

MEHR WISSEN. DAS THEMEN-DOSSIER VOM ERFOLG MAGAZIN

ERFOLG

DOSSIER

+
10 TIPPS

MACHE MEHR
AUS DEINEM
HANDWERKS-
UNTERNHEMEN

EXPERTE IN
DIESER AUSGABE

**SVEN
SCHÖPKER**

Mr. HANDWERK

WIE SVEN SCHÖPKER MENSCHEN WIEDER
FÜRS HANDWERK BEGEISTERN WILL

E-PAPER AUSGABE 20 · 2022

DEUTSCHLAND | ÖSTERREICH | SCHWEIZ

Bild: Holger Bulk Photography, Deposiphotos / denismaglov



4 190872 505003

INHALT

Interview

Von der Hobelbank auf die Bühne
Sven Schöpker will die goldenen Zeiten des
Handwerks zurückbringen 4

Titelthema

Handwerk – aber so richtig geil!
Wie Sven Schöpker Menschen wieder fürs
Handwerk begeistern will..... 6

Erfolg

10 Tipps, um jetzt mehr aus deinem
Handwerk rauszuholen 8

Angebote

Mentoring, Medien..... 10



Bild: Guido Rehme, Mission geiles Handwerk

Impressum

Folgen Sie uns auch auf



Erfolg Magazin Dossier

Redaktion/Verlag

Backhaus Verlag GmbH
ist ein Unternehmen der Backhaus Mediengruppe
Holding GmbH, Geschäftsführender
Gesellschafter Julien Backhaus

E-Mail: info@backhausverlag.de
Chefredakteur (V.i.S.d.P.) Julien Backhaus
Redaktionsleitung: Johanna Schmidt
Redaktion: Katrin Reißner
E-Mail: redaktion@backhausverlag.de
Layout und Gestaltung: Jasmin Päper
E-Mail: magazine@backhausverlag.de

Onlineredaktion

E-Mail: info@backhausverlag.de

Herausgeber, Verleger:

Julien Backhaus

Anschrift

Zum Flugplatz 44
27356 Rotenburg
Telefon (0 42 68) 9 53 04 91
E-Mail: info@backhausverlag.de
Internet: www.backhausverlag.de

Lektorat

Ole Jürgens Onlineservices
Dr. Ole Jürgens
Jägerhöhe 36
27356 Rotenburg
E-Mail: info@textcelsior.de

Vervielfältigung oder Verbreitung nicht ohne
Genehmigung.

Alle Rechte vorbehalten.

Autoren (Verantwortliche i.S.d.P)

Die Autoren der Artikel und Kommentare im Erfolg
Magazin sind im Sinne des Presserechts selbstver-
antwortlich. Die Meinung der Autoren spiegelt
nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wider.
Trotz sorgfältiger Prüfung durch die Redaktion
wird in keiner Weise Haftung für Richtigkeit ge-
schweige denn für Empfehlungen übernommen.
Für den Inhalt der Anzeigen sind die Unternehmen
verantwortlich.

Bilder: Oliver Reetz



Julien Backhaus
Verleger und
Herausgeber

NOCH ZU OFT ÜBERSEHEN: DAS POTENZIAL IM HANDWERK

Wenn im Erfolgstraining von Zielsetzung, Arbeitsmoral und Innovation und in der Unternehmensberatung von Recruiting, Strategie und Skalierung gesprochen wird, denken wir an Banken, IT-Unternehmen und Startups. Aber es gibt eine Branche, die oft vergessen wird. In Deutschland allein gibt es über eine halbe Million zulassungspflichtige Handwerksbetriebe, die über fünf Millionen Menschen beschäftigen und über eine halbe Billion (!) Euro Umsatz machen. Die Unternehmer in dieser Branche sind oft selbst ausgezeichnete Handwerker, die ihr Talent zum Beruf gemacht haben. Nur eines haben sie oft nicht gelernt: wie man ein Unternehmen eigentlich führt und weiterentwickelt.



