



„Innovative Beratungskonzepte / Aufbau einer innovativen Vertriebs- bzw. Beraterstruktur“

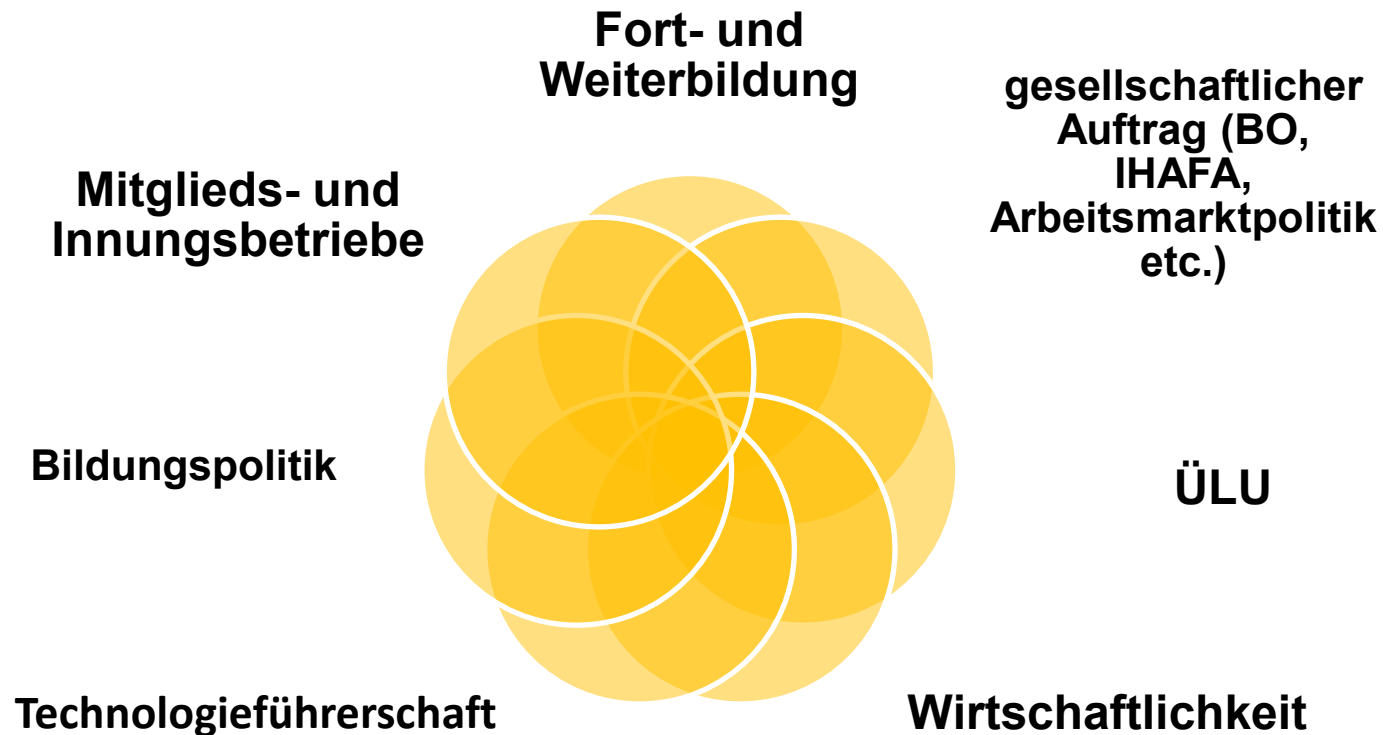
Ausgangslage



Bildungsteilnehmer kommen heute nicht mehr von alleine!

Das BBZ im Spannungsfeld

Rund um die handwerkliche Bildungsinfrastruktur



Wer sind derzeit unsere „Kunden“?

- Schüler, Arbeitssuchende, Beschäftigte

Schwieriger ist.....wer soll unser Kunde von Morgen sein!? Womit wollen/können/müssen wir in Zukunft Geld verdienen?

ÜIU bleibt -> bindet Ressourcen, Vorgaben HPI

Meister bleibt -> abnehmend, andere Lernformen z.B. Blended Learning

Fort- und Weiterbildung - Entwicklung, z.B. für Führungskräfte, Unternehmer

Was bleibt neben dem Abschöpfen in stagnierenden Märkten mit starken Preisdruck?

- Entwicklung neuer Produkte
- Erschließung zusätzlicher Absatzmärkte

Wer bezahlt überhaupt für Fort- und Weiterbildung?

