

3
IN
SCHritten
ZUM ERFOLG

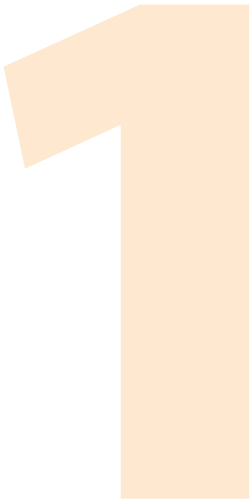


Praxis-Leitfaden für Bildungsinstitute

Firmenanfragen erfolgreich bearbeiten

Der vorliegende Praxis-Leitfaden gibt Bildungsinstituten einen guten Einstieg in das Thema «Firmenanfragen erfolgreich bearbeiten». Sie erhalten einen Überblick, wie Sie neu eingehenden Firmenanfragen einer Zielgruppe zuordnen und anschliessend kontaktieren können. Des Weiteren vermittelt Ihnen dieser Leitfaden Tipps & Tricks aus der Praxis für einen möglichst effizienten Aufbau eines Firmenkunden-Netzwerkes.





Schritt 1: Neue Anfragen beurteilen und einteilen

Die neu eingehenden Firmenanfragen werden an die für das Firmengeschäft zuständige Person übergeben. Anhand verschiedener Kriterien prüft die verantwortliche Person, zu welcher Zielgruppe die neue Adresse zugeordnet werden kann. Diese Unterteilung ist äusserst wichtig, da das weitere Vorgehen unmittelbar davon abhängig ist. Mögliche Zielgruppen sind:

- > Personen aus dem HR-Bereich (mittlere bis grössere Firmen)
- > Personen mit Führungsaufgaben und Entscheidungskompetenz
- > Mitarbeiter, die sich für eine berufliche Weiterbildung interessieren
- > Mitarbeiter, die sich privat weiterbilden möchten

Die für die Firmenanfragen zuständige Person prüft alle eingehenden Firmenanfragen und teilt diese in die entsprechende Zielgruppe ein.

Obschon das Vorgehen bei der Bearbeitung von Firmenadressen in jedem Bildungsinstitut unterschiedlich ist, gibt es doch einige Punkte, welche bei der Einteilung in die Zielgruppe sehr ähnlich sind. Die folgenden Fragen können Ihnen bei der Einteilung weiterhelfen:

- > Ist die Person in der eigenen Datenbank bereits aufgeführt?
- > Stimmt die E-Mail-Adresse mit der Firmenadresse überein?
- > Wie gross ist die Firma, wie viele Mitarbeiter arbeiten für die Firma?
- > Wo ist die Firma, woher stammt die Anfrage?
- > Hat die Firma allenfalls bereits Kooperationen mit anderen Bildungsanbietern?
- > Welche Position hat die Person innerhalb der Firma?
- > In welcher Abteilung arbeitet die Person?
- > Passt die gewünschte Weiterbildung zu dieser Firma bzw. zur Person?
- > Existieren in der eigenen Datenbank bereits Kontakte zu dieser Firma?
Wenn ja, in welcher Art?
- > etc.

Mit der Beantwortung dieser Fragen können Sie die neue Firmenanfrage im Idealfall in eine der genannten Zielgruppen einteilen. Je mehr Informationen Sie über die anfragende Person und die Firma haben, desto einfacher fällt Ihnen die Zuteilung. Jede Zielgruppe wird in der Folge unterschiedlich angesprochen, jede Zielgruppe hat unterschiedliche Bedürfnisse und benötigt daher ein anderes Angebot.

Wichtig: Jede Zielgruppe kann für Sie erfolgreich werden!

Schritt 2: Die richtige Kommunikation

Wie bereits erwähnt, weisen Firmenanfragen ein sehr hohes Erfolgspotenzial auf. Die zielgruppengerechte Kommunikation (inhaltlich, personell, zeitlich) ist für Ihren Erfolg entscheidend. Nachfolgend erhalten Sie für die einzelnen Zielgruppen praxiserprobte Ideen, mit welchen Sie Ihre Chancen auf einen erfolgreichen Abschluss signifikant erhöhen.