Man sollte meinen, eine Heerschar von Beratern hätte sich längst auf diese große und zahlungskräftige Zielgruppe konzentriert. Aber das Gegenteil ist der Fall. Bezieht man es auf die Blue-Ocean-Strategie, konzentriert sich die deutsche Beraterszene eher auf den Red Ocean, in dem es Hauen und Stechen gibt. Der Blue Ocean der Handwerksbetriebe wartet hingegen auf kompetenten Rat.

Um dieser wichtigen Klientel eine Orientierung darüber zu geben, was möglich ist, haben wir Sven Schöpker für dieses Themen-Dossier gewinnen können. Er gilt vielen in der Branche als wichtigster Strategie für Handwerksunternehmen. Die Fachmedien loben ihn für sein Engagement und er gewann diverse Preise für sein Wirken. Sogar Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier beehrte Schöpker 2017 bei einem Stadtbesuch in seiner Raumfabrik. Denn Schöpker ist selbst Praktiker. Er baute ein europaweit erfolgreiches Handwerksunternehmen auf. Für dieses Dossier konnten wir uns keinen besseren Experten wünschen.

Viel Vergnügen beim Lesen
Ihr Julien Backhaus

Von der Hobelbank auf die Bühne

SVEN SCHÖPKER WILL DIE GOLDENEN ZEITEN DES HANDWERKS ZURÜCKBRINGEN

Wie sind Sie dahin gekommen, wo Sie heute stehen?

Erstens: Der Erfolg kommt selten über Nacht. Vielmehr setzt sich mein Erfolg aus guten Ideen, harter Arbeit und einer Mentalität des Dranbleibens zusammen. Und dann verhelfen einem manchmal auch gute Zufälle zum Erfolg.

Sie sind seit vielen Jahren in der Handwerksbranche tätig. Was hat Sie bewegt, Ihre Erfahrungen und Ideen auf der Speaker-Bühne mit anderen Menschen in der Handwerksbranche zu teilen?

Ich wollte immer schon das Handwerk positiv verändern und in ein vollkommen anderes Licht rücken. Nach wie vor hat das Handwerk in Deutschland nicht den Stellenwert, den es meiner Meinung nach haben sollte. Mit meinen Ideen und Impulsen möchte ich möglichst vielen Unternehmen dabei helfen, wieder die Anerkennung und Wertschätzung für ihre tägliche Arbeit zu bekommen, die sie verdienen und die es in den »goldenen Zeiten« des Handwerks auch gesellschaftlich gegeben hat.

Ein Beispiel, warum ich das Handwerk für junge Leute attraktiv machen möchte, war die Tatsache, dass in unserer Tischlerei damals ein junger Abiturient nicht den Weg zu uns gefunden hatte. Überhaupt hat er nicht den Weg ins Handwerk gefunden, obwohl er begeistert war und seine Augen funkelten. Allerdings war sein Vater der Meinung, dass er lieber studieren sollte. Handwerker, so der Vater weiter, könne er ja immer noch werden. Mit diesem Image des Handwerks mochte und möchte ich mich nicht abfinden und habe vor langer Zeit beschlossen, hier für entscheidende Veränderungen zu sorgen. All die Erfah-

rungen, Erfolge und vielleicht auch die kleinen Misserfolge aus meinen Unternehmen trage ich an andere Unternehmerinnen und Unternehmer im Handwerk weiter, sodass sie mit voller Kraft zukunfts- und erfolgsorientiert arbeiten können.

Wie sind Sie auf die Idee für »Die Mission geiles Handwerk« gekommen und was bedeutet das für Sie?

Mit der Mission geiles Handwerk kann ich einen Beitrag dazu leisten, dass andere

»MIT DER MISSION GEILES HANDWERK KANN ICH EINEN BEITRAG DAZU LEISTEN, DASS ANDERE UNTERNEHMEN IN DIESER GROSSARTIGEN BRANCHE ERFOLGREICHER WERDEN.«