- Meister, Betriebswirt
- Privatpersonen in Kombination mit AFBG
Vorteil: einfache Generierung
Nachteil: abnehmendes Potential, veränderte Lernmethoden
- ÜLU, Bund, Länder, Betriebe, Sokabau, ESF etc.
- vorgeschriebene fachspezifische Schulungen Betriebe
Vorteil: hohe Wiederkehrquote, klare Vorgaben an Bildung
Nachteil: vielfältige Anbieter
- Fachspezifische Schulungen für Betriebe, Privatpersonen
Vorteil: Treiber der Technologie Führerschaft, geringere Preissensitivität, Transferwissen in andere Bereich,
Nachteil: hoher Schulungsaufwand LWM, stetige Anpassung technologischer Wandel, Kundenorientierung und Flexibilität im Ablauf

Wo geht die Entwicklung im BBZ hin?

- Entwicklung zu nachfrageorientierter Dienstleister
- Nach wie vor Schwerpunkt KMU
- Angebot von Qualifizierungs- und Beratungsleistungen
- Neue Formen in der Bildung z.B. Blended Learning oder Teilqualifikation
- Höherer Beratungsaufwand für das BBZ

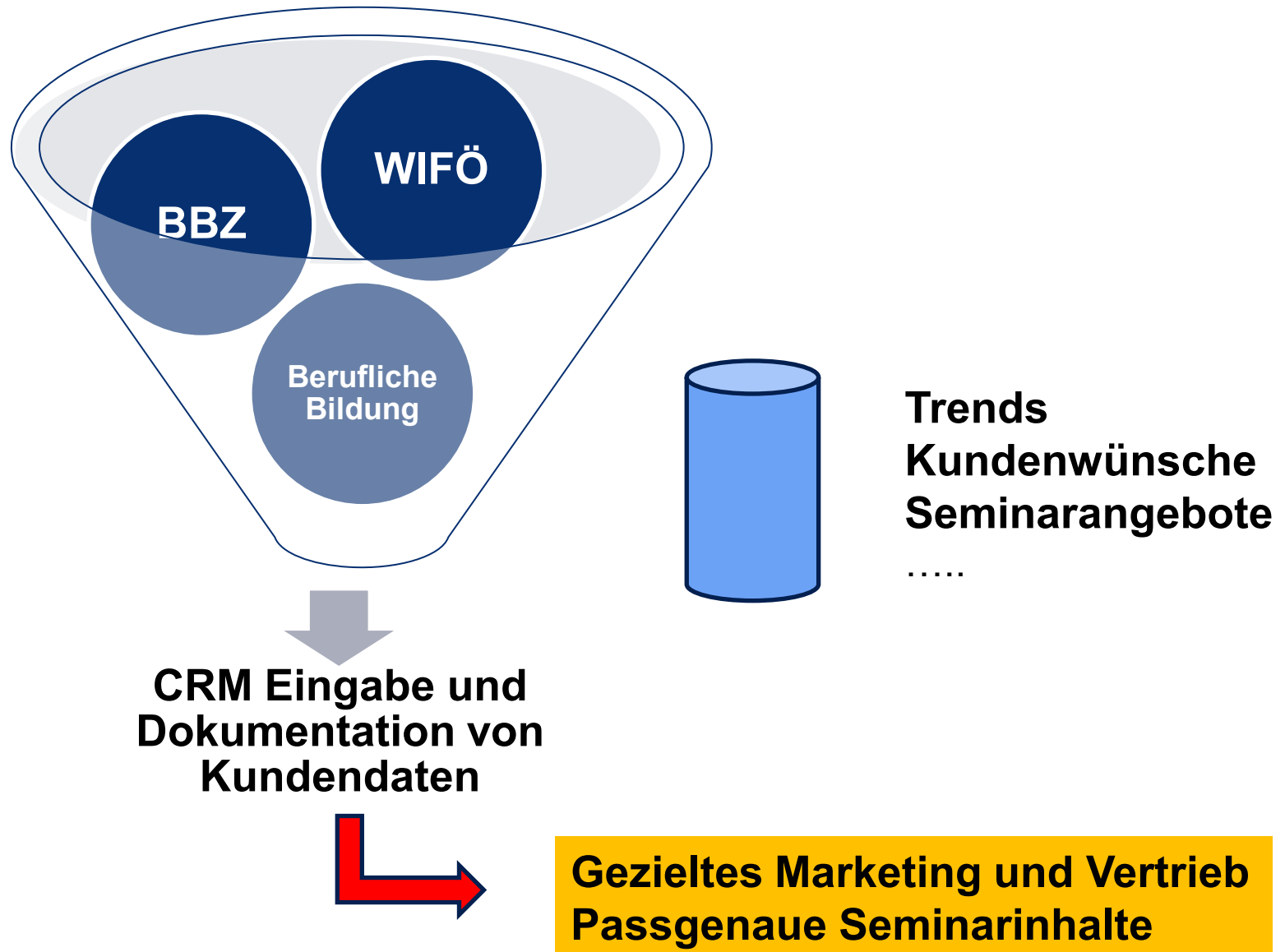
Wie kann das BBZ auf kurzfristige und individuelle Kundenwünsche eingehen?

