

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	5
---------------	---

<b>Eins</b>	<b>Verhaltenspsychologie:</b>	
	<b>Ihr Marketing fußt</b>	
	<b>auf vertrautem Methodenwissen .....</b>	<b>7</b>

<b>Zwei</b>	<b>Vorbereitung:</b>	
	<b>Alle Aktivitäten beruhen</b>	
	<b>auf einem Marketing-Konzept .....</b>	<b>23</b>

1.	Beschreibung Ihrer Tätigkeit, Ihres Kompetenzschwerpunktes und Ihres Angebots .....	27
2.	Analyse der Trainingsmarktsituation allgemein und speziell im eigenen Segment .....	29
3.	Formulierung der Ziele, die durch den Marketing-Mix erreicht werden sollen .....	33
4.	Bildung der allgemeinen Strategie, um diese Ziele zu erreichen .....	35
5.	Positionierung, USP (Was macht Sie als Trainer so besonders?) .....	39
6.	Definition der Zielgruppen .....	46
7.	Konkretisierung der Überzeugung, die durch die Marketing-Maßnahmen in den Köpfen der Zielgruppe entstehen soll .....	49
8.	Entwicklung zentraler werblicher Botschaften und Sprache .....	51
9.	Beschreibung von Einzelmaßnahmen und deren Wirkung	59
10.	Beispielhafter Zeit- und Maßnahmenplan .....	62
11.	Aufstellung der Kosten .....	64
12.	Ein Marketing-Konzept in Auftrag geben .....	66



<b>Drei</b>	<b>Geschäftsausstattung:</b>	
	<b>Ihre beste Chance,</b>	
	<b>Professionalität zu zeigen .....</b>	<b>69</b>
1.	Geschäftspapiere (Briefpapier und Visitenkarten) .....	73
2.	Die Trainerdarstellung .....	89
	2.1 Print und PDF .....	90
	2.2 Internet-Darstellung .....	105
3.	Das Seminarprogramm .....	120
4.	Teilnehmerunterlagen .....	131
5.	Büro und Geschäftsräume .....	140
<b>Vier</b>	<b>Marketing-Instrumente:</b>	
	<b>Die Klaviatur, auf der Sie spielen können .....</b>	<b>145</b>
1.	Wie sag ich´s meinem Kunden? Überzeugungs- und Verkaufsgespräche mit potenziellen Kunden und Teilnehmern .....	148
2.	Gelungene Grundwerbung durch Online- und Print-Verzeichnisse .....	178
3.	Mehr Aufträge durch gezieltes Networking .....	190
4.	Mit Pressearbeit ein positives Trainer-Image aufbauen ..	203
5.	Expertenstatus ausbauen mit Fachvorträgen, Fachartikeln und Buchpublikationen .....	246
6.	Präsenz zeigen mit Anzeigen .....	258
7.	Mehr Aufträge durch Mailing-Aktionen .....	284
8.	Gut fürs Image: Sponsoring .....	303
<b>Fünf</b>	<b>Externe Dienstleister:</b>	
	<b>Gute Zusammenarbeit</b>	
	<b>mit Werbe- und PR-Agenturen .....</b>	<b>319</b>
	<b>Anhang</b>	
1.	Expertenprofile .....	338
2.	Literaturliste .....	345
3.	Stichwortverzeichnis .....	348