Unternehmen in dieser großartigen Branche erfolgreicher werden. Die Idee ist ursprünglich aus einer internen Sicht in meinen eigenen Handwerksunternehmen entstanden. Wir haben schlichtweg zusammengessen und überlegt, wie wir unsere Serviceleistungen beim Kunden auf ein noch mal vollkommen anderes Level heben können. Ein vollkommen stressfreies Bauen und Renovieren unseren Kunden anzubieten. Mit einem festen Ansprechpartner – von der Planung bis zur fertigen Umsetzung. Darüber hinaus wollten wir als attraktiver Arbeitgeber für junge Menschen in der Region besser wahrgenommen werden. Und natürlich soll das Handwerk auch für die Unternehmer und Inhaber wieder attraktiver im Hinblick auf Aufwand, Risiko und Ertrag werden. Daraus ist dann letztlich die heutige digitale Unternehmensberatung entstanden, in der

wir unsere Ideen, unser Know-how und unsere Erfahrungen an andere Handwerksunternehmen weitergeben.

Welches Feedback bekommen Sie von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern für die »Mission geiles Handwerk«?

Das Feedback ist überwältigend, da die Teilnehmer in unseren Coaching-Programmen schon nach kurzer Zeit messbare Ergebnisse erzielen, die sich viele vorher nicht einmal im Ansatz hätten vorstellen können. Wir haben Teilnehmer, die in wenigen Tagen Mitarbeiter gewinnen, nach denen sie vorher monatelang vergeblich gesucht haben. Andere Teilnehmer hingegen haben in drei Monaten durch einen besseren Verkaufsprozess ihren Ertrag verdreifacht. Wieder andere sind nach jahrelangem Hin und Her endlich angekommen und wissen mit unserer Hilfe, wofür sie unternehmerisch stehen (möchten) und können fokussiert ihre neuen Ziele erreichen. Diese Resultate spornen mich und mein Team unglaublich an.

Wie wollen Sie sicherstellen, dass Sie sich mit dem Thema weiterentwickeln und am Puls der Zeit bleiben?

Das brauche ich nicht extra sicherzustellen. Denn ich bin im Unterschied zu vielen anderen Trainern und Coaches weiterhin aktiver Unternehmer in meinen eigenen Handwerksbetrieben und damit immer am Puls der Zeit. Ich spreche aus der Praxis für die Praxis, schaffe und setze in meinen Unternehmen regelmäßig moderne Prozessabläufe um und wir schauen gemeinsam, wie wir insgesamt noch besser, noch nachhaltiger und zugleich natürlich effektiver arbeiten können.

Sie sind nicht nur Speaker und Impulsgeber, sondern auch in der Planung und



Bild: Oliver Reetz

stadt Münster konnte ich zusammen mit 92 anderen Fahrern ein Spendenvolumen von rund 350.000 Euro »erradeln«. Mit diesem Betrag konnten wir im Nachgang mehr als 500.000 Kinder gegen die Kinderlähmung Polio impfen. Das war großartig.

Welche Zukunft sehen Sie für das deutsche Handwerk und welche Ziele haben Sie sich persönlich gesetzt?

Handwerk wird auch in Zukunft einen goldenen Boden haben. Zumindest für die Betriebe, die sich spezialisieren und die Chancen der Digitalisierung für sich nutzen können. Mit meinen Betrieben werden wir die regionale Marktführerschaft weiter ausbauen. Und im Coaching-Markt möchte ich die Nummer eins im Handwerk werden. Ganz klar! ♦

»Nochmal: Einen Erfolg über Nacht gibt es meiner Meinung nach nicht. Es gibt auf jedem Weg Rückschläge, dir passieren Fehler, all das gehört nun mal dazu.«

Umsetzung zahlreicher Projekte Ihrer »Raumfabrik« aktiv. Gleichzeitig führen Sie gemeinsam mit Ihrem Vater eine Tischlerei, wo es für Sie ja angefangen hat im Handwerk. Wie vereinbaren Sie diese Berufungen miteinander und – Hand aufs Herz – wo fühlen Sie sich am wohlsten, im eigenen Büro, auf der Baustelle, an der Hobelbank oder auf der Bühne?

