quivendo

Newsletter

Nr. 3 + 2. Jahrgang + April 2009

Liebe Leser,

bei der Vorbereitung dieses Briefes ist mir das Wort „Höhlenbewohner“ aufgefallen. Das sind Selbstständige, die nicht aus dem Haus kommen. Meist haben sie wenig Kontakte und auch wenig Aufträge. Davon gibt es ziemlich viele. Kennen Sie auch welche?

Gehen Sie doch zum Netzwerken. Netzwerke sind institutionalisierte Gelegenheiten, aus dem Haus zu kommen und sich bekannt zu machen.

In den letzten Wochen war in der Presse viel davon die Rede, weshalb Netzwerken wichtig ist. Hier erfahren Sie ganz praktisch, wie Sie einsteigen können.

Ich wünsche Ihnen einen sonnigen und erfolgreichen Sommer!
Herzliche Grüße

Kerstin Boll

Impressum

quivendo
kerstin boll
amrumstieg 16
ahrensburg

Telefon 04102 / 4736294
Telefax 04102 / 4736295

grafik: www.augenzwinkern.net

Sind Sie ein guter Netzwerker?

	Ja	Nein
Haben Sie die Visitenkarten Ihrer wichtigsten Geschäftspartner immer dabei?		
Haben Sie sich eine 60-Sekunden-Präsentation für sich selbst zurechtgelegt?		
Tragen Sie einen besonderen Anstecker oder ein Schmuckstück, das es anderen leicht macht, Sie anzusprechen?		
Gehen Sie mit positiven Erwartungen und ausreichend fit zum Netzwerken?		
Haben Sie ein kleines Geschenk im Kopf, das Sie weitergeben können?		
Gehen Sie zu den richtigen Veranstaltungen?		
Wissen Sie, wie Sie ins Gespräch kommen, wenn Sie keinen Bekannten treffen?		
Wissen Sie, was Sie mit den gesammelten Visitenkarten anfangen wollen?		

Wie viele „Jas“ haben Sie angekreuzt?

7-8: Sie haben sich längst intensiv mit dem Netzwerken beschäftigt, stimmt‘s? Herzlichen Glückwunsch.
4-6: Sie sind auf dem besten Weg zum Profi-Netzwerker. Weiter so!
0-4: Netzwerken ist Neuland für Sie? Auch gut. Freuen Sie sich auf die Begegnung mit spannenden, liebenswerten, ungewöhnlichen und manchmal wichtigen Menschen.

quiVendo

Newsletter

Nr. 3 + 2. Jahrgang + April 2009

Small Talk

Das waren noch Zeiten, als Übungen in Konversation fest zum Erziehungsplan gehörten! Uns heute bleibt nicht anderes übrig, als ins kalte Wasser zu springen – oder einen Blick in einen Ratgeber zu werfen. Zum Beispiel in den von Cornelia Topf, „Small Talk“:

- **Machen Sie sich keine Sorgen** darüber, dass Sie einem unbekannten Menschen nichts zu erzählen haben. Denken Sie lieber an die vielen Seiten, die es an ihr oder ihm zu entdecken gibt.

- **Beim Small Talk** geht es weniger darum, mit Wissen zu brillieren, als darum, eine Beziehung aufzubauen. Deshalb eröffnen Sie das Gespräch am besten mit einer Frage und hangeln sich von Thema zu Thema. Gute Eröffnungsfragen sind: „Was machen Sie beruflich?“ oder „Was machen Sie, wenn Sie nicht arbeiten?“

- **Für eine gute Gesprächsatmosphäre** beachten Sie einfach die üblichen Höflichkeitsregeln: Hören Sie zu. Lassen Sie den anderen ausreden. Seien Sie nicht besserwisserisch, pedantisch, haarspalterisch. Lassen Sie andere zu Wort kommen. Verteilen Sie keine ungebetenen Ratschläge. Schenken Sie Ihrem Gesprächspartner Ihre Aufmerksamkeit.

- **Wenn Sie das Gespräch beenden wollen,** sagen Sie: „Es war schön, mit Ihnen zu plaudern. Bis zum nächsten Mal!“ Wenn Sie Ihren Gesprächspartner gezielt wieder ansprechen wollen, können Sie eine (telefonische) Verabredung treffen und haben so gleich den Aufhänger für das nächste Gespräch.

Übrigens: Sie machen es anderen Menschen leichter, Sie anzusprechen, wenn Sie einen Gesprächsaufhänger bei sich tragen: Ein besonderes Schmuckstück. Einen Button. Mutigere tragen einen roten Punkt, einen Bindi, auf der Stirn oder nehmen ihr Schoßhündchen mit.

Workshop „MySocialNetwork“

Einige meiner Kunden suchen und finden ihre Kunden überwiegend in Sozialen Netzwerken. Günstiger lässt sich Akquise kaum betreiben.

Im Workshop erfahren Sie, wie Sie Ihr Angebot zum Beispiel bei Xing aktiv vermarkten.

Außerdem erhalten Sie ein für Sie optimiertes Profil, eine Liste der für Sie interessantesten Diskussionsgruppen sowie Textvorlagen zur Kontaktpflege.