Anfragen aus dem HR-Bereich

Grössere Firmen mit Personalverantwortlichen kümmern sich in der Regel intensiv um die Entwicklung Ihrer Mitarbeiter. Anfragen aus dem Personalbereich sind daher besonders wertvoll, weil Personalverantwortliche die Entscheidung bei der Wahl eines Lehrgangs bzw. einer Schule massgebend beeinflussen. Darüber hinaus können Multiplikatoreffekte Ihre künftigen Gewinne massiv erhöhen. Ist Ihr Bildungsinstitut bei einer Firma einmal eingeführt und bekannt, so werden Sie mit grosser Wahrscheinlichkeit auch in Zukunft bei der Wahl berücksichtigt. Diese Firmenanfragen sind Ihr Startpunkt zu neuen Kooperationen. Wichtige Punkte sind:

- > Anfragen aus dem HR-Bereich sind Chefsache! Die verantwortliche Person für das Firmengeschäft nimmt sich diesen Anfragen persönlich an.
- > Klären Sie mögliche Bedürfnisse der Firma im Vorfeld ab.
- > Nehmen Sie telefonisch Kontakt auf. Bestätigt sich das Interesse und der Bedarf für Ihr Angebot, empfiehlt es sich mit den Verantwortlichen ein Treffen vor Ort zu arrangieren.
- > Vermitteln Sie Ihrem Gegenüber das Gefühl einer «Vorzugsbehandlung».
- > Zeigen Sie beim persönlichen Treffen oder beim ausführlichen Telefongespräch die verschiedenen Kooperationsmöglichkeiten auf. Seien Sie offen für neue Ideen und Modelle. Details und Ideen für mögliche Kooperationsinhalte finden Sie unter «Schritt 3: Neue Kooperationen aufbauen».
- > Die Erfahrungen aus der Praxis zeigen: Falls Sie das Potenzial für eine künftige Kooperation sehen, empfehlen wir Ihnen «Vorleistungen zu erbringen». Sehen Sie beispielsweise das Potenzial für Inhouse-Schulungen, dann bieten Sie eine kostenlose Probelektion an, etc.

Neue Kooperationen entstehen nicht von heute auf morgen. Nehmen Sie sich Zeit um einen gemeinsamen Nenner zu finden und den Leistungsumfang genau zu definieren. Der Praxis-Ratgeber «Kooperationen zwischen Bildungsanbietern und Unternehmen» unterstützt Sie mit zahlreichen Tipps und Beispielen aus der Praxis.

Anfragen von Personen mit Führungsaufgaben und Entscheidungskompetenz

Ihre Recherche hat ergeben, dass die Anfrage von einer Person mit Führungsaufgaben und Entscheidungskompetenz gemacht wurde. Ausgezeichnet! Auch diese Anfragen weisen ein hohes Erfolgspotenzial auf. Das Vorgehen der Bearbeitung ist ähnlich zu Anfragen aus dem HR-Bereich. Die Vorbereitung:

- > Anfragen aus dem Managementbereich sind ebenfalls Chefsache! Die verantwortliche Person für das Firmengeschäft nimmt sich diesen Anfragen persönlich an.
- > Klären Sie mögliche Bedürfnisse der Firma im Vorfeld ab.
- > Prüfen Sie, ob das Unternehmen eine eigene Personalabteilung bzw. eine HR-verantwortliche Person hat.

Je nachdem ob eine Abteilung oder Person für Personalfragen verantwortlich ist, unterscheidet sich das weitere Vorgehen bzw. das Ziel Ihrer Kontaktaufnahme.

Nehmen Sie telefonisch Kontakt auf und:

