

Jan-Pieter van Nes

In drei Schritten zu mehr Erfolg als Gründercoach

Das kostenlose E-Book für Gründungsberater und alle, die es werden wollen



Jan-Pieter van Nes

In drei Schritten zu mehr Erfolg als Gründercoach

Das kostenlose E-Book
für Gründungsberater und alle, die es werden wollen

Jan-Pieter van Nes
van Nes Unternehmercoach UG
Solmsstraße 37 a
10961 Berlin

Telefon 030 2187793

info@unternehmercoach-berlin.de
www.unternehmercoach-berlin.de
www.gruendercoach-trainer.de

Copyright © Jan-Pieter van Nes, van Nes Unternehmercoach UG, Berlin - 2012
Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und der Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werks darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlags reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verarbeitet werden.

Inhalt

Wie Gründercoaches auch heute den
Gründungszuschuss für Ihre Klienten bewilligt
bekommen 4

So machen Sie Ihren Existenzgründer fit für das
Bankgespräch 9

Erfolgreiche Kundengewinnung für
Gründercoaches 12

Wie Gründercoaches auch heute den Gründungszuschuss für Ihre Klienten bewilligt bekommen

Der Gründungszuschuss in seiner ursprünglichen Form war ein Erfolgsmodell. Er war das effektivste Instrument gegen Arbeitslosigkeit und zur Förderung der Selbstständigkeit. Dennoch wurden die Mittel gegen den Rat der überwiegenden Mehrheit von Fachleuten und Experten massiv gekürzt. Seitdem wird es für Gründer immer schwieriger, einen Antrag auf Gründungszuschuss bei der Agentur für Arbeit bewilligt zu bekommen. Seit 2012 erhalten nur noch wenige die Starthilfe. Eine gute Idee mitsamt schlüssigem Geschäftsplan ist längst keine Garantie mehr für eine Bewilligung.

Trotz der vielen guten Argumente, die gegen das *Gesetz zur Verbesserung der Eingliederungschancen am Arbeitsmarkt* sprechen, sind die entsprechenden Gesetzesänderungen in Kraft getreten. Damit kommt es zu massiven Einschnitten bei der Förderung von Existenzgründern durch den Gründungszuschuss:

- Der Rechtsanspruch auf einen Gründungszuschuss wurde abgeschafft und in eine Ermessensleistung umgewandelt.
- Das zur Verfügung stehende jährliche Budget von 1,8 Milliarden Euro wurde massiv gekürzt und auf 400 Millionen Euro reduziert.
- Die Gründungsförderung (Arbeitslosengeld I plus 300 Euro) wurde von neun auf sechs Monate gekürzt; die Aufbauförderung in Höhe von 300 Euro monatlich wurde von sechs auf neun Monate verlängert.
- Ein Gründungszuschuss kann jetzt nur noch geleistet werden, wenn ein Anspruch auf Arbeitslosengeld I von mindestens 150 Tagen (statt bisher 90 Tagen) besteht.

Diese Fakten dürften allen Gründercoaches inzwischen bekannt sein. Für Sie persönlich bedeutet das vor allem eines: Als Gründercoach stehen Sie in Anbetracht der neuen Situation vor ganz neuen Herausforderungen. Schließlich ist es eine Ihrer wichtigsten Aufgaben, die Gründer auf dem Weg in die Selbstständigkeit zu unterstützen. Ein wesentlicher Schritt auf diesem Weg ist und bleibt ein

bewilligter Antrag auf Gründungszuschuss. Das Problem: Seitdem die Bundesregierung den Etat für den Gründungszuschuss zusammengestrichen hat, werden die Antragsteller reihenweise abgewiesen. Die Ursache dafür liegt zudem in der wichtigsten Änderung, die aus der ehemaligen Pflichtleistung, die jedem Empfänger von Arbeitslosengeld I zustand, nun eine Ermessensleistung macht, über die die Arbeitsagentur entscheidet. Dabei ist vielen Sachbearbeitern bislang selbst unklar, welche Kriterien überhaupt gelten. Klar sind vor allem die Folgen: Viele Antragsteller werden ohne Bewilligung wieder weggeschickt.

Denn die Sachbearbeiter schießen vielfach weit über das Sparziel hinaus und interpretieren die Gesetzesänderungen oftmals weit strikter als erforderlich. In der täglichen Praxis werden viele Antragsteller geradezu abgeschreckt. Das geht so weit, dass Sachbearbeiter sich weigern, den Gründungswilligen auch nur das Antragsformular auszuhändigen.