(Lacht) Ich fühle mich tatsächlich überall in meinen Unternehmen sehr wohl. Ich mag die Abwechslung zwischen guten Gesprächen mit meinen Mitarbeitern, der Entwicklung neuer Konzepte, den Zoom-Calls mit unseren Coaching-Teilnehmern und natürlich auch die Seminare und Vorträge. Mit der Raumfabrik gestalten wir beispielsweise das Bauen für Kunden absolut stressfrei. Der Kunde hat einen Ansprechpartner, einen Fixtermin und erlebt auch in Sachen Kosten keine bösen Überraschungen, weil wir im Vorfeld alles sorgfältig planen. Dadurch optimieren wir unsere eigenen Abläufe immer weiter und wissen genau, was für welche Zielgruppe am entscheidendsten ist. All diese Erfahrungen gebe ich im Coaching und bei Seminaren an unsere Teilnehmer weiter, damit die ihre Kunden ebenfalls restlos begeistern können. Dann sind beide Seiten

zufrieden. Der große Gewinner? Das Handwerk! Denn die Handwerksunternehmen können durch strukturierte Prozesse ihre Aufträge planbar und qualitativ hochwertig ins Ziel bringen und die Kunden nehmen die Unternehmen sehr positiv wahr, weil es keine Überraschungen hinsichtlich Fertigstellungstermin und Nachkalkulation gibt.

Was waren die größten Herausforderungen auf Ihrem Weg?

Die größte Herausforderung ist immer, nicht aufzugeben. Noch mal: Einen Erfolg über Nacht gibt es meiner Meinung nach nicht. Es gibt auf jedem Weg Rückschläge, dir passieren Fehler, all das gehört nun mal dazu. Wichtig ist, immer wieder aufzustehen, dranzubleiben und das große Ziel nicht aus den Augen zu verlieren. Wie hat Elon Musk einmal gesagt? »Wir scheitern uns nach vorn.« Und auch das ist ein gutes Mindset.

Was waren Ihre großen Siege?

Einer der schönsten Erfolge war ein großartiges Fundraisingprojekt, welches ich vor einigen Jahren mit meinem Rotary Club auf die Beine stellen durfte. Bei einem Jermann-Radrennen in meiner Heimat-

Handwerk – aber so richtig geil!

WIE SVEN SCHÖPKER MENSCHEN WIEDER FÜRS HANDWERK BEGEISTERN WILL

DIE MITARBEITERGEWINNUNG, ODER BESSER GESAGT DER »WAR FOR TALENTS«, ERFOR- DERT HEUTZUTAGE NEUE STRATEGIEN.

In Deutschland gibt es über eine Million Handwerksunternehmen, die insgesamt fast sechs Millionen Menschen beschäftigen. Bei vielen Unternehmen sind die Auftragsbücher voll – zum Teil können in den nächsten zehn bis zwölf Monaten gar keine neuen Projekte mehr angenommen werden. Für den Laien klingt diese Auslastung zunächst gar nicht schlecht, doch bei genauerem Hinsehen entpuppen sich zahlreiche (zu) volle Auftragsbücher als pottemkinsche Dörfer. Warum ist das so?

Das Problem im Handwerk

Zum einen beschäftigen sich Handwerksunternehmen nur allzu häufig mit einer Vielzahl an zu kleinen oder für sie selbst suboptimalen Projekten, die am Jahresende zu wenig Gewinn abwerfen. Lösungsansätze für dieses Problem sind insbesondere eine glasklare Positionierung mit spitzer fachlicher Ausrichtung, ein wesentlich strukturierter und besserer Verkaufsprozess sowie neue Marketingimpulse, die in der Summe mehr Erfolg mit weniger Zeiteinsatz ermöglichen.

Zum anderen lassen Wartezeiten von mehreren Wochen und Monaten potenzielle Kunden womöglich zur besser aufgestellten Konkurrenz abwandern. Oft genug werden die nicht essenziellen Bau- oder Renovierungsvorhaben seitens der Kunden gänzlich eingestampft. Extrem lange Wartezeiten sind – durch alle Gewerke hinweg – eng mit dem gestiegenen Bedarf an qualifizierten Fachkräften, dem gesellschaftli-

chen Wertewandel, der Globalisierung und natürlich auch dem demografischen Wandel verzahnt.

