

Konzept zum Impuls-Vortrag:

"Was macht ein Geschäft zu meinem Geschäft?"

Geschäftsideen personalisieren

Ziel der Veranstaltung:

Der Vortrag verfolgt die Fragestellung: was macht ein gewöhnliches Geschäft zu einem besonderen Geschäft, nämlich meinem?

Die Teilnehmer erhalten Anregungen, wie sie ihre Geschäftsaktivitäten tagtäglich mit ihrer Persönlichkeit bereichern können und welche Rolle emotionale Elemente wie z.B. Bilder, Symbole oder der gekonnte Umgang mit Kunden, Mitarbeitern oder Geschäftspartnern spielen. Mit allen Formen der Emotionalität entsteht eine besondere Kundenbindung, eine Identifikation von Mitarbeitern mit der Geschäftsidee und eine Stressminderung beim Inhaber.

Denn er lebt seine Idee, er hat Freude daran - und das ist für jeden spürbar!

Zielgruppe:

Teilnehmer sind typischerweise:

- Gründer, die die erste Phase schon recht erfolgreich hinter sich gebracht haben und nun über eine Weiterentwicklung nachdenken oder einen Weg zur Stabilisierung suchen.
- Geschäftsinhaber, die ihrem Geschäft eine deutliche Veränderung geben wollen.
- Neugründer, die Anregungen suchen.

Agenda:

Der Ablauf sieht wie folgt aus:

- Begrüßung und Kurzvorstellung, Zielsetzung etc, ca. 30 Min
- der eigentliche Vortrag, ca. 1h - 1,5h (incl. Zwischenfragen)
- anschließende Diskussion (ggf. von uns angeregt), ca. 30 Min
- Meinungsaustausch der Teilnehmer und mit uns bei Kaffee etc., ca. 1 h

Ort:

Nützlich wäre eine Umgebung, die der Idee von Emotion, Symbolik, Tradition oder historischem Kontext entspricht. Darauf wird dann im Vortrag auch Bezug genommen.

Inhalt in Kurzfassung:

Der Vortrag wird anhand von Praxisbeispielen verdeutlichen, wie wichtig Emotionalität bei der erfolgreichen Umsetzung einer Geschäftsidee ist. Diese Beispiele manifestieren die Wirkung von Symbolen, Slogan oder auch persönlichen Gegenständen wie Fotos. Als typisches Manko werden u.a. wenig wirksame Internetauftritte gezeigt und eben deren Gegenteil. Die Vortragenden zeigen Möglichkeiten einer begeisternden Vision und eines Leitbildes auch für Kleinunternehmen auf. Wichtig sind Bezugsgrößen wie Ort und regionaler Kontext, Kundengruppen oder die Wertschätzung des Anderen. Die Teilnehmer erhalten Anregung, ihren Blickwinkel auf das Geschäft und den Alltag zu verändern. Der Vortrag beschäftigt sich aber auch mit den Risiken der wachsenden psychischen Belastung im Geschäftsalltag und der potentiellen Vorbeugung. Dazu gehören Themen wie die Entwicklung der Persönlichkeit, die Orientierung an sinn- und nachhaltigem Handeln, das Finden von Werten und Vorbildern sowie die Positionierung als Vorbild für Andere. Denn nur wer seine eigene Work-Life-Balance findet, kann auch Kunden und Mitarbeiter nachhaltig an sich binden. Wer den Mut hat zur Selbständigkeit, der hat auch den Mut, die unsichtbaren Mauern gegenüber Anderen abzureißen und Emotionalität zu zeigen. Dadurch werden nicht nur Geschäftsideen personalisiert sondern, auch erfolgreicher als die vom Wettbewerb. Das gilt nicht nur für die ganz Großen im Konsumermarkt, sondern auch für jeden Handwerker, Händler oder Dienstleister.

Das macht ein Geschäft zu meinem Geschäft!