- Präsenz-Seminare
- Workshops
- Inhouse-Trainings
- Online-Seminare
- Präsenz-E-Learning-Studium
- Schulungen: Learning by Doing
- Vor-Ort-Beratungen/-Coaching



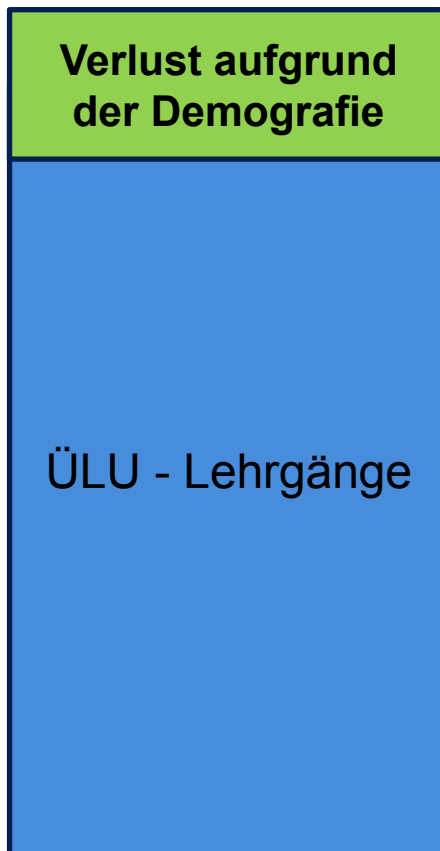
Was wir brauchen:

- Genaue Planung im Voraus
- Genaue Personaleinsatzplanung
- Kostentransparenz
- neue Produkte bzw. Absatzmärkte
- Dozenten
-> Weiterbildung für unsere Lehrwerkmeister
- Starke und potente Partner der Wirtschaft
- Individuelle Kundenberatung



Kernkompetenzen und Produkte der HWK

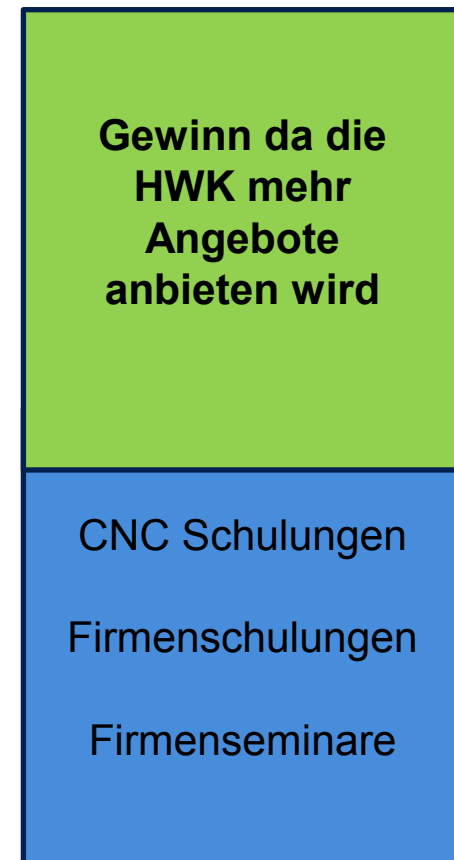
Standard



Aufstiegslehrgänge



Individuelle Fortbildungen



Was müssen wir ändern und womit fangen wir an:

- Der Kunde muss rechtzeitig über unsere Produkte informiert werden
- Neuausrichtung Vertrieb / Service
- Firmenbesuche
- Erfassen und Dokumentation der Kundeninformationen



Unser Selbstverständnis



Was brauchen wir für unsere Kunden?

- Information über Angebote, z.B. Facebook, Homepage
- Seminarinformationen versenden
- Eigenen BBZ E-Mail- Verteiler
- Schnellere Bereitstellung von Informationsmaterial
- Organisation im Bereich Vertrieb im BBZ
- Bereichsübergreifendes Denken und Handeln

Herausforderungen für Beratung / Vertrieb

- Einfache Produktdarstellung
- Auseinandersetzung mit Kunden
- Terminvorbereitung mit Strategieplanung
- Produktverkauf
- Kunden-Bedürfnisse
- Problemlösungen des Kunden
- Schulungen für Vertriebsgespräche
- Infomaterial bereithalten

Was gute Berater können müssen= zuhören, begeistern, informieren

Aufgaben des Managements

- Zielvorgabe und Erwartungen abstimmen
- Festlegung der Zielgruppen
- Ressourcenbestimmung
- Verantwortlichkeiten festlegen
- Verträge anpassen

