



Anne Katrin Matyssek

Mehr als nur Gesundheit:

Was Trainer & Berater verkaufen

*UND WIE
SIE DABEI
ERFOLGREICH
SIND*

Mehr als nur Gesundheit:

Was Trainer und Berater verkaufen

UND WIE SIE DABEI ERFOLGREICH SIND

Mehr als nur Gesundheit:

Was

**Trainer und Berater
verkaufen**

UND WIE SIE DABEI ERFOLGREICH SIND

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Für Marion Bredebusch.

Sie hat mich erst auf die Idee gebracht, dass „do care!“ weit mehr als nur Gesundheit bedeutet.

Danke!

Zu der Buchreihe „Mehr als nur Gesundheit“ gehören neben den 4 Büchern

- Was Unternehmen brauchen
- Was Führungskräfte brauchen
- Was Sie brauchen
- Was Trainer und Berater verkaufen (dieses Buch hier)

auch 4 jeweils ergänzende Kalender.

In diesem Buch probiere ich mal etwas Neues, was die Männer-Frauen-Problematik angeht und verwende abwechselnd die männliche und die weibliche Form, wie es mir schon öfter in Österreich begegnet ist.

Das wirkt anfangs irritierend, aber die Gewöhnung gelingt meist schnell 😊

Impressum

© 2016 Anne Katrin Matyssek

1. Auflage

Herstellung und Verlag: [Books on Demand](#) GmbH, Norderstedt

ISBN: 978-3-7412-6881-6

Über die Buchreihe und speziell über dieses Buch

Angebote rund um Betriebliches Gesundheitsmanagement boomen.

Die gestiegenen Fallzahlen psychischer Erkrankungen und die gesetzliche Auflage zur Durchführung einer ganzheitlichen Gefährdungsbeurteilung bringen Bewegung in Betriebe: Immer mehr Unternehmen setzen auf Programme, die Ausfallzeiten senken und Anwesenheit erhöhen sollen. Das Präventionsgesetz erleichtert seit 2015 diesbezügliche Investitionen. Dementsprechend mehr Trainer und Berater/innen strömen auf den Markt.

*Gesundheit im
Betrieb:*

Das Thema ist „in“

Wie verkauft man das, was Menschen im Betrieb wirklich brauchen?

Die Buchreihe „Mehr als nur Gesundheit“ kombiniert Erfahrungen aus meiner jahrzehntelangen Trainerinnen-Tätigkeit und Beratungen zum Betrieblichen Gesundheitsmanagement mit Erkenntnissen aus der Wirtschaftspsychologie. Sie zeigt, was Trainerinnen, Coachs und Berater tatsächlich für Unternehmen leisten. Und das ist weit mehr als „nur Gesundheit“, die lediglich die Anwesenheit am Arbeitsplatz ermöglicht.


*Theorie + Praxis
in der
Beratungsarbeit*

Getragen ist die Buchreihe von der Haltung: „do care!“

„Interessieren Sie sich! Kümmern Sie sich!“ Dieser praxis-erprobte Weg zu mehr Wohlbefinden in der Arbeitswelt ist lohnend für alle 4 Adressaten-Gruppen der Reihe: für BGM-Akteure im Betrieb, Führungskräfte, Beschäftigte – und für Sie als Trainer, Coachs und Beraterinnen. Sie müssen diesen Ansatz nur gut verkaufen ...

