

# Inhouse-Schulung "Die Kompetenz der Zukunft - Ihre Positionierung!" für Hoteliers und Gastronomen

Werden Sie einzigartig und erzielen Sie mit einer eigenständigen Positionierung bessere Ergebnisse! In diesem Seminar lernen Sie, wie Sie eine eindeutige, bewusste und differenzierende Strategie für Ihre Positionierung unter Berücksichtigung Ihrer Stärken und Qualitäten aufbauen - für mehr Erfolg in Ihrem Unternehmen.

- ✓ Unternehmer: Anforderungen an das Berufsbild und Aufgaben des Unternehmers
- ✓ Positionierung: Wettbewerbsanalyse, eigene Stärken, Zielgruppen und eigenständige Strategie
- ✓ Workshop: Anwendung der Lerninhalte und Entwicklung einer Strategie für Ihr Unternehmen

## Beschreibung des Seminars

Mehr denn je in der Geschichte des Marketings wird die Positionierung eines Unternehmens zu dem Erfolgsfaktor! Unsere - nach Corona - hochsensibilisierte Gesellschaft will wissen, wohin sie sicher reisen kann, welche Rahmenbedingungen sie vorfinden wird und wer hinter einem Unternehmen steht!

Die Glaubwürdigkeit Ihres gesamten Unternehmens und das Vertrauen in dieses sind die Schlüsselfaktoren dazu. Daher ist es mehr denn je wichtig, sich als UnternehmerIn konkrete und spruchreife Gedanken über die eigene Positionierung zu machen.

Im Workshop „Die Kompetenz der Zukunft - Ihre Positionierung!“ geht es darum, exakt die treffende strategische Positionierung für Ihr Hotel oder Ihre Gastronomie zu entwickeln - und nicht irgendeine Positionierung zu erfinden, die genauso gut für Ihren Mitbewerber gelten könnte (was in der Praxis leider oft vorkommt).

Ihr Unternehmen ist das Produkt Ihrer Persönlichkeit und zugleich wird Ihre Persönlichkeit durch Ihr Unternehmen geprägt. Deswegen können Sie dauerhafte Änderungen und Weiterentwicklungen nur erzielen, wenn Sie an Ihrem Unternehmen und an Ihrer Persönlichkeit ansetzen.

Viele Inhaber von mittelständischen Hotels sind zu aktiv in das Tagesgeschäft eingebunden. Statt *am* Unternehmen (Unternehmer) zu arbeiten, arbeiten sie viel zu viel *im* Unternehmen (Fachkraft).

Das führt zu Verzettelung, Stress und unbefriedigenden Unternehmensergebnissen. Gerade in mittelständischen Hotels und Restaurants ist die Unternehmensführung systematisch durchzuführen. Dazu bedarf es einer erprobten Vorgehensweise.

Dieses Seminar vermittelt Ihnen tiefes und praxisnahes Wissen für Ihre Positionierung und Ihr Marketing.

Unsere Positionierungs-Schulung für Hotels und Gastronomie vermittelt Ihnen tiefes und praxisnahes Wissen, um sich umfassend mit der erfolgreichen Ausrichtung Ihres eigenen Hotels und/oder Restaurants auseinanderzusetzen. Hier erfahren Sie von Experten, die bereits selbst erfolgreich eine Vielzahl von Hotelpositionierungen und Gastronomiepositionierungen auf den Weg gebracht haben, welche Strategien in der Praxis wirklich funktionieren.

Es zeigt, welche Faktoren für die Resonanzfähigkeit einer erfolgreichen Marktpositionierung für Hotels und Restaurants besonders relevant sind und wie die Ausweitung des eigenen Marktanteils strategisch geplant und systematisch umgesetzt wird. Sie lernen ganz konkret, wie Sie ein resonanzfähiges Geschäftsmodell entwickeln, um die eigenen Visionen umsetzbar und marktfähig zu machen. Und noch viel wichtiger: Sie wandeln diese erfolgreich in einen Maßnahmenplan um, den Sie direkt in Ihrem Unternehmen umsetzen können.

Lernen Sie, wie Sie Ihre Positionierung entwickeln, umsetzen und optimieren und damit Ihr Unternehmen erfolgreich steuern können.