Alles verstärkt den negativen Effekt und führt schlussendlich zu einem paradoxen Ergebnis: Trotz mitunter sehr guter Auftragslage für das Handwerk im Allgemeinen fahren viele Unternehmen nicht die Erfolge oder die Anerkennung ein, die sie eigentlich bekommen müssten und die sie aufgrund ihrer harten und qualitativ hochwertigen Arbeit verdienen.

Die »Mission geiles Handwerk«

Leider hat das Handwerk in den Augen vieler seinen Stellenwert verloren. Das muss und das darf nicht sein, findet Sven Schöpker. Schließlich habe Handwerk im-

AM ENDE SOLL DIES EINEM GROSSEN, GEMEINSAMEN ZIEL DIENEN: DAS HANDWERK IN EIN BESSERES LICHT ZU RÜCKEN.



mer noch »goldenen Boden« und werde niemals durch künstliche Intelligenz zu ersetzen sein. Übergeordnetes Ziel für das Handwerk als Stützpfiler der deutschen Wirtschaft und Kultur müsse es sein, dass die handwerkliche Leistung wieder wertgeschätzt wird, sodass Kunden und auch qualifizierte Mitarbeiter automatisch auf die Betriebe zukommen.

Hier setzt Impulsgeber, Coach und Unternehmer Sven Schöpker mit der »Mission geiles Handwerk«, einer digitalen Unternehmensberatung für Handwerksunternehmen an. Der gelernte Tischler und studierte Diplom-Kaufmann ist Gründer der mehrfach ausgezeichneten Raumfabrik mit Standorten in Münster, Düsseldorf und auf Norderney und zählt mittlerweile zu den erfolgreichsten Unternehmern im Handwerk. Mit der Mission geiles Handwerk gibt er seine Expertise an andere Handwerksunternehmer weiter – ganz nach dem Motto »aus der Praxis für die Praxis«. Am Ende soll dies einem großen, gemeinsamen Ziel dienen: das Handwerk in ein besseres Licht zu rücken.

Den Kampf um Fachkräfte gewinnen

Die Mitarbeitergewinnung, oder besser gesagt der »War for Talents« erfordert heutzutage neue Strategien. Schließlich ist der einstige Arbeitgebermarkt längst zu einem Arbeitnehmermarkt avanciert. Unternehmen müssen um die besten Talente buhlen und sich von der Masse abheben. Mit verstaubten Zeitungsanzeigen und beschriebenen Vorteilen wie »einem sicheren Arbeitsplatz« erreicht man keine jungen Leute mehr und überzeugt sie erst recht nicht davon, den Weg ins Handwerk zu finden. In diesem Zusammenhang ist die



Bild: Guido Rehme, Mission geiles Handwerk, Rauffabrik Konzept- und Lebensstile

Work-Life-Integration ein wichtiges Stichwort, so der Experte. Denn vor allem die jungen Talente bzw. Fachkräfte haben einen – im Vergleich zu früheren Generationen – veränderten Blick auf das Zusammenspiel von Arbeit und Privatleben.

Kreative Lösungen hat das Handwerk indes längst parat: So ermöglicht z. B. eine Vier-Tage-Woche über das ganze Jahr ein langes Wochenende und somit Quality-Time mit Familie und Freunden. Dieses Angebot wirkt wie ein Magnet auf qualifizierte Mitarbeiter, berichtet Schöpker. Außerdem können moderne Arbeitsausstattung, Kommunikation auf Augenhöhe, digitale Prozesse und andere Benefits dafür sorgen, dass zukünftig wieder mehr Ausbildungsstellen besetzt werden.

Jetzt gibt es Unternehmen, die ihren Fachkräften einen vollausgestatteten Dienstwagen, moderne Arbeitskleidung, Tablets, durch Hilfskräfte vorbereitete Baustellen und weitere Vorteile bereitstellen. Dennoch bewirbt sich kaum jemand auf vakante Stellen! Warum? »Die Mehrheit der Handwerksunternehmen trägt ihre Vorteile gar nicht nach außen. In Sachen Social-Media- und Onlinemarketing passiert wenig bis gar nichts«, bemängelt der Experte. Oft bekäme er zu hören: »Früher haben wir immer mehr Bewerbungen bekommen. Ich weiß nicht, warum heutzutage nichts mehr passiert!« Auf die Frage, was das Unternehmen denn außenwirksam zur Mitarbeitergewinnung getan habe,

folge meist ein Achselzucken. Und genau da liege das Problem.