- > Stellen Sie gezielte Fragen, um die brennendsten Bedürfnisse und Interessen herauszufinden.
- > Führen Sie ein bedürfnisgerechtes Beratungsgespräch durch.
So zeigen Sie Interesse und Kompetenz.
- > Entscheiden Sie während des Gesprächs, ob für Sie ein Treffen vor Ort in Frage kommt.
 - Versuchen Sie ein Treffen vor Ort mit der Führungsperson zu arrangieren.
 - Versuchen Sie ein Treffen vor Ort mit der Abteilung oder Person für Personalfragen zu arrangieren.
 - Versuchen Sie ein Treffen vor Ort mit der Führungsperson und der Abteilung oder Person für Personalfragen zu arrangieren.
- > Falls ein persönliches Treffen vor Ort nicht gewünscht ist, so nehmen Sie sich Zeit für ein ausführliches Telefongespräch.
- > Vermitteln Sie Ihrem Gegenüber das Gefühl einer «Vorzugsbehandlung».
- > Zeigen Sie die verschiedenen Kooperationsmöglichkeiten auf. Seien Sie offen für neue Ideen und Modelle. Details und Ideen für mögliche Kooperationsinhalte finden Sie unter «Schritt 3: Neue Kooperationen aufbauen».
- > Die Erfahrungen aus der Praxis zeigen: Falls Sie das Potenzial für eine künftige Kooperation sehen, empfehlen wir Ihnen «Vorleistungen zu erbringen». Sehen Sie beispielsweise das Potenzial für Inhouse-Schulungen, dann bieten Sie eine kostenlose Probelektion, spezielle Beratung für die Mitarbeiter, Einstufungstests etc. an.



PRAXIS-BEISPIEL

Eine Sprachschule hat eine neue Firmenanfrage eines Exportunternehmens bekommen. In telefonischen und persönlichen Gesprächen vor Ort mit den Verantwortlichen stellt sich heraus, dass die Firma Bedarf an regelmäßigen Schulungen für «Business Englisch» und «Spanisch für den Alltag» hat. Die Verantwortlichen der Exportfirma sind sich jedoch nicht ganz sicher und zögern mit der Zusage. Zur Förderung des Abschlusses bietet die Sprachschule dem Exportunternehmen eine kostenlose Inhouse-Schulung (Probelektion) an – ausgerichtet auf eine spezifische Herausforderung der Firma. Die Verantwortlichen stimmen zu. Die Durchführung der Probelektion lässt kaum Wünsche offen und die Sprachschule beweist ihre Kompetenz auf eindrucksvolle Art und Weise. In den anschliessenden Gesprächen vereinbaren die Parteien mit je zehn Lektionen pro Sprache zu starten, verteilt auf die nächsten drei Monate.

Anfragen von Mitarbeitern, die sich für eine berufliche Weiterbildung interessieren

Sie haben eine neue Anfrage mit Angabe der Firma bekommen. Ihre Recherche hat ergeben, dass diese Anfrage höchstwahrscheinlich von einer Person stammt, welche weder eine Führungsposition im Management innehat, noch im HR-Bereich arbeitet.

- > Machen Sie sich Gedanken, welche Bedürfnisse bei der Angabe der Firma mit der Anfrage relevant sein könnten.
- > Machen Sie sich Gedanken, welche Bedürfnisse die Firma haben könnte.
- > Prüfen Sie, ob das Unternehmen eine eigene Personalabteilung bzw. eine HR-verantwortliche Person hat.
- > Nehmen Sie telefonisch Kontakt auf und stellen Sie gezielte Fragen, um die brennendsten Bedürfnisse und Interessen herauszufinden. Führen Sie ein Beratungsgespräch durch. So zeigen Sie Ihre Kompetenz im Bildungsbereich. Klären Sie ab, weshalb der Bildungsinteressent diese Anfrage mit Firmenangaben gemacht hat.
- > Versuchen Sie zum Abschluss des Gesprächs herauszufinden, wer in der Firma / HR-Abteilung Ansprechpartner für die Weiterbildung ist. Zeigen Sie dazu kurz den Nutzen auf, wie der Bildungsinteressent von einer möglichen Kooperation konkret profitieren könnte (z. B. Rabatte, Schulungen im Betrieb, branchenspezifische Unterlagen). Holen Sie das «Okay» ein, dass Sie mit der HR-Abteilung Kontakt aufnehmen dürfen und sich gegebenenfalls auf diese Anfrage beziehen werden. Nehmen Sie anschliessend sinngemäss zum Vorgehen «Anfragen aus dem HR-Bereich» Kontakt auf.



WICHTIGER HINWEIS

Vertrauen aufzubauen ist entscheidend für ein erfolgreiches Gespräch. Beginnen Sie daher Ihr Gespräch beim eigentlichen Thema «Anfrage für einen Lehrgang» und zeigen Sie Ihre Kompetenz in der Beratung. Wenn Ihnen Ihr Gegenüber diese Kompetenz zuspricht, dann werden Sie auch für den nächsten Schritt – die Kontaktaufnahme mit der HR-Abteilung – die Zustimmung erhalten.