Präsentation am Rechner (1 Stunde), individuell: 1 Teilnehmer
Kontakt: QuiVendo

Das Design dieses Newsletters spricht Sie an?

„Das beste Design ist unverwechselbar.
Mehr als 80% der Unternehmer sagen:
Gutes Design unterscheidet eindeutig & klar vom Wettbewerber.

Gutes Design fördert Image und Absatz.
Mit Design können Sie neue Märkte erschliessen.
Design Bericht Bayern

Wo liegt Ihr Potential? Fragen Sie doch mal:
Karen Buchholz 0931 / 2079641

Augenzwinkern | Visuelle Kommunikation

Gerne gestalten wir auch für Sie.
www.augenzwinkern.net

quivendo

Newsletter

Nr. 3 + 2. Jahrgang + April 2009

Das richtige Netzwerk

Es gibt viele gute Gründe zum Netzwerken: Geschäftspartner treffen. Austausch mit Kollegen. Neueste fachliche Entwicklungen verfolgen. Und natürlich Kunden finden.

Fitness

Netzwerken ist Arbeit – das englische „net-working“ lässt keinen Zweifel daran. Offenheit, Freundlichkeit und Aufmerksamkeit bedürfen eines gewissen Maßes an geistiger Frische. Blass, verausgabt und unkonzentriert wird keiner zum Sympathieträger.

Deshalb mein Tipp: Betrachten Sie Ihre Networking-Zeit wenigstens zu 50 Prozent als Arbeitszeit und geben Sie Ihren Networking-Terminen genügend Raum.

Ob Sie Ihre Ziele erreichen, hängt wesentlich von der Veranstaltung ab, die Sie besuchen. Auf einem Fachkongress für Psychologen werden Sie kaum Coaching-Klienten begegnen. So weit, so klar.

Wie sieht es mit den kommerziellen Netzwerken aus, beispielsweise Xing-Partys? Auch hier werden Sie nur bedingt Kunden finden, auch wenn viele Teilnehmer genau deshalb dorthin gehen. Ziemlich gute Chancen haben Sie, wenn Sie etwas anbieten, was praktisch jeder brauchen kann, wie Rechtsberatung, Massage, Ernährungsberatung oder eine Wohnungsrenovierung.

Bieten Sie eine Leistung für einen speziellen Kundenkreis an, wird es enger. Stellen Sie sich vor, Sie statten den Innenraum von Segelyachten aus. Und dann bekommen Sie über einen Heilpraktiker einen Kontakt zu einem Bootsbauer! Dabei müssen allerdings zwei Dinge zusammenkommen: Der Heilpraktiker ist ein guter Netzwerker, das heißt, er denkt vernetzt und pflegt intensiven Kontakt zu einer Person genau Ihrer Zielgruppe.

Wer intensiv Networking betreibt, erlebt solche Dinge. Dem geht aber viel Aufbauarbeit voraus. Netzwerken eignet sich auf keinen Fall für die kurzfristige Kundenakquise – und nur selten als einziger Akquiseweg.

Viele Trainer, Berater und Coaches suchen ihre Kunden unter gestandenen Unternehmern. Kaum ein erfahrener, erfolgreicher Unternehmer wird aber Netzwerkveranstaltungen besuchen, auf denen er überwiegend Existenzgründer trifft.

Um zu gewährleisten, dass Teilnehmer zusammenkommen, die auf dem gleichen Erfolgsniveau agieren, nehmen viele Veranstalter gesalzene Eintrittspreise. Qualifizierte Kontakte haben also ihren Preis: Je geringer die Eintrittshürde, umso eher werden Sie Existenzgründer und Jungunternehmer antreffen.

© Dieter Schütz / PIXELIO

Am Ende sei noch ein ganz und gar unwirtschaftlicher Grund für das Networking genannt: Bei Xing & Co. treffen Sie Menschen, denen Sie sonst nie begegnen würden. Der Austausch macht Spaß, bereichert und erweitert den Horizont ungemein.

Zum Weiterlesen:

Ivan R. Misner
Marketing zum Nulltarif
Mit Networking und Empfehlungsmarketing zu neuen Kunden.
224 Seiten, 2. aktualisierte Auflage,
Redline Wirtschaft 2004.
ISBN 978-3-636-03028-3

Cornelia Topf,
Small Talk
256 Seiten,
1. Auflage, Haufe Verlag 2008,
ISBN 978-3-448-09087-

Andreas Lutz
Praxisbuch Networking
Von Adressmanagement bis XING.com. 172 Seiten, 2., überarbeitete Auflage, Linde Verlag 2009.
ISBN 978-3-7093-0200-2.

Andreas Lutz, Joachim Rumohr,
Xing optimal nutzen
Geschäftskontakte – Aufträge – Jobs.
So zahlt sich Networking im Internet aus. 184 Seiten, Linde Verlag 2008,
ISBN 978-3-7093-0209-5

quivendo

Newsletter

Nr. 3 + 2. Jahrgang + April 2009

Visitenkarten Ihrer Partner

Die Frage nach den Visitenkarten ist – genau genommen – die Frage danach, was Netzwerken für Sie bedeutet.
Kennen Sie das Wort vom „Farmer“ und vom „Jäger“?