Somit werden nicht nur immer mehr Anträge abgelehnt, sondern parallel immer weniger Anträge gestellt. Die Berater bei den Arbeitsagenturen versuchen, möglichst viele Gründungswillige davon abzuhalten, überhaupt einen Antrag mitzunehmen, obwohl darauf nach wie vor ein Rechtsanspruch besteht. Und wer diese Hürde überwindet, bekommt bei der Einreichung mitunter zu hören, dass der Antrag ohnehin abgelehnt würde. Fakt ist jedoch, dass weit mehr Geld für den Gründungszuschuss budgetiert ist, als momentan vergeben wird.

Wer sich jedoch abschrecken lässt und gründet, ohne vorher zumindest einen Antrag abholt zu haben, verliert damit den Anspruch auf den Zuschuss. Wer sich dagegen von den Aussagen der Arbeitsberater nicht beirren lässt, sondern mit professioneller Unterstützung einen gut durchdachten Antrag und Businessplan einreicht, hat auch heute noch sehr gute Chancen auf eine Förderung. Dafür braucht der Gründer vor allem einen fachkundigen Gründungsberater, der seinerseits genau weiß, worauf es derzeit bei der Beantragung des Gründerzuschusses ankommt.

Eine Chance für kompetente Gründercoaches

Bisher hatten Gründungsberater bei der Beantragung des Gründungszuschusses bei den Agenturen für Arbeit leichtes Spiel. Sofern die formalen Voraussetzungen erfüllt waren, wurde der Gründungszuschuss als Pflichtleistung bewilligt. Für den Gründercoach ging war es vor allem wichtig, darauf zu achten, dass der Gründer einen formal korrekten Antrag stellte. Das allein reicht heute nicht mehr. Seit dem 28.12.2011 ist der Gründungszuschuss eine Ermessensleistung. Ab diesem Datum werden allen Gründern und Gründungswilligen gewaltige Steine in den Weg gelegt. Teils aus Unsicherheit, nicht selten jedoch aus Willkür der Agenturen für Arbeit oder weil die Arbeitsvermittler überfordert sind.

Diese an sich unerfreuliche Situation birgt für Sie als Gründercoach jedoch auch eine Chance: Verschaffen Sie sich einen Marktvorteil, indem Sie für Ihre Klienten weiterhin den Gründungszuschuss bewilligt bekommen. Denn mit dem richtigen Know-how brauchen Sie sich auch angesichts der Gesetzesänderungen und ihrer übereifrigen Umsetzung noch längst nicht geschlagen zu geben, sondern können Ihren Klienten auch heute zu einem bewilligten Antrag auf Gründungszuschuss verhelfen.

Wer die Hindernisse kennt, kann sie umgehen

Im Jahr 2011 wurden 134.000 Anträge auf Gründungszuschuss bewilligt. Eines ist sicher. Mit dem neuen Gesetz wird die Quote der bewilligten Anträge rapide sinken – jedoch nicht bei Ihnen, wenn Sie genau wissen, was jetzt zu tun ist. Das Kernproblem besteht aus fünf großen Hindernissen:

1. Der Gründer erhält ein Stellenangebot und gilt also als vermittelbar. Dies hat für den Arbeitsvermittler Vorrang, der Antrag wird abgelehnt.
2. Der Arbeitsvermittler verweigert die Herausgabe des Antragsformulars. Der Antrag wird also gar nicht erst gestellt.
3. Der Gründer agiert nicht auf Augenhöhe mit dem Arbeitsvermittler. Er lässt sich einschüchtern und verunsichern.

4. Der Inhalt des Antrags entspricht nicht den Anforderungen der Arbeitsagentur. Jeder Antrag und sämtliche Anlagen werden heute besonders genau unter die Lupe genommen. Jeder inhaltliche und formale Fehler führt unweigerlich zur Ablehnung.
5. Anstelle eines persönlichen Gesprächs bei der Antragsabgabe mit dem Arbeitsvermittler wird lediglich der Antrag abgegeben und der Gründer abgewimmelt.

Wer auch nur an einem dieser Hindernisse steckenbleibt, wird keinen Gründungszuschuss erhalten. Ihre Aufgabe als Gründercoach ist es daher, diese Hürden und den jeweils besten Weg zur Bewilligung des Antrages zu kennen.

