

VORSCHAU / Anmeldung

Exzellente Orientierung am Kunden

(Fortsetzung von Seite 1) Auch wenn der 19. Preisträger erst im Zuge der Preisverleihung am 11. Januar 2011 in der SIHK bekanntgegeben wird, eines ist schon jetzt klar: Er beherrscht nicht nur sein Fach, sondern auch das Marketing vorbildlich.

Denn das von der Jury selbst gesetzte Suchfeld lautete: „Im Blickpunkt: exzellente Kundenorientierung“. Das hat sich auch der Marketing-Club für das Jahr 2011 auf die Fahnen geschrieben und wird die Preisverleihung kompakter gestalten, damit im Anschluss ausreichend Zeit für den Austausch und persönliche Gespräche bleibt.

> Gemeinsam auf das neue Jahr anstoßen

Die Laudatio des Abends hält traditionell der Vorjahres-Preisträger. Das war 2010 MEDICE, das es als Familienunternehmen geschafft hat, in einem Markt, der von Konzernen bestimmt wird, Markenartikel wie „Meditosin“ mit höchstem Bekanntheitsgrad zu schaffen.



Über 300 Besucher erwartet der MC zu der Preisverleihung in der SIHK.

Der Neujahrsempfang mit der Preisverleihung beginnt am 11. Januar um 18.30 Uhr mit einem Sektempfang in der SIHK zu Hagen. Nach einem Ausblick auf das Clubjahr 2011 findet die feierliche Preisverleihung mit Präsentation des Marketing-Preisträgers statt. Anmeldungen für die Veranstaltung werden im MC-Sekretariat entgegen genommen, Telefon 02352 540200, E-Mail info@mc-suedwestfalen.de.



ANMELDE-FAX

Am MC-Neujahrsempfang am Dienstag, 11. Januar 2011, in der SIHK zu Hagen nehme ich teil.*

Absender (bitte Druckbuchstaben): _____

mit Gast: _____

MC Südwestfalen
Geschäftsstelle/Sekretariat
Fax 02352 540205

Sponsor Marketing-Preis Südwestfalen:



Special-Sponsor:



Top-Sponsoren 2010:

DOUGLAS HOLDING



Energie, die bewegt.



WIR DANKEN

neben den TOP-Sponsoren unseren dauerhaften Unterstützern: CPC-Werbeberatung, Domröse-Druck, Gustav Selter GmbH & Co. KG.

IMPRESSUM

Herausgeber

Dialog ist eine Publikation des Marketing-Clubs Südwestfalen e. V. Geschäftsstelle und Clubsekretariat: c/o Pffiffikus-Agentur GmbH Neuenrader Straße 25 • 58762 Altna Tel. 02352 540200 • Fax 02352 540205 www.mc-suedwestfalen.de

Konzept, Layout, Text und Fotografie Pffiffikus-Agentur GmbH

Druck sponsored by Domröse-Druck GmbH Schillerstraße 2a • 58089 Hagen Tel. 02331 9198-0 • Fax 02331 9198-26

* Teilnahme an Club-Veranstaltungen: Die Teilnehmer beteiligen sich auf eigene Gefahr an unseren Veranstaltungen. Sie tragen die alleinige zivil- und strafrechtliche Verantwortung für alle von ihnen verursachten Schäden, soweit hiermit kein Haftungsausschluss vereinbart wird. Die Teilnehmer erklären mit Anmeldung zu der Veranstaltung den Verzicht auf Ansprüche jeder Art für sämtliche Schäden, die im Zusammenhang mit der Veranstaltung entstehen, und zwar gegen den Veranstalter und die Sponsoren und andere Personen, die mit der Organisation der Veranstaltung in Verbindung stehen und die Erfüllungs- und Verrichtungsgehilfen aller zuvor genannten Personen und Stellen, außer jeweils für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie außer für sonstige Schäden, die jeweils auf einer grob fahrlässigen und/oder vorsätzlichen schuldhaften Pflichtverletzung beruhen. Der Ausschluss gilt für Ansprüche aus jeglichem Rechtsgrund, insbesondere sowohl für Schadensersatzansprüche als vertraglicher als auch außervertraglicher Haftung sowie für Ansprüche aus unerlaubter Handlung. Stillschweigende Haftungsausschlüsse bleiben von vorstehender Haftungsausschlussklausel unberührt.

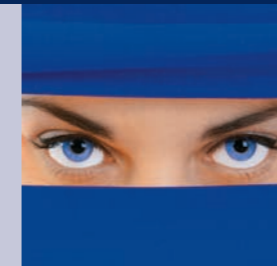
DIAMOLOG

MARKETING-CLUB SÜDWESTFALEN

Mitglied im Deutschen Marketing-Verband • Berufsverband des Marketing-Managements

Ausgabe Dezember 2010

www.mc-suedwestfalen.de



IM INNERN

AKTUELL
Zahlreiche neue Mitglieder

BLICKPUNKT
PartnerPool als Werbung nutzen

VORSCHAU
Empfang in der SIHK



Siegfried Kartmann machte anhand vieler Beispiele deutlich, wie bewusstes Zuhören beim Gesprächspartner zu mehr Erfolg, zum Beispiel dem Verkaufsabschluss, führen kann.

