

Seminare „On Demand“

Das man Waren im Internet bestellen und sich dann zuschicken lassen kann, ist schon eine Selbstverständlichkeit. Doch Seminare „On Demand“ zu buchen, ist noch nicht üblich. Diesen Service möchte jetzt Unternehmensberater Ewald W. Schneider gemeinsam mit seinem Partner Christian Bräuer etablieren.

Herr Schneider, warum haben Sie mit „Seminare and more“ ein Seminarbuchungsportal für unsere Branche geschaffen?

Weil es überfällig war und vertriebslich konsequent ist. In Zukunft wird die Tendenz abnehmen, in einem Laden zu kaufen oder gar einen Berater zu sich kommen zu lassen. Ich habe seit den Anfängen meines Berufslebens alle Formen des Erstkontaktes durch Kunden erlebt. Angefangen hat es mit Telex und Briefpost, dann war Fax relativ lange aktuell. Dann kam die E-Mail und jetzt erleben die klassischen Vertriebsstrukturen, dass der Kunde zunehmend eine direkte Kaufentscheidung im Internet möchte. Dem Wunsch tragen wir auch auf diesem Feld jetzt Rechnung. Mit ein paar Klicks können nun alle unsere Dienstleistungen bequem im Internet gebucht werden. Wer eine individuelle Beratung wünscht, dem werden wir natürlich auch weiter ein guter Gesprächspartner sein.

Sie nennen das Buchungsportal „Seminare and more einfach online buchen“. Was hat es mit dem „more“ auf sich?

EWS: Beispielsweise bieten wir der Zielgruppe kleinerer Unternehmen in einem speziellen zweitägigen Workshop an, von meinem Know-how aus über 800 Personalvermittlungen zu partizipieren. Es gibt eben Betriebe, die sich keinen Personalberater leisten wollen. Aber wirklich neu ist die Dienstleistung, die mein Partner und Mitinitiator dieses Buchungsportals Christian Bräuer für kleinere Betriebe (vorzugsweise mittlere und größere Handwerksbetriebe) erbringt.

Der Internet-Handwerker wird Handwerksbetrieben diverse Module anbieten, die den Unternehmen in logischen Schritten helfen werden, das Internet und seine vielfältigen Möglichkeiten besser und vor allem gewinnbringend zu nutzen. Am Anfang steht immer eine zweitägige Analyse des Internet-Handwerkers im beauftragenden Unternehmen. Hier wird intensiv analysiert, auf welchem Niveau sich das Unternehmen in der Nutzung des Internet derzeit befindet. Es wird der Be-

darf ermittelt, wo das Unternehmen in der Nutzung des Internets kurz-, mittel und langfristig stehen möchte. Daraus leiten sich dann logische Empfehlungen des Internet-Handwerkers für weitere notwendige Maßnahmen ab.

Was sind die typischen Module?

Das können sein

- Internetseiten Bau (Profiversion u. a. mit Youtube Gallery usw.),
- regionale Internetwerbung,
- Video- und Bildpräsentation der Dienstleistungen,
- Handwerker-Blog,
- Einbindung sozialer- und beruflicher Netzwerke sowie
- Online-Shop und vieles mehr.

Neben der Konzeption und Entwicklung bedarfsgerechter Internetauftritte sorgt der Internet-Handwerker dafür, dass man im Internet auch gefunden wird. Vor allem genau dann, wenn ein potenzieller Kunde nach einer Lösung für ein Problem wie mittlerweile die Vielzahl der Deutschen im Internet sucht und sich über mögliche Dienstleister informiert. Hier wird beispielsweise durch regionale Internetwerbung sichergestellt, dass nur die Interessenten angesprochen werden, die sich direkt in dem Geschäfts-

gebiet des Handwerkers befinden. Denn was bringt es denn Handwerkern, wenn potenzielle Kunden auf die Internetseite kommen, die jedoch hunderte Kilometer entfernt sind? Diese Herausforderungen geht der Internet-Handwerker Christian Bräuer stets in enger Zusammenarbeit mit den Auftraggebern gemeinsam an. Die Dienstleistung des Internet-Handwerkers ist mehr, als die klassische Leistung eines Handwerkes jemals sein könnte. Der Internet-Handwerker ist auch Coach und Berater. Er führt den Kunden zielgenau dahin, mit dem Internet in Zukunft all die Dinge zu tun, die notwendig sind, um das Geschäft nachhaltig zu fördern. Die Handwerker erhalten als Ergebnis neben einem ganzheitlichen Internetauftritt vor allem auch eine führende Hand auf dem Weg in eine nutzbringende Internetnutzung. Das muss alles zum Auftraggeber passen und vor allem von den handelnden Personen „gelebt“ werden. Dann werden sich die Investitionen schnell auszahlen.

Gibt es nicht schon genug Seminar-Angebote am Markt?