In fünf einfachen Schritten zum bewilligten Antrag auf Gründungszuschuss

Sie kennen nun die Hürden auf dem Weg zum bewilligten Gründungszuschuss. Reagieren Sie ganz pragmatisch und jeweils mit der richtigen Antwort. So machen Sie Ihre Klienten fit für eine erfolgreiche Antragsstellung.

1. Die erste Hürde umgehen Sie und Ihr Gründer, indem Sie die Stellenangebote zunächst annehmen, dann jedoch elegant als unangemessen für die persönliche Ausgangssituation bewerten. So kann der Sachbearbeiter dem Gründer keinen Strick mehr aus seiner Vermittelbarkeit drehen.
2. Nur wer sein Recht kennt, kann es auch durchsetzen. Beharren Sie bzw. Ihr Gründer höflich, aber nachdrücklich auf eine Herausgabe des Antrages. Die Antragsstellung ist nach wie vor geltendes Recht. Damit hat der Sachbearbeiter keinerlei Grundlage, die eine Verweigerung der Herausgabe rechtfertigen würde.
3. Trainieren Sie Ihre Klienten auf das Gespräch bei der Bundesagentur für Arbeit. Mit einem selbstbewussten, souveränen Auftreten kann der Gründer auf Augenhöhe agieren und sich Respekt verschaffen. Eine positive und souveräne Ausstrahlung ist hier oft schon die halbe Miete.

4. Seit der Neuordnung des Gründungszuschusses werden Businesspläne von der Arbeitsagentur deutlich strenger unter die Lupe genommen als zuvor. Es kommt damit umso mehr auf inhaltliche und formale Korrektheit an. Als Gründercoach können Sie sich keine Nachlässigkeiten erlauben. Sehr wichtig ist dabei auch ein Geschäftsplan mit genau den richtigen Zahlen: Erhält die Arbeitsagentur den Eindruck, dass es bis zur Tragfähigkeit des Unternehmens zu lange dauert, kann der Antrag ebenso abgelehnt werden wie beim frühzeitigen Erreichen hoher Gewinne. Aus Sicht der Arbeitsagentur wird im ersten Fall nicht gefördert, weil die Erfolgsaussichten zu gering erscheinen, und im zweiten Fall wird von einer Förderung abgesehen, weil aufgrund des hohen Gewinns kein Förderbedarf besteht. Ihre Aufgabe ist es also, die jeweils optimale Spanne zwischen zu geringen und zu hohen Gewinnen zu finden.
5. Damit ein Antrag nicht einfach zu den Akten gelegt wird, ist es von großer Bedeutung, dass der Antrag persönlich eingereicht und mit dem Sachbearbeiter besprochen wird. Wiederum muss sich der Gründer also durchsetzen und auf einen persönlichen Abgabetermin inklusive Feedback zum Antrag bestehen.

Wie Sie sehen, können Sie schon mit einfachen Mitteln viel erreichen. Deshalb können Sie die vielen Erschwernisse auch positiv sehen. Wenn die Agentur für Arbeit die Messlatte für geförderte Gründungen höher legt, können Sie die Situation nutzen, um sich als erfolgsorientierter Gründercoach zu profilieren. Wenn Sie weiterhin vielen Gründern zur Förderung verhelfen, sprechen die Zahlen eindeutig für Ihre Kompetenz und werden somit zu einem deutlichen Marktvorteil.

In meinem [Buch „Erfolgskompass für Gründercoaches“](#) lesen Sie deshalb, worin heute die Aufgabe als Gründercoach im Detail besteht. Sie erhalten fundiertes Insiderwissen und viele Tipps, wie Sie Existenzgründer in eine erfolgreiche Zukunft begleiten – dazu gehört mit an erster Stelle ein bewilligter Antrag auf Gründungszuschuss.

So machen Sie Ihren Existenzgründer fit für das Bankgespräch

Die Finanzierungsgespräche mit der Bank stellen für die meisten Existenzgründer eine große Hürde dar, denn sie fühlen sich als Bittsteller mit einer sehr wackligen Verhandlungsposition. Das ist selbstverständlich die schlechteste Voraussetzung für ein Gespräch, bei dem der Existenzgründer die Bank überzeugen will und das eine beständige und gute Geschäftsbeziehung zwischen Existenzgründer/Unternehmer und Bank einleiten soll. Mein grundlegendstes Ziel bei der Vorbereitung meiner Klienten auf ein Bankgespräch besteht deshalb darin, ihnen eine positive Einstellung zu diesem wichtigen und zugegebenermaßen schwierigen Gespräch zu vermitteln. Doch vorab steht die Erstellung des Businessplans.