Zuhören: Schlüssel zum Kunden

„Fachidiot redet Kunde tot.“ - Diese Erfahrung hat wohl jeder schon einmal gemacht. Wie ein Verkaufsgespräch auch anders, mit erfolgreichem Abschluss geführt werden kann, zeigte beim Dezember-Clubabend Siegfried Kartmann, Deutschlands Zuhör-Trainer Nummer 1.

Der Abend wurde zu einer kleinen Trainingseinheit für effiziente Kunden-Kommunikation und Steigerung der eigenen sozialen Kompetenz. Dabei ging es im Wesentlichen um nur ein Thema: das richtige Zuhören. Denn genau das macht für Siegfried Kartmann einen erfolgreichen Verkäufer aus.

(Fortsetzung Seite 2)

Marketing-Preis

Verleihung am 11.1.2011

Am 11. Januar 2011 lädt der Marketing-Club Mitglieder und Gäste zum Neujahrsempfang mit Verleihung des 19. Marketing-Preises Südwestfalen in die SIHK zu Hagen ein.

Rund 300 Gäste werden in diesem Jahr erwartet, nicht nur MC-Mitglieder, sondern auch Vertreter aus Wirtschaft, Politik und Verwaltung. Wer vor ihren Augen den Preis entgegennehmen darf, bleibt - traditionell - bis zur Präsentation ein Geheimnis.

> Preisträger in bester Gesellschaft

Zu den jüngsten Preisträgern zählen unter anderen das Iserlochner Pharmaunternehmen Medice, die Kirchhoff-Gruppe, Lobbe, ABC-Verbindungstechnik, Europart, KEUCO und weitere namhafte Unternehmen aus der Region. Die Preisverleihung steht 2011 unter dem Motto „Im Blickpunkt: Exzellente Kundenorientierung“. (Fortsetzung Seite 4)

Neu im Club

Prof. Dr. Gunter Schlageter lehrt an der FernUniversität Hagen. Dort ist er im Bereich IT, Weiterbildung und e-government tätig.

Christoph Dahmann erwartet von seiner Mitgliedschaft neue Kontakte in der Region und interessante Veranstaltungen. Er ist geschäftsführender Gesellschafter bei A.L.S. Allgemeine Land- und Seespedition GmbH in Arnsberg.

Uwe Hell ist Gesellschafter Geschäftsführer der praedata Bürosysteme GmbH. Das Unternehmen ist IT-Systempartner für Büros aller Branchen.

Regine Votteler ist Center-Managerin des Stern-Centers in Lüdenscheid. Sie ist die Nachfolgerin von Torsten Keller.

Mike Wiemann arbeitet seit 2009 bei den Stadtwerken Iserlohn. Dort leitet er die Marketing-Abteilung.

Thorsten Kielmann hat den MC kennengelernt, als der Club beim Marketing vor Ort in seinem Fitness-Center war. Inzwischen ist daraus die INJOY Färberstraße Freizeit-Center GmbH geworden. Thorsten Kielmann ist damals wie heute der Geschäftsführer.

Thomas Heyd hat gleich mehrere Gründe, in den Marketing-Club einzutreten: Austausch mit Kollegen, spannende Marketing-Infos und lokales Networking. Der Marketingleiter OTC ist beim Südwestfälischen Marketing-Preisträger MEDICE beschäftigt.

Klaus Gisselmann war von der Sonderveranstaltung Marketing-Gespräch auf der Landesgartenschau so überzeugt, dass er spontan dem Club beigetreten ist. Er ist Prokurist der Schulte Verpackungssysteme GmbH.



Siegfried Kartmann verteilte nach dem Vortrag eine Visitenkarte mit einem Spiegel darauf - als Erinnerung, im Verkaufsgespräch die Bedürfnisse des Kunden zu spiegeln.

Wünsche im Gespräch spiegeln

Für Siegfried Kartmann steht fest: „Sie können alles wissen und das beste Produkt haben, wenn Sie nicht persönlich überzeugen können, sind Sie chancenlos.“

Als Hilfe dabei riet er, dem Kunden genau zuzuhören, ihn nach seinen Wünschen zu fragen - und diese dann als Zwischenfeedback noch einmal zusammen zu fassen. „Fragen Sie Ihren Kunden: ‚Habe ich das, richtig verstanden, dass Sie x und y wünschen, für das Problem z eine Lösung suchen?‘“

Dadurch fühle, der Kunde, dass es nicht darum gehe, irgendein Produkt zu verkaufen. Vielmehr spüre er, dass es dem Verkäufer wirklich um ihn, den Kunden, und seine individuellen Bedürfnisse gehe. Dieses kommunikative Können werde in Zukunft im Verkauf immer mehr

gefragt sein, prophezeite Siegfried Kartmann, gerade in Zeiten, in denen sich Produkte immer ähnlicher würden.