Der Jäger sucht kurzfristig den größtmöglichen Profit für sich selbst. Ein typischer Vertreter dieser Spezies ist derjenige, der auf Netzwerkveranstaltungen möglichst viele Visitenkarten sammelt, um Kunden zu gewinnen. Um Verpflichtungen zugunsten des Netzwerkes macht er einen großen Bogen.

Der Farmer dagegen denkt langfristig. Seine Kontakte pflegt er so lange, bis sie tragfähige Beziehungen geworden sind. Dafür investiert er seine Freundlichkeit, Glaubwürdigkeit und Aufmerksamkeit. Als Lohn öffnen sich ihm langfristig Wege, die eigentlich vollkommen unwahrscheinlich sind.

Der Elevator Pitch - Tipps für Ihre 60-Sekunden-Präsentation

- Beginnen Sie mit einer Frage, wie „Kennen Sie das auch...?“. So wecken Sie die Aufmerksamkeit Ihres Gegenübers. Er bekommt das Gefühl, dass Ihr Statement etwas mit ihm persönlich zu tun hat.

- Verwenden Sie positive Bilder und Vergleiche, um Ihre Leistungen zu beschreiben. Bilder wecken Assoziationen und lassen sich leichter merken.

- Ihr Gegenüber interessiert sich vor allem für das, was er von Ihrer Leistung hat, weniger für das, was Sie können oder tun. Ihr Zertifikat an einer Coaching-Schule ist weniger interessant als die Frage, ob Ihre Coachees den Wunschberuf gefunden haben, zufriedener sind oder eine gute Entscheidung getroffen haben.

- Sprechen Sie mit Begeisterung von Ihrem Beruf.

- Sagen Sie, was Sie von anderen unterscheidet.

- Erzählen Sie davon, was Ihre Kunden typischerweise sagen, wenn sie zu Ihnen kommen. Ihr Gegenüber kann daran erkennen, ob er selbst Bedarf hat oder Sie zu einem passenden Zeitpunkt ins Gespräch bringen.

- Schließen Sie mit einer Frage, damit Sie und Ihr Gegenüber wieder ins Gespräch kommen.

- Vermeiden Sie gestelzte Formulierungen. Bleiben Sie natürlich.

Nach: Andreas Lutz,
„Texten Sie Ihren eigenen Elevator Pitch“,
Aus: Praxisbuch Networking. Hier S. 29.

quivendo

Newsletter

Nr. 3 + 2. Jahrgang + April 2009

Das Weltbild des Farmers ist von der Fülle geprägt. Er erfährt, dass er umso mehr zurückbekommt, je mehr er gibt. Das biblische Wort „Geben ist seliger als Nehmen“ beschreibt den gleichen Gedanken. Es geht dabei also um eine sehr alte menschliche Erfahrung.

Hier schießtsich der Kreis zu der Frage aus dem Test: Haben Sie die Visitenkarten Ihrer wichtigsten Geschäftspartner dabei?
Als aufmerksamer Netzwerker sind Sie dann nämlich gerüstet, wenn es sich im Gespräch so ergibt, dass jemand die Leistungen Ihrer Partner benötigt. Sprechen Sie in Ihrem Partnerkreis doch einmal über die Möglichkeit.

Das kleine Geschenk

Kleine Geschenke machen beliebt und vereinfachen den Gesprächseinstieg, wenn Sie am anderen Tag den Kontakt zu Ihrem neuen Bekannten wieder aufnehmen: ein guter Tipp, eine Buchempfehlung, eine Einladung zu einer weiteren Netzwerkveranstaltung oder ein Ratgeber, den Sie geschrieben haben.

Follow-up oder: Was tun mit den ganzen Visitenkarten?

Visitenkarten helfen Ihnen nicht weiter, Kontakte auch nicht. Beziehungen sind wertvoll!

Weil Beziehungen vom Engagement leben, ist es sinnvoll, sich zu überlegen, was Sie mit dem Netzwerken erreichen wollen und was Sie wirklich schaffen können.

Die Ratgeber empfehlen, Kontakte nach den Kategorien A, B und C zu priorisieren. D-Kontakte sind solche, die Sie nicht weiterverfolgen wollen.

Sie können sich regelrecht ein Programm zurechtlegen, zum Beispiel: A-Kontakte 1x in der Woche anrufen. B-Kontakte 1x im Quartal. C-Kontakte 1x im Jahr.

Die Plattform Xing leistet wertvolle Hilfe, wenn es darum geht, Gelegenheiten für die Kontaktpflege zu finden. Ein neuer Job, der Geburtstag, die Statusmeldung: All das sind Anlässe für ein Gespräch. Bei Xing können Sie gezielt danach suchen.

Xing ist kein Ersatz für den persönlichen Kontakt, aber die Plattform hilft Ihnen, Ihre Kontakte zu verwalten.

In dem Sinne kann ich Ihnen das Seminar von Joachim Rumohr empfehlen. Oder lesen Sie sein Buch:
Andreas Lutz, Joachim Rumohr, Xing optimal nutzen .