Der Businessplan für die Bank

Anhand des Businessplans verschafft sich die Bank einen Eindruck sowohl vom Gründer als auch von seiner Geschäftsidee. Ein überzeugender Businessplan enthält eine nachvollziehbare Darstellung der Geschäftsidee, realistische Prognosen zur Geschäftsentwicklung sowie eine glaubwürdige Vorstellung des Unternehmers. Widersprüche oder plumpe Beschönigungen in der Rentabilitätsvorschau wird der Geschäftskundenbetreuer rasch erkennen. Deshalb müssen als Grundvoraussetzung alle Zahlen stimmen und sämtliche Prognosen realistisch sein. Der Businessplan für die Bank umfasst folgende Punkte:

- Deckblatt mit allen wichtigen Grundinformationen auf einen Blick (Name, Anschrift und Kontaktdaten des Unternehmers, Bezeichnung der zu finanzierenden Unternehmung)
- Kurzdarstellung der Geschäftsidee und Ausblick auf Perspektiven des Unternehmens
- Beschreibung von Unternehmen und Unternehmer
- ausführlichere Darstellung der Geschäftsidee

- Beschreibung des angebotenen Produkts/der angebotenen Dienstleistung
- Beschreibung der Markt- und Konkurrenzsituation sowie der angestrebten Zielgruppe und des konkreten Nutzens, den die Geschäftsidee dieser Zielgruppe verspricht
- kurze Beschreibung des Geschäftssitzes
- Darstellung des Marketingkonzepts, der Kommunikationsstrategie und der Vertriebsorganisation
- kurze Darstellung der Geschäftsorganisation, des Zeitplanes für die Realisierung der Geschäftsidee und des geplanten Personaleinsatzes
- Erläuterung und Bewertung der Chancen und Risiken der Unternehmung
- detaillierte Darstellung und Erläuterung der erwarteten Einnahmen/Erlöse und Aufwendungen, Umsatzprognose und Liquiditätsplan für die nächsten drei Jahre, Aufstellung und Erläuterung des Finanzbedarfs
- Anlagen: Kopien sämtlicher relevanter Unterlagen, Nachweise, Verträge etc., Zins- und Tilgungsplan, Lebenslauf des Unternehmers, ggf. Eintragung ins Handelsregister, in die Handwerksrolle etc.

Für den Umfang des Businessplans empfehle ich, dass die Teile 2 bis 10 insgesamt etwa 10 bis 15 Seiten umfassen sollten; die Darstellung der Finanzplanung sollte möglichst nicht länger als 20 Seiten sein.

Den Ernstfall proben

Ist der Businessplan fertig, geht es an die Vorbereitung des Bankgesprächs. Dazu lasse ich meinen Klienten zunächst eine Liste mit den Banken erstellen, die er bereits kennt. Diese Banken soll er dann nach seiner persönlichen Präferenz sortieren. Für das erste Bankgespräch empfehle ich ihm, die Bank anzusteuern, die auf dieser Liste ganz unten steht. Da er auf die Zusage dieser Bank nicht angewiesen ist, hat der Gründer im Gespräch nichts zu verlieren und kann unbelastet und ohne Risiko ein „Übungsgespräch“ führen.

Direkt vor dem ersten Gesprächstermin führe ich mit meinem Kunden ein (Telefon-)Coaching durch, um ihn auf das Gespräch und auf zu erwartende (kriti-

sche) Nachfragen vonseiten der Bank gezielt vorzubereiten. Dabei erarbeiten wir eine Gesprächsstrategie, die er für sämtliche Bankgespräche verfolgen kann. Ich rate dazu, dem Geschäftskundenbetreuer gleich zu Anfang eine bestimmte Frage zu stellen: „Sind Sie an einer langfristigen Geschäftsbeziehung interessiert?“ – Diese Frage wird den Kundenbetreuer in den allermeisten Fällen überraschen und gleichzeitig das Eis brechen, denn es wird klar: Hier begegnen sich zwei Geschäftsleute auf Augenhöhe. Der Existenzgründer ist kein Bittsteller, sondern offeriert der Bank eine gute Geschäftsmöglichkeit. Das ist die persönliche Einstellung, mit der Existenzgründer der Bank souverän gegenüberzutreten können.