Die eigenen Vorzüge sichtbar machen

»Wer in den Social-Media-Kanälen nicht präsent ist, existiert nicht«, bringt es Sven Schöpker knallhart auf den Punkt. Was nütze es, wenn man z. B. deutlich besser arbeite als die Konkurrenz, diese Tatsache aber niemand mitbekomme, so der 44-Jährige weiter. Hierzu müssen Unternehmen raus aus der Unsichtbarkeit in die Sichtbarkeit kommen und insbesondere auf Social-Media-Kanälen Präsenz zeigen. Schließlich verbrachten gerade die Jüngeren viel Zeit in den sozialen Medien und seien über gut aufgebaute Funnel sehr gut erreichbar. Blind und ausschließlich auf vorgefertigte Strukturen und Prozesse zur Mitarbeitergewinnung zu setzen, bringe in der Regel wenig und erst recht nicht den gewünschten Erfolg. »Analog zu den übervollen Auftragsbüchern verbergen die per Copy & Paste verbreiteten 08/15-Anzeigen bei Facebook und Co. den substanzial schlechten Zustand.«

Entscheidend für den Erfolg der Mitarbeitergewinnung sei nämlich die individuelle Anpassung der Recruiting-Prozesse auf die einzelnen Betriebe, was Schöpker mit der Mission geiles Handwerk durch einen wöchentlichen bilateralen Austausch über das gesamte Jahr gewährleisten will. Betriebe müssen potenzielle neue Mitarbeiter davon überzeugen, zu ihnen zu kommen und sich

trotz ihres aktuellen Anstellungsverhältnisses zu bewerben. Etwas überspitzt ließe sich sogar konstatieren, dass prinzipiell gar kein Fachkräftemangel herrsche. Gute Handwerker seien meist jedoch nicht aktiv auf Jobsuche, sondern sitzen in anderen Betrieben fest. Latente Unzufriedenheit von Fachkräften kann ohne das Sichtbarmachen einer besseren Alternative nicht genutzt werden. Deshalb sei ein omnipräsenter Social-Media-Auftritt für die Gewinnung neuer Fachkräfte unabdingbar, sagt der Experte.

LANGFRISTIG BEDEUTE MITARBEITERGEWINNUNG ABER IMMER AUCH MITARBEITERFÜHRUNG.

Langfristig bedeute Mitarbeitergewinnung aber immer auch Mitarbeiterführung. Werden qualifizierte Mitarbeiter an das Unternehmen gebunden, funktionieren dieses mit der Zeit und in gewünschtem Ausmaß automatisiert und prinzipiell sogar ohne den Geschäftsführer im täglichen Geschäft. Durch die Fokussierung auf eine Kundenzielgruppe und die Spezialisierung auf wenige Kernleistungen werden Betriebe von Generalisten zu Experten auf ihrem Fachgebiet. Dadurch, davon ist Sven Schöpker überzeugt, werden neue Mitarbeiter ebenso wie neue Kunden nahezu magnetisch angezogen. ♦

10 Tipps,

um jetzt mehr aus
deinem Handwerk
rauszuholen

1. Einfach mal machen

Du musst nicht gut sein, um anzufangen. Aber du musst anfangen, um gut zu werden. Perfektionismus steht vielen Unternehmen im Weg – sie denken, eine Sache müsse zu 100 Prozent funktionieren, sonst lassen sie lieber die Finger davon. Dabei ist Misserfolg unabdingbar. Ohne ihn gäbe es gar keinen Erfolg. Lerne aus deinen Fehlern und mache es beim nächsten Mal besser. Klar ist, dass nicht Misserfolg das Gegenteil von Erfolg ist, sondern Nichtstun. Aus Angst, zu weit zu gehen, gehen viele Unternehmer nicht weit genug. Das erlebe ich immer wieder.