## **Schritt für Schritt geht die Referentin im Seminar mit Ihnen nachfolgende Inhalte zum Nacharbeiten durch:**

- Was bedeutet Positionierung? Diese beginnt mit einer Analyse der UnternehmerIn. Denn nur wenn die Positionierung als UnternehmerIn durch eine klare Vision und entsprechende Ziele konkretisiert ist, kann an den Leistungen des Unternehmens gearbeitet werden!
- Es werden die sieben elementaren Aufgaben einer UnternehmerIn dargestellt und besprochen.
- Der Gast gibt die Richtung vor: Die Bedürfnisse Ihrer Zielgruppen und Personas von heute.
- Ihre Ziele definieren und erreichen: Entwicklung von Strategien und Spezialisierungsstrategien.

## **Lernziele des Workshops:**

Ein Bewusstsein entwickeln, dass nur eine klare Positionierung die Grundlage für einen nachhaltigen und langanhaltenden Erfolg darstellt. Sie verinnerlichen, welche Aufgaben zum Berufsbild „Unternehmer“ gehören.

Sie erkennen, wie wichtig das persönliche Selbstmanagement und Selbstmarketing, einschließlich Ihres persönlichen Zeitmanagements, sind, und bekommen Anleitungen zum Entmüllen des persönlichen Arbeitsbereichs. Sie lernen die Engpasskonzentrierte Strategie (EKS) kennen, die auf die Bedürfnisse Ihrer Gäste ausgerichtet ist, und beginnen im Workshop, Ihre Zukunftsstrategie und Ihre Ziele zu entwickeln.

Der Workshop ist das Basis-Seminar für die Entwicklung einer Zukunftsstrategie, auf die Ihr gesamtes Marketing, Online-Marketing und Mitarbeiter-Marketing aufbaut.

**Inhalte: siehe AGENDA**

**Weitere Informationen zur Referentin Brunhilde Fischer**

# **Seminar - Agenda für das Seminar**

## **Inhalte:**

### **Der Unternehmer**

- Der Unternehmer
- Best Practice
- Einleitung – Warum Positionierung so wichtig ist
- Was für ein Unternehmertyp bin ich?
- Tätigkeitsübersicht
- Fachkraft, Manager und Unternehmer
- Zweck eines Unternehmens
- Identität von Weg und Ziel
- Aufgaben des Unternehmers
- Die Zeitrevolution
- Stärken, Talente, Werte und Träume des Unternehmers
- Aversionswerte des Unternehmers
- Die Müllentsorgung Unternehmer – Mitarbeiter
- Konzentration auf die Mitarbeiter
- Der Kunde gibt die Richtung vor

### **Das Unternehmen**

- Das Unternehmen
- Werte und Vision - Die persönliche Vision
- Die Unternehmensvision
- Die richtige strategische Marktpositionierung
- Sind unsere Märkte richtig definiert? Die gezielte Auswahl von Märkten und Marktsegmenten mit hoher Wertschöpfung und Rendite
- Wo liegen für uns die potenziellen Wachstumsmärkte der Zukunft?
- Vor- und Nachteile der Kundensegmentierung
- Kennen wir die rentablen Kunden, Geschäfte, Aufträge?
- Strategische Marktpositionierung und Leistungsangebot
- Die strategisch richtige Marktpositionierung: Preis- oder Leistungsführerschaft?

- Wo liegt die Wertschöpfung: Produkt- und/oder Serviceorientierung?
- Aufbau und Verteidigung rentabler Marktpositionen durch Kernkompetenzen und USP
- Die richtigen Wettbewerber attackieren
- Analyse von Positionierung und Stärke der härtesten Wettbewerber
- Die relevanten Erfolgsfaktoren im Markt
- Die richtige Strategie zur Ausweitung des Marktanteils: Angriffspunkte definieren
- Aktive Abgrenzung zum Wettbewerb über Preis, Leistung oder Service
- Aggressive Marktbearbeitung über Aktionen und Rabatte – sinnvoll?
- Ausschöpfen der Gewinnpotenziale auch im starken Wettbewerb
- Die Umsetzung: Zielgerade

**Während der interaktiven Inhouse-Schulung sind Diskussionen und Gesprächsrunden untereinander mit mit der Referentin ausdrücklich gewünscht.**

**Ebenso besteht in den beiden Kaffeepausen (vor- und nachmittags) sowie beim gemeinsamen Mittagessen die Möglichkeit zum Erfahrungsaustausch.**

**Den Abschluss bildet eine Feedback- und Fragerunde!**