann dieser Ratgeber die gewonnenen Impulse vertiefen.

Nun wünsche ich Ihnen viele gute Impulse beim Lesen und Üben und natürlich...ausgebuchte Seminare!

Ihre Vernetzungsspezialistin Sabine Piarry

1- Mentales Erfolgskonzept

“Welches Seminarthema bzw. welcher Workshop passt zu mir?” Diese Frage sollten Sie für sich ganz ehrlich beim Lesen des Ratgebers beantworten, denn in jeder Lebensphase verändern sich unsere Bedürfnisse und Ziele und dementsprechend auch die Themen, die uns am Herzen liegen.

Erfolgreiche Seminare brauchen Visionen

Ein Seminar zu geben, mit dem man “nur” Geld verdient oder verdienen möchte: das ist nicht wirklich motivierend. Es geht vielmehr darum, ob wir mit dem Thema unserer Vision ein Stück näher kommen.

Eine Vision zu haben, halte ich für absolut wichtig, um ein Seminar erfolgreich durchzuführen. Die Teilnehmer spüren, ob Sie für ein Thema “brennen”, denn damit werden Sie glaubwürdiger und die Teilnehmer können die Inhalte Ihres Seminars annehmen.

Menschen, denen eine Vision fehlt, können natürlich auch gute Seminare abhalten, aber die Besten sind immer diejenigen, die für ein Thema “brennen” und bei denen man infolgedessen das innere Feuer spürt.

Nutzen motivieren

Ob Sie Ihre Vision schon gefunden haben oder noch auf der Suche sind: Für alle Veranstalter gibt es einen Motor, der für alle funktioniert: sich den Nutzen der Teilnehmer vor Augen zu führen. Je klarer wir uns werden, welchen Nutzen die Seminarteilnehmer haben, umso größer ist die Motivation, sich dafür einzubringen.

Deshalb meine Frage an Sie: Fragen Sie konsequent danach, welchen Nutzen die Teilnehmer Ihrer Seminare haben? Es gibt eine Reihe von Möglichkeiten, dies herauszufinden: Sie können die Teilnehmer direkt am Ende einer Veranstaltung nach den wichtigsten Erkenntnissen des Workshops fragen und notieren sofort die Antworten. Ich mache das immer gerne, weil damit

zusätzlich Impulse für die ganze Gruppe entstehen. Die Teilnehmer können den Nutzen auch (z. B. auf einer Feedbackkarte) notieren. Dann haben Sie später etwas schriftlich, was Sie vielleicht auch für Ihre Werbung verwenden können und genügend Zeit zum Reflektieren. Feedbackkarten sind bei großen Gruppen und schwierigen Themen empfehlenswert. Sie haben auch die Möglichkeit, gleich nach dem Seminar eine E-Mail zu senden oder Sie rufen die Teilnehmer einfach an. Auf E-Mails bekommen Sie meist weniger Antworten, beim Telefonieren investieren Sie viel Zeit und wissen nicht genau, in welcher Situation Sie Ihren Gesprächspartner vorfinden. Sie spüren sicher schon jetzt, was Ihnen am meisten behagt und das probieren Sie aus. Generell gilt:



Je frischer das Feedback – sprich der Nutzen Ihres Seminars – abgefragt wird, umso besser ist die Qualität der Aussagen.

Um Ihre Nutzensammlung zu starten, müssen Sie nicht auf das nächste Seminar warten, sondern können jetzt gleich eine Liste mit allen Nutzen erstellen, die Ihnen einfallen. Diese ergänzen Sie dann später mit weiteren Nutzen. Bitte denken Sie auch an emotionale Nutzen, die häufig gerne vergessen werden wie:

„Das hat mein Selbstvertrauen gestärkt.“ → Selbstvertrauen.

„Ich habe jetzt den Mut, eine Entscheidung zu treffen.“ → Mut.

„Der Erfahrungsaustausch tat mir gut.“ → Gleichgesinnte treffen.

„Ich habe neue Hoffnung.“ → Hoffnung.

„Ich habe jetzt eine ganz neue Idee.“ → Kreativität.

„Ich habe etwas gelernt, was ich leicht in meine Arbeit integrieren kann.“ → neue Qualifikationen.

„Ich sehe meine nächsten Schritte klar vor Augen.“ → klares Ziel haben.

Übung: Nutzen der Seminarteilnehmer

Notieren Sie zunächst, zu welchem Seminar Sie nun die Nutzen, sei es mündlich oder schriftlich, aufschreiben möchten.

Seminar _____

Es geht hier nicht um Ihren persönlichen Nutzen, sondern um die Sichtweise Ihrer Teilnehmer, die an Ihrem Seminar bereits teilgenommen haben¹! Bitte notieren Sie jetzt mindestens 15 Nutzen, ohne diese zu bewerten. Notieren Sie, was Ihnen einfällt und führen Sie die Übung zu Ende, ohne sie zu unterbrechen.

Nutzen	rational²	emotional³
1. _____	()	()
2. _____	()	()
3. _____	()	()
4. _____	()	()
5. _____	()	()
6. _____	()	()
7. _____	()	()
8. _____	()	()
9. _____	()	()
10. _____	()	()
11. _____	()	()
12. _____	()	()
13. _____	()	()
14. _____	()	()
15. _____	()	()

¹ Oder teilnehmen werden, wenn Sie erst durchstarten. In diesem Fall stellen Sie sich den Nutzen Ihrer Teilnehmer einfach vor.

² Rationale Ebene = Sach-, Inhalts- und Verstandesebene

³ Emotionale Ebene = Beziehungs- und Gefühlsebene: Wünsche, Bedürfnisse, Instinkte, Triebe