Die Gesprächsführung übernehmen

Mit dieser Einstellung schafft der Gründer eine professionelle und konstruktive Gesprächsatmosphäre, in der er seine Geschäftsidee kurz und prägnant und gleichzeitig mit Begeisterung vorstellt. Die vorangegangenen Überlegungen zum Businessplan helfen ihm dabei, hier die richtigen Formulierungen zu finden. Der Gründer sollte sich auch nicht scheuen, die Gesprächsführung in die Hand zu nehmen und Detailfragen zu stellen, zum Beispiel nach dem genauen Ablauf bei der Vereinbarung einer Finanzierung, dem Entscheidungsprozess, den Entscheidungen, nach benötigten Unterlagen etc. Zum Ende des Gesprächs kann dann ein verbindlicher Termin für die persönliche Übergabe der kompletten Unterlagen an den Kundenbetreuer vereinbart werden.

Nach dem Gespräch führe ich erneut ein (Telefon-)Coaching durch, diesmal zur Auswertung des Gesprächs. Je nachdem, wie der Existenzgründer den Verlauf des Gesprächs einschätzt, setzen wir dann weitere „Übungsgespräche“ an, bei dem der Gründer weiter an seinem souveränen Auftritt arbeiten kann und eine gewisse Gesprächsroutine bekommt. Wenn er dann schließlich sicher und mit der richtigen Einstellung in das Bankgespräch gehen kann, ist er fit für das entscheidende Gespräch, bei dem es wirklich drauf ankommt.

Erfolgreiche Kundengewinnung für Gründercoaches

Diese Erfahrung hat wohl jeder schon einmal gemacht: Sie drücken bei einer Gründermesse vielen potenziellen Kunden eigenhändig Ihren Flyer oder Ihre Visitenkarte in die Hand und bekommen keine Resonanz. Woran liegt das? – Sehr wahrscheinlich werden Ihr Flyer und Ihre Visitenkarten mit vielen, vielen anderen Flyern und Visitenkarten auf einem großen Stapel liegen, die der Angesprochene von der Messe mitgebracht hat. Und er wird sich nur schwer an Sie persönlich erinnern, falls er Ihren Flyer überhaupt noch einmal zur Hand nimmt. Deshalb sollten Sie sich nicht allein darauf verlassen, dass Sie schon irgendeinen Kunden erreichen werden, wenn Sie nur ausreichend viele Flyer verteilen. Sie brauchen einen cleveren Marketingmix, denn auch bei der Kundenakquise zählt Klasse statt Masse.

Die klassischen Marketingmaßnahmen sind immer noch eine verlässliche Grundlage für eine erfolgreiche Kundenakquise. Entwickeln Sie Ihren persönlichen Marketingmix, der sich aus den folgenden Bestandteilen zusammensetzt:

Ein durchdachter Produktmix

Ihr Produktmix, also Ihr Angebot und dessen konkrete Ausprägung, ist die Basis für Ihren unternehmerischen Erfolg. Überlegen Sie genau, was Sie anbieten wollen und ob Ihr Angebot eher breit gefächert sein soll oder ob Sie lieber in die Tiefe gehen und zum Spezialisten für ganz bestimmte Leistungen werden. Hier gibt es reichlich Spielraum, um auch die eigenen Interessen und Ambitionen zu berücksichtigen. Gerade Letzteres empfehle ich meinen Kunden sehr nachdrücklich: Bieten Sie das an, was Sie gern tun. Arbeiten und leben Sie nach dem Motto: Tu das, was dir Spaß macht, und du brauchst nie wieder zu arbeiten!

Eine clevere Preispolitik

Die Preispolitik umfasst sämtliche Entscheidungen zu Vertragskonditionen, Liefer- und Zahlungsbedingungen, Preisnachlässen sowie die Abrechnungsmodalitäten. Hinzu kommen alle Faktoren, die die Höhe Ihrer Preise beeinflussen, wie zum Beispiel Ihre Mietkosten für die Geschäftsräume, Lohnkosten für Angestellte etc. Einen weiteren Orientierungspunkt für Ihre Preise liefern natürlich die am Markt üblichen Preise: Von der KfW geförderte Beratungen können zum Beispiel mit maximal 100 Euro pro Stunde honoriert werden. Auch die BAFA setzt Grenzen beim Beratungshonorar. Das Gesamthonorar beträgt maximal 3.000 Euro, was bei einer standardmäßig 30-stündigen Beratung wieder einen Stundensatz von 100 Euro ausmacht. Wer höhere Preise durchsetzen will, muss genau wissen und klar kommunizieren, warum seine Beratung mehr wert ist. Dabei gilt: Je besser Sie Ihr Angebot auf den Bedarf Ihrer Zielgruppe ausrichten und je deutlicher Sie sich positiv von Ihren Konkurrenten unterscheiden, umso größer sind hier die Erfolgsaussichten.