2. Social-Media-Präsenz

Wenn du nicht in den Social-Media-Kanälen präsent bist, existierst du gar nicht. Das klingt hart, ist aber so. Vor allen Dingen gilt das für deine Mitarbeitergewinnung. Du gewinnst Fachkräfte aus der Region und motivierte Auszubildende in den Social-Media-Kanälen. Warum ist das so? Die meisten Menschen verbringen unglaublich viel Zeit in den sozialen Medien. Dort kannst du sie abholen, auf dich aufmerksam machen und für dich gewinnen. Was nützt es, ein exzellenter Arbeitgeber zu sein oder ein hervorragendes Produkt zu haben, wenn es niemand weiß. Also, zeige dich und dein Unternehmen in den Social-Media-Kanälen!

3. Richtiges Verkaufen

Viele Unternehmer haben Schwierigkeiten mit dem Thema Verkauf. Dabei ist das als Unternehmer die wichtigste Eigenschaft, die du mitbringen kannst. Schließlich kannst du nicht davon leben, was du handwerklich herstellen kannst, sondern nur von dem, was du auch verkaufen kannst. Um erfolgreich zu verkaufen, musst du das richtige Mindset mitbringen. Warum sollte jemand ein Produkt oder eine Dienstleistung bei dir kaufen, wenn er merkt, dass du gar nicht zu 100 Prozent überzeugt bist? Glaube an dich und deine Leistung! Und statt Veränderungen immer wieder auf morgen zu verschieben, wie oben schon erwähnt, einfach mal machen, es könnte ja gut werden! Wenn du die Werkzeuge, Methoden und Strategien für einen erfolgreichen Verkaufsprozess kennst und beherrscht, lieferst du deinen Kunden einen ungeheuren Mehrwert. Verkaufen ist nämlich, anderen dabei zu helfen, eine Entscheidung zu treffen. Und genau mit diesem Mindset solltest du voller Überzeugung in den Verkauf gehen.

4. Klarheit

Kunden lieben Klarheit und hassen Verwirrung! Deshalb ist es so wichtig, dass du den richtigen Fokus setzt. In deiner gesamten Kommunikation muss deine Markenbotschaft klar erkennbar sein. Nur so kannst du die richtigen Voraussetzungen schaffen, um bei deinen Kunden zu punkten.

5. Glasklare Positionierung

Mittelmäßigkeit hat keine Chance mehr! Sei lieber in einem Bereich mit Abstand der Beste als in mehreren Bereichen Zweiter oder Dritter. Seien wir doch mal ehrlich: Du hast dir einen komplizierten Bruch am Handgelenk zugezogen und sitzt schon im Krankenwagen – soll dieser dich lieber in ein allgemeines Krankenhaus fahren oder in eine Fachklinik, in der solche Verletzungen mehrfach täglich behandelt werden? Hier müsstest du doch gar nicht ernsthaft überlegen. Du gehst natürlich zum Experten. Auf das Handwerk umgemünzt bedeutet das, dass du dich von deinem unter Umständen riesigen Bauchladen verabschieden solltest. Werde zum Experten und spezialisiere dich!

Mittelmäßigkeit hat keine Chance mehr! Sei lieber in einem Bereich mit Abstand der Beste als in mehreren Bereichen Zweiter oder Dritter.

6. Kunden-Magnet

Ergänzend zur Positionierung: Durch die Fokussierung auf eine Kundenzielgruppe und die Spezialisierung auf wenige Kernleistungen werden die Betriebe von Generalisten zu Experten auf ihrem Fachgebiet. Dadurch werden Kunden magnetisch angezogen.

7. Mitarbeiter-Magnet

Arbeite systematisch an der Strahlkraft deines Unternehmens. All die Benefits, die Mitarbeitern in deinem Unternehmen zur Verfügung stehen, bringen nichts, wenn du sie nicht kommunizierst.

ARBEITE SYSTEMATISCH AN DER STRAHLKRAFT DEINES UNTERNEHMENS.

8. Vorqualifikation

Schon wieder zwei Stunden Zeit verschwendet, weil du vor Ort festgestellt hast, dass der potenzielle Kunde überhaupt nicht dein Kunde ist? Das muss nicht sein. Kläre in einem Vorabtelefonat oder mittels Onlineformular schon im Vorfeld, ob der Kunde zu dir und du zu dem Kunden passt.

