

■ Matchpoint-System

Spiel, Satz und Sieg!

Matchpoint-System



Dem Handwerk geht's gerade richtig gut. Wirklich? Beschäftigt man sich genauer mit der Handwerksrealität, trifft man auch auf andere Einschätzungen. Da gibt es Betriebe, die Aufträge haben, aber nicht die, die sie gerne hätten. Sie haben Kunden, aber nicht die echten Gewinnbringer, mit denen sie gern arbeiten würden. Andere Betriebe haben Mitarbeiter, aber

nicht in ausreichender Zahl und nicht die Macher, die mit ihrem Können und Einsatz das Unternehmen voranbringen. Es gibt Betriebe, die Zukunft haben, aber noch keinen Masterplan, wie sie zur einzigartigen Marke werden. Sie machen sich von Broschüre bis Fahrzeugbeschriftung wahrnehmbar, aber sind auf digitalen Kanälen weitgehend unsichtbar. Und schließlich geht es noch um die Inhaber der Betriebe: Manchen fehlt die Motivation. Andere genießen Ansehen, aber nicht die Wertschätzung, die sie sich eigentlich wünschen.

Ziemlich viele »Aber«, oder? Noch beunruhigender: Jedes »Aber« umreißt Bereiche, auf denen jetzt und in Zukunft die Musik spielen wird – für diejenigen Handwerksunternehmer, die wirtschaftlich erfolgreich und persönlich zufrieden sein wollen. Handwerksexpertin Andrea Eigel verfolgt diese Entwicklung seit vielen Jahren. Sie suchte für die Menschen aus dem Handwerk, die sie berät, coacht und weiterbildet, nach einer Handhabe, mit der sich diese und einige weitere typische Problemstellungen lösen lassen: mit einer Herangehensweise, die der komplexen Aufgabe gerecht wird, ohne kompliziert zu sein; mit einem theoretischen Background auf dem neuesten Stand der Forschung, der direkt in absolut praktikable Umsetzung mündet.

Das Ergebnis ist ihr Matchpoint-Kommunikations-System. In sieben Schritten werden anhand der wesentlichen Erfolgsfaktoren authentische Positionierung, prägnante Marke und optimale Sichtbarkeit die jeweils betriebsindividuellen Stärken, Inhalte und Maßnahmen herausgearbeitet. Sie setzen die Menschen, auf die es im Betrieb ankommt – den Unternehmer, die Kunden und die Mitarbeiter – so in Beziehung, dass es »matcht«, also: passt. Am Ende steht die jeweils optimale 360°-Strategie, um zur Marke für Fokuskunden und Wunschmitarbeiter zu werden. Mit dem Ergebnis, dass sich die wesentlichen »Aber« in mehr Lieblingsaufträge von Lieblingskunden, ausgeführt von mehr fähigen Mitarbeitern verwandeln, der Betrieb gezielt auch digital sichtbar wird und sich der Handwerksunternehmer über mehr strategische Klarheit und Wertschätzung aus seiner Umgebung freuen kann.

TIPP

1 Matchpoint-Tag zum Aktionspreis

Fehlende Mitarbeiter oder Markenbildung, mangelnde Wertschätzung oder Zukunftsausrichtung – welches Problem treibt Sie schon seit geraumer Zeit betrieblich um? Jetzt haben Sie die Gelegenheit, der Lösung näher zu kommen. Testen Sie das Matchpoint Kommunikations-System! Bei Ihrem Matchpoint-Einstiegstag in Bietigheim-Bissingen fokussiert sich Andrea Eigel genau auf die Frage, die Ihnen gerade unter den Nägeln brennt. Am 10. Januar 2019 verlost die Mappe diesen Einstiegstag zum **Aktionspreis von 550 Euro** zzgl. MwSt. (Normalpreis 1.250 Euro zzgl. MwSt.) Lassen Sie sich dieses Mappe-Angebot nicht entgehen. Bewerben Sie sich schnell per E-Mail an redaktion@mappe.de.

JETZT BEWERBEN
STICHTAG:
10. JANUAR
2019

■ Auszeichnung

Kolping-Plakette fürs Handwerk

Mit der Adolph-Kolping-Plakette würdigte der Bundesvorstand des Kolpingwerks Deutschland im Rahmen seiner Bundesversammlung am 17. November das Handwerk als »Wirtschaftsmacht von nebenan«. Handwerk sei wertebunden und verbinde Innovation und Tradition. Es schaffe Werte für Kunden, Wirtschaft und die Gesellschaft insgesamt und sei geprägt von Eigeninitiative, ehrenamtlichem Engagement und einem ausgeprägten Verantwortungsbewusstsein für den Betrieb und sein Umfeld. Handwerksunternehmen handeln sozial, stehen für eine langfristige und nachhaltige Unternehmensausrichtung und schaffen als Familienunternehmen Dauerhaftes, das auch künftigen Generationen diene.

■ Zahl des Monats

117.500

Brücken spannen sich in Deutschland über Straßen, Flüsse und Täler. Meist bestehen sie aus korrosionsanfälligen Stahlbeton und viele müssen deshalb in den kommenden Jahren saniert oder neu gebaut werden. In dem vom Bundesforschungsministerium geförderten Projektkonsortium »C3« arbeiten 110 Partner gemeinsam an verbesserten Materialien wie dem Textilbeton, der aus Beton und Carbonfasern besteht.