

Bernhard Kuntz

Die Katze im Sack verkaufen

**Wie Sie Bildung und Beratung
mit System vermarkten**

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7
1. Bildung, Beratung, Bratpfannen oder sich selbst verkaufen?.....	11
2. Besonderheiten des Bildungs- und Beratungsmarktes und der dort angebotenen Waren	21
2.1. Der Bildungs- und Beratungsmarkt - ein „Koloss“, den es nicht gibt	23
2.2. Die Ware Bildung und Beratung - ein „Produkt“, das niemand sieht	30
3. Bildung und Beratung - oder „die Katze im Sack“ verkaufen	39
3.1. Den eigenen Markt (er-)finden	41
3.2. Die immaterielle Leistung „materialisieren“	51
3.3. Das von den Kunden empfundene Kaufrisiko minimieren	56
3.4. Die Kunden zur Kaufentscheidung führen	62

4.	Profi, Profil, Profit	73
4.1.	Nicht die Genialität der Idee, die Konsequenz des Handelns ist entscheidend.....	75
4.2.	Die sieben Meilensteine auf Ihrem Weg zum Erfolg.....	78
4.2.1	PROfi - Was kann ich? Was will ich?.....	80
4.2.2.	PROfil - Wer sind meine Kunden?.....	88
4.2.3.	PROdukt - Was will ich meinen Kunden verkaufen?.....	99
4.2.4.	PROzess - Wie arbeite ich effektiv? Wie produziere ich Qualität?.....	112
4.2.5.	PROmotion - Wie komme ich in Kontakt mit meinen Kunden?.....	119
4.2.6.	PROfit - Wie erziele ich die gewünschten Erträge?	128
4.2.7.	PROgression - Wie sichere ich die Zukunft meines Unternehmens?.....	134
4.3.	Praxisbeispiel - In meiner Nische bin ich der Star.....	145
5.	Ohne Marketing kein Markt	149
5.1.	Nicht das Instrument, das System ist entscheidend.....	151
5.2.	Die neun wichtigsten Marketinginstrumente.....	160
5.2.1.	Anzeigen.....	162
5.2.2.	Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.....	174
5.2.3.	Werbebriefe und Mailings.....	187
5.2.4.	Prospekte.....	197
5.2.5.	Internet.....	208
5.2.6.	Telefon.....	217
5.2.7.	Kundenseminare und -Veranstaltungen.....	228
5.2.8.	Präsentationen.....	235
5.2.9.	(Elektronische) Kundenmagazine und Newsletter.....	245