Die geeigneten Vertriebswege

Auch für Dienstleister ist die Wahl geeigneter Vertriebswege sehr wichtig. Auf welchem Weg kann ein potenzieller Kunde Ihre Dienstleistungen überhaupt erhalten? Überprüfen Sie, ob es dabei irgendwelche Hindernisse gibt, wie zum Beispiel ein unverständliches Onlineformular für den Erstkontakt oder ein nicht besetztes Telefon, wenn Sie unterwegs sind. Entscheiden Sie auch, an welchem Ort Sie Ihre Leistungen anbieten. Soll die Beratung bei Ihnen im Büro oder im Unternehmen des Kunden stattfinden? Begleiten Sie den Kunden bei Bankgesprächen oder Behördengängen? Bis zu welcher Entfernung von Ihrem Standort bieten Sie Ihre Leistungen an? – Und auch die Fragen, ob Sie beispielsweise Seminare über Weiterbildungsportale anbieten und sich in Beraterbörsen oder Business-Netzwerken anmelden, gehört zu Ihrer Vertriebspolitik.

Eine überzeugende Kommunikation

Die Kommunikation ist für einen Gründercoach zweifellos das wichtigste Marketing- und Akquiseinstrument. Denn nur mit einer erfolgreichen Kommunikation wird Ihr Angebot überhaupt wahrgenommen. Kommunizieren Sie vor allem dort, wo Ihre Zielgruppe am wahrscheinlichsten ein Beratungsangebot sucht (Internet, Gründermesse, Agentur für Arbeit etc.). Wichtig ist in jedem Fall ein professioneller Auftritt. Denn als Gründercoach müssen Sie schließlich glaubhaft demonstrieren, dass Sie genau wissen, worauf es ankommt, und selbst entsprechend agieren. Ein laienhaft wirkender Internetauftritt, wenig ansprechend gestaltete Flyer und Visitenkarten aus dem Automaten sind dafür ganz sicher nicht geeignet.

Am wichtigsten ist und bleibt für Sie jedoch das persönliche Gespräch mit dem (potenziellen) Kunden. Gerade ein Gründercoach profiliert sich vor allem im persönlichen Gespräch. Hier muss er seinen (potenziellen) Klienten auf ganzer Linie überzeugen, indem er kompetent, glaubwürdig und als überzeugende Persönlichkeit auftritt. Ausgeprägte Kompetenzen in Sachen Gesprächsführung sind für Sie also unerlässlich bei der Kundengewinnung.

Marketing mit Erfolgsgarantie: Empfehlungsmarketing

Zusätzlich zu den klassischen Marketingmaßnahmen möchte ich Ihnen unbedingt ein systematisches Empfehlungsmarketing ans Herz legen. Es kostet Sie nichts, führt aber zu sehr guten Ergebnissen. Machen Sie sich zunutze, dass potenzielle Kunden lieber einen guten Tipp von einem Freund bekommen, statt auf die Werbeversprechen eines Anbieters zu vertrauen. Machen Sie sich also durch herausragende Leistungen empfehlenswert und scheuen Sie sich nicht, Ihre bestehenden Kunden aktiv um Empfehlungen zu bitten. Menschen erhalten nämlich nicht nur gern Tipps, sie sind auch gern derjenige, der mit einem guten Tipp aufwarten kann. Und ein weiterer Vorteil: Mit Empfehlungen erreichen Sie direkt die Personen, die tatsächlich als Neukunden infrage kommen, ohne Streuverluste und mit Erfolgsgarantie.

Mit dem richtigen Marketingmix schaffen Sie die besten Voraussetzungen für eine erfolgreiche Kundengewinnung. Eine klare Positionierungsstrategie wird Ihnen zusätzliche Hilfestellung dabei geben. Wie Sie Ihre individuelle Positionierungsstrategie entwickeln und umsetzen, erfahren Sie in meinem [Buch](#) „Erfolgskompass für Gründercoaches“.



Jan-Pieter van Nes

Erfolgskompass für Gründercoaches

Das Buch für
Gründungsberater und
alle, die es werden wollen

ISBN : 978-3942594288

**[www.gruendercoach-
trainer.de/erfolgskompass](http://www.gruendercoach-trainer.de/erfolgskompass)**

Besuchen Sie auch das Weblog für Gründercoaches:

www.gruendercoach-trainer.de