9. Skripte

Egal, ob telefonischer Kontakt mit (potenziellen) Neukunden, aktive Vertriebsanrufe oder Vorqualifikation von neuen Mitarbeitern: Du solltest in deinem Unternehmen für alle Prozesse fixe Abläufe festlegen und deinem Team diese in Form von Telefonskripten zur Verfügung stellen. Sorge dafür, dass kein Telefonat ohne ein Skript und ohne feste Abläufe stattfindet. Niemals.

10. Hinten rechts

Du bist unter der Woche viel unterwegs und verbringst mehrere Stunden im Auto? Dann solltest du unbedingt hinten rechts sitzen und jemand aus deinem Team sollte dich zu den Terminen fahren. Das hat nichts mit Eitelkeit oder Arroganz zu tun. Absolut nicht. Es geht um die Maximierung deiner Arbeitsproduktivität. Kunden und auch deine Mitarbeiter profitieren davon, dass du nicht selbst am Steuer sitzt, sondern die Zeit bestmöglich nutzt. ♦



ANGEBOTE VON SVEN SCHÖPKER:

MENTORING

GESCHÄFTSFÜHRER- UND UNTERNEHMERSTRAINING

Flaggschiff der Mission geiles Handwerk ist das Geschäftsführer- und Unternehmertraining. In diesem Coaching stehen den Handwerksunternehmen aller Gewerke Sven Schöpker und dessen Expertenteam für eine intensive Betreuung zur Verfügung. Thematisch werden hier nicht nur Verkauf und Marketing abgedeckt, sondern es wird tatsächlich rund um alle unternehmerisch relevanten Dinge beraten. Angefangen bei der Positionierung und dem strategischen Verkauf, geht es über Onlinemarketing und Mitarbeiter- sowie Neukundengewinnung in die Gefilde der BWL, Baurecht und vieles mehr. Damit ist das Coaching sowohl für Kleinunternehmer als auch für große Unternehmen mit mehreren Standorten und Mitarbeitern im dreistelligen Bereich perfekt geeignet. Eine ausgewogene Mischung zwischen regelmäßigen Calls, 1:1-Coachings und Live-Events stellt den Umsetzungserfolg der Teilnehmer sicher.



Bilder: Raumfabrik Konzept- und Ideenschmiede

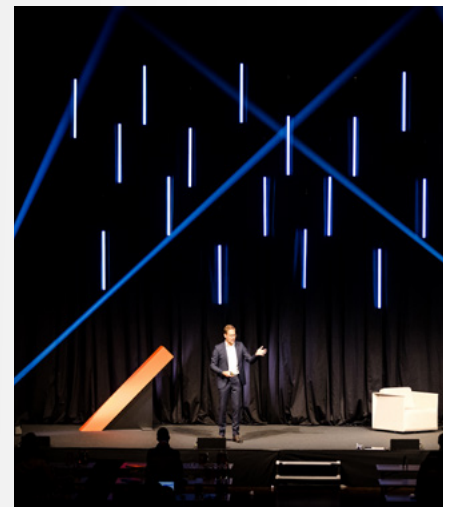


TERMINE

Neben Präsenzterminen, die ausschließlich Coaching-Teilnehmern zugänglich sind, finden ganz regelmäßig auch offene Live-Events statt, damit möglichst viele Handwerksunternehmen von der Expertise der Mission geiles Handwerk profitieren. Mehr Informationen dazu gibt es auf www.missiongeilshandwerk.de oder dem YouTube-Kanal der Mission geiles Handwerk.



Zum YouTube-Kanal:



MEDIA

PODCAST

Auch der Podcast der MgH ist sehr zu empfehlen und über alle gängigen Plattformen zu erreichen.

Zum Podcast:



SOCIAL MEDIA



@svenschoepker



Sven Schöpker



Sven Schöpker





Erfolg wird bei uns großgeschrieben. Umwelt aber auch: Das ePaper

Auch als ePaper-Abo.

Jetzt downloaden und lesen, was erfolgreich macht.

www.erfolg-magazin.de/shop