Anfragen von Mitarbeitern, die sich privat weiterbilden möchten

Eingehende Anfragen von Personen, welche sich offensichtlich auf den privaten Lebensbereich beziehen (z. B. Lehrgänge aus den Bereichen Kreativität, Freizeit, Gesundheit, Wellness) und in keinem ersichtlichen Kontext mit der beruflichen Tätigkeit stehen, sollten weiter unterteilt werden. Entscheidend ist, bei welcher Firma die betreffende Person arbeitet und wie Sie das Potenzial einschätzen:

> Mittlere bis grössere Firma mit Potenzial für Kooperationen:

Obschon auf den ersten Blick keine Firmenanfragen im eigentlichen Sinne vorliegen, bieten diese Anfragen durchaus die Möglichkeit überdurchschnittlich profitabel zu werden. Sehen Sie auch diese Anfragen als «Türöffner zur HR-Abteilung». Versuchen Sie in einem persönlichen Beratungsgespräch herauszufinden, weshalb der Bildungsinteressent diese Anfrage mit Firmenangaben gemacht hat. Zeigen Sie Ihre Kompetenz in der Bildungsberatung.

Versuchen Sie zum Abschluss des Gesprächs herauszufinden, wer in der Firma / HR-Abteilung Ansprechpartner für die Weiterbildung ist. Zeigen Sie dazu kurz den Nutzen auf, wie der Bildungsinteressent von einer möglichen Kooperation konkret profitieren könnte (z. B. Rabatte, Schulungen im Betrieb, branchenspezifische Unterlagen). Holen Sie das «Okay» ein, dass Sie mit der HR-Abteilung Kontakt aufnehmen können. Nehmen Sie anschliessend sinngemäss zum Vorgehen «Anfragen aus dem HR-Bereich» Kontakt auf.

> Einzelbetrieb oder kleinere Firmen mit geringem Potenzial für Kooperationen:

Nehmen Sie diese Anfragen in Ihren Standard-Nachfassprozess für neue Bildungsinteressenten auf. Verweisen Sie zusätzlich auf die eigene Webseite (Landingpage Firmenanfragen & Kooperationsmöglichkeiten).

Schritt 3: Neue Kooperationen aufbauen

Nur wenige Firmenanfragen führen zu einer Kooperation. Der Aufbau neuer Kooperationen ist zeit- und arbeitsintensiv. Prüfen Sie deshalb genau, mit welchen Partnern Sie eine Kooperation eingehen möchten. In erfolgreichen Kooperationsmodellen profitieren alle Beteiligten: Die Firma, der Bildungsanbieter und die Teilnehmenden. Bei der Ausgestaltung des Kooperationsinhalts sollten die Leistungen aller Beteiligten festgehalten werden. Dies schafft Verbindlichkeit. Gängige Kooperationsvarianten sind:

- > Reduktion der Kurskosten (z. B. Mengenrabatte, Partnerrabatte)
- > Schulung vor Ort (z. B. Inhouse-Sprachkurse)
- > Gemeinsame Info-Anlässe
- > Spezielle Bildungsberatung für Firmenmitarbeiter
- > Firmenspezifische Schulungsunterlagen
(z. B. branchenspezifische Zusatzinfos, Fallstudien)
- > Individuelle Kurszusammenstellung (z. B. Priorisierung firmenrelevanter Lerninhalte, zeitlich flexible Lehrgangseinteilung)
- > Verfügbarkeit von Lerninhalten im Firmennetzwerk (Intranet),
beispielsweise E-Learning-Einheiten
- > Betriebsbesichtigungen
- > Angebot an Praktikumsstellen
- > Stellen für Personen in Aus- und Weiterbildung
- > Stellen für Personen mit erfolgreichem Lehrgangsabschluss

**Weitere Kooperationsvarianten und Praxistipps
für den Aufbau neuer Kooperationen finden Sie im Karriere-Ratgeber
«Kooperationen zwischen Bildungsanbietern und Unternehmen».**



Das Schweizer Bildungsportal

Modula AG, Aemetstrasse 6, 8344 Bäretswil

Telefon 044 930 30 30

info@ausbildung-weiterbildung.ch