Natürlich gibt es viele Angebote am Markt. Wenn Sie das aber auf die Bedürfnisse kleinerer Unternehmen – wie Handwerker – runter brechen, dann lichten sich die Reihen schon ganz erheblich. Vor allem was die Qualität und die einfache Buchbarkeit des Angebotes betrifft. Ich moderiere seit 25 Jahren ex-

Kontakt

Ewald W. Schneider,
Seminare und more
bequem online buchen

[www.ewald-w-schneider.de/
seminare-and-more.html](http://www.ewald-w-schneider.de/seminare-and-more.html)



Foto: pixello

Damit auch Handwerker in Zukunft wissen, wo der Hammer hängt, schreibt Ewald W. Schneider jetzt seine Seminare online aus.

klusive Seminare für größere Unternehmen. Diese Unternehmen vereinbaren mit mir eine fein abgestimmte Personalentwicklungsmaßnahme, an denen ich den Seminarablauf orientiere. Diese Auftraggeber können ohne Beeinträchtigung des Geschäftsbetriebes durchaus zwölf Mitarbeiter für ein Intervalltraining (bis zu 4 x 2 Seminartage) anmelden. Das ist für einen kleinen Handwerksbetrieb undenkbar. Damit dieser kleinere Betrieb nur einen Mitarbeiter in ein zweitägiges Seminar schicken kann, muss der Seminaranbieter „offene“ Seminare anbieten. Das Kunststück liegt darin, termingerecht das Seminar mit Teilnehmern von unterschiedlichen Firmen gefüllt zu bekommen. Und der Handwerker möchte sich sicher nicht in einem Seminar wieder finden, wo der der Versicherungsvertreter oder die Kosmetik Beraterin auch sitzt. Das alles will gut organisiert sein und macht „offene“ Seminare leider signifikant

teurer als exklusive firmeninterne Seminare.

Ein gutes Stichwort. Was kosten Ihre „offenen“ Seminare?

Natürlich wollen wir gut verdienen. Aber wir verzichten auf sündhaft teuren Vertrieb und Marketing der klassischen Art. Wir müssen sicher Maßnahmen ergreifen, dass man unser Buchungsportal im Internet auf der ersten Seite findet. Ich bin sehr froh, mit Christian Bräuer einen echten Spezialisten für dieses Thema an meiner Seite zu haben. Er ist ein Software-Entwickler, der an der Entwicklung sehr erfolgreicher Online-Shops mitgewirkt hat. Aber das ist es auch schon an Marketingaufwendungen: Da verdienen nicht noch einige mit, um mit den Worten eines bekannten Onlinehändlers zu sprechen. Wir geben deshalb Einsparungen, die durch Vermeidung unnötiger Vertriebs- und Marketingkosten erzielt werden,

an die buchenden Seminarteilnehmer weiter. Sie finden bei uns Frühbucherrabatte, Last-Minute Angebote usw, so wie man es von seiner Fluggesellschaft kennt. Wir tun alles dafür, die „offenen“ Seminare mit Teilnehmern gefüllt zu bekommen. Um beim Bild mit dem Flieger zu bleiben: Der kann auch nur preiswert anbieten, wenn er seine Sitze schnellstmöglich zu 90 Prozent und mehr ausgebucht bekommt. Bei Anbietern von „offenen“ Seminaren gibt es eine nicht unerhebliche Anzahl von Stornierungen von Seiten des Veranstalters, weil die maximal verfügbaren zwölf Plätze nicht rechtzeitig gebucht wurden. Stellen Sie sich vor, Ihre Fluggesellschaft würde fünf vor zwölf Ihren Urlaubsflug wieder stornieren, weil die Maschine sonst halb leer fliegen müsste. Bei „offenen“ Seminaren gibt es dann noch die Besonderheit, dass mindestens sechs Teilnehmer im Seminar sein müssen. Sonst fehlt leider die erforderliche Gruppendynamik und oft rechnet sich die Kalkulation auch nicht. Wir versuchen, all das zu optimieren und setzen auf ein voll digitalisiertes Buchungssystem.

Wie viele handwerkergerechte Seminare bieten Sie an?

Unterschätzen Sie Handwerker nicht! Die sind durchaus auch bereit, sich in andere Themenbereiche und Zielgruppen einzubuchen. Sie sind am Kontakt zu Menschen aus anderen Geschäftsmodellen durchaus interessiert. Aber natürlich haben wir auch Seminare im Angebot, die ausschließlich den Handwerker

als Zielgruppe definiert. Generell gilt für uns bei der Entwicklung neuer Seminarthemen ein altes Handelsprinzip: Wir analysieren die Schnell- und Nulldreher unseres Seminarangebotes und orientieren alle neu zu entwickelnden Themen an diesen Erkenntnissen. Ein Ladenhüter fliegt schnell aus unserem Programm.

Wie umfassend ist Ihr Seminarangebot derzeit?

Wir bieten derzeit ca. 15 Themenbereiche an und haben fast jede Woche einen Termin in unterschiedlichen Hotels und Städten verfügbar. Wir haben das Ziel, das Themenspektrum und die Seminartermine innerhalb eines Jahres zu verdoppeln. Aber dazu brauchen wir qualifizierte Gasttrainer.

Was ist denn aus Ihrer Sicht ein guter Gasttrainer?

Wir werden nicht mit so genannten Referenten oder Dozenten aus der Weiterbildungsbranche arbeiten. Unser Anspruch ist ein anderer: Der Gasttrainer muss ein erfolgreicher Unternehmer sein und einen starken Praxisbezug haben. Wenn er oder sie noch die erforderliche Methodenkompetenz hat, dann können wir uns eine Zusammenarbeit vorstellen. Derzeit habe ich mit meinem langjährigen Weggefährten Uwe Bühner so einen erfahrenen Kenner am Start. Der kann den kritischsten Handwerksmeister überzeugen – und nur darauf kommt es an. Ich bin zuversichtlich, dass wir bald weitere Gasttrainer aus der Branche für uns gewinnen können. ■