Da sei die viel zitierte „Qualität“ eines Produktes oder einer Leistung eine Basis. „Die müssen sie vor dem Kunden nicht mehr besonders betonen, sondern das wird dieser voraussetzen“, so Siegfried Kartmann, „natürlich gehe ich davon aus, dass ihr Produkt auch wirklich qualitativ erstklassig ist“.

> Kunden loben und bestätigen

Neben dem Spiegeln gehöre zu einem guten Verkaufsgespräch auch, den Kunden in seinem Entschluss zum Kauf freundlich zu bestätigen. Zum Beispiel könne er für seinen guten Geschmack oder den cleveren Entschluss gelobt werden. Auch das erzeuge eine wichtige Nähe.

Sponsoring 2011

Club für die eigene Präsentation nutzen

Das „Zu Gast bei...“-Sponsoring im MC ist begehrt, weil es Unternehmen ein erstklassiges Forum für die eigene Präsentation bietet. Kein Wunder, dass für das Jahr 2011 nur noch wenige Termine frei sind. Wer noch als Sponsor dabei sein möchte, sollte sich daher schnell im Clubsekretariat melden.

Seit Jahren nutzen die Mitgliedsunternehmen die Clubabende gerne als Plattform für die eigene Präsentation. Kein Wunder: Denn im Schnitt sind 80 bis 90 Mitglieder und Gäste das Publikum, darunter vor allem Unternehmensinhaber, Führungspersönlichkeiten, Multiplikatoren und Entscheider der Region.

> Entscheider von eigener Leistung überzeugen

In diesem Rahmen stellt der jeweilige Moderator des Abends den „Zu Gast bei...“-Sponsor ab 2011 mit einem Kurzinterview vor. Das Unternehmen hat die Gelegenheit, seine Geschichte, Gegenwart und Zukunft in einem Interview zu präsentieren und die Zuhörer so von der eigenen Leistung zu überzeugen. Zusätzlich wird der „Zu Gast bei...“-Sponsor vor dem



Clubabend in der Mitgliederzeitschrift „Dialog“ vorgestellt, sein Logo wird auf dem Plakat am Buffet sowie auf Teilnehmerlisten und den Evaluationsbögen für den jeweiligen Abend platziert. Außerdem hat er die Möglichkeit, Infomaterial im jeweiligen Veranstaltungsraum auszulegen. Für das „Zu Gast bei...“-Sponsoring zahlen Unternehmen 500 Euro. Wer daran Interesse hat, sollte sich umgehend im Club-Sekretariat melden, denn die Termine sind erfahrungsgemäß schnell vergeben. Darüber hinaus bietet der MC im Rahmen seines „PartnerPool“ Unternehmen weitere Möglichkeiten, sich im Bereich Sponsoring zu engagie-

ren und so die Aufmerksamkeit der Clubmitglieder und Gäste auf sich zu lenken. Die Sponsoring-Möglichkeiten im Einzelnen:

> 6 Möglichkeiten, den Club als Forum zu nutzen

TOP 1: „Marketing vor Ort“

Der Partner übernimmt und sponsert die Veranstaltung „Marketing vor Ort“. Das heißt: Die MC-Mitglieder kommen zum Unternehmen. Neben der Darstellung der Marketing-Leistung und einer Unternehmensführung besteht die Möglichkeit zur Eigenpräsentation.

TOP 2: „Zu Gast bei...“

Alle Club-Veranstaltungen haben eines gemeinsam: Dem Gastgeber wird die volle Aufmerksamkeit geschenkt.

TOP 3: Marketing-Preis Südwestfalen

Die Verleihung des Marketing-Preises Südwestfalen ist eine der wichtigsten Großveranstaltungen der heimischen Wirtschaft. Sie bietet optimale Gelegenheit, sich vor großem Publikum in Szene zu setzen.

TOP 4: TOP-Sponsor

Zwölf Monate maximale Präsenz bei allen Club-Veranstaltungen und PR-Maßnahmen, auf der Internetseite des Clubs sowie in der Mitgliederzeitschrift „Dialog“.

TOP 5: Wissenspreis Südwestfalen

Das innovative Image des Preisträgers überträgt sich auch auf den Sponsor.

TOP 6: Event-Sponsor

Der MC Südwestfalen ist für seine besonderen Events bekannt: an außergewöhnlichen Orten oder mit außergewöhnlichen Gästen und Referenten. Dabei ist jedem Sponsor große Aufmerksamkeit sicher.



Ob als „Zu Gast bei...“-Sponsor oder Event-Sponsor: Die Gastgeber des Abend können ihre Produkte präsentieren, und ihnen ist die volle Aufmerksamkeit des Publikums sicher.