*Sie tragen bei zu
mehr Gesundheit
im Betrieb,
angefangen beim
Einzelnen*

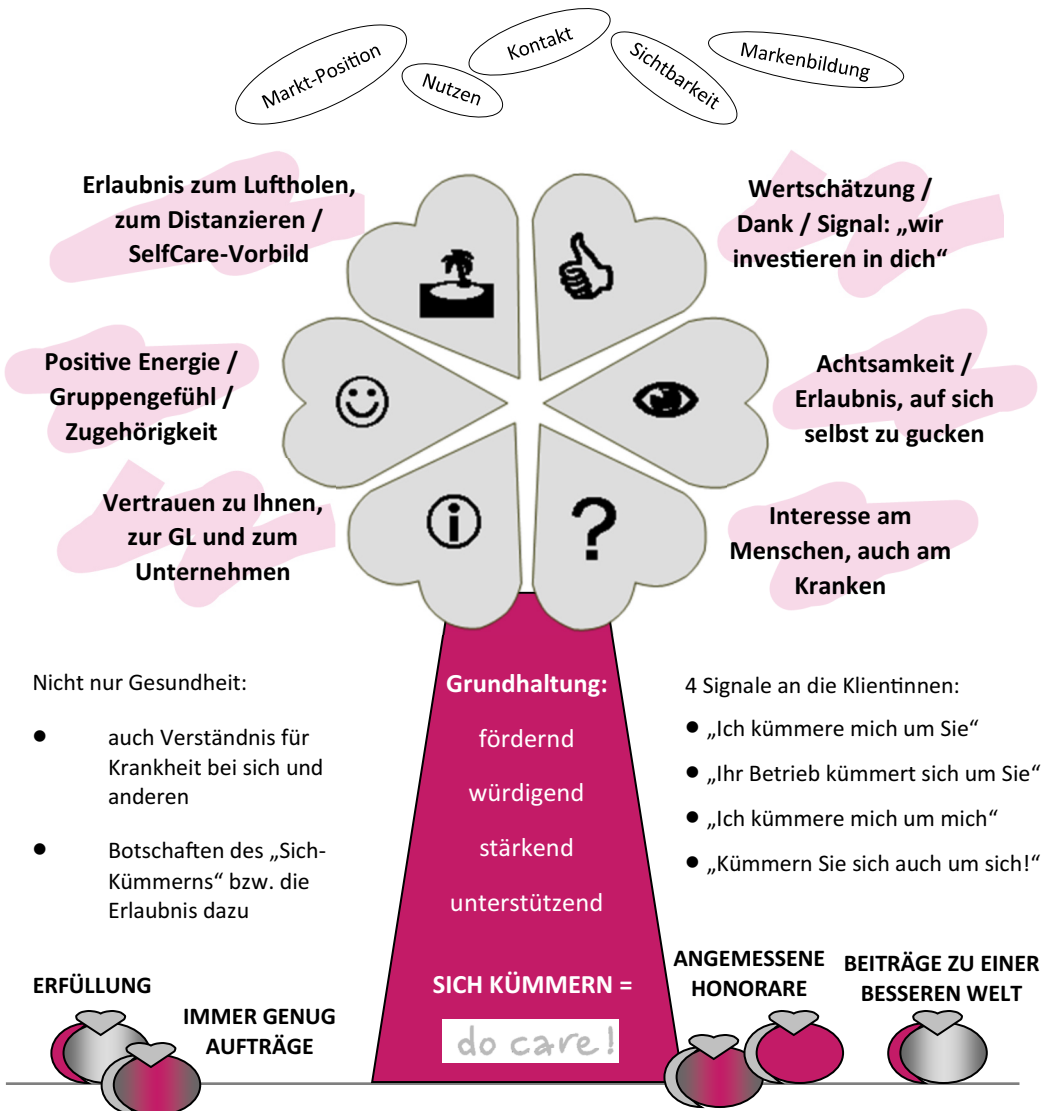
Viel Erfolg bei Ihrer wichtigen Arbeit. Und: do care!

Anne Sabina Rotyesch 

im August 2016

Was Trainer und Beraterinnen verkaufen

Der eigentliche Mehrwert Ihrer Arbeit für den Kunden: 6fach



Mehr als nur Gesundheit ...

Inhaltsverzeichnis

<i>Vorwort: Weil der Markt der Gesundheitstrainerinnen und -berater immer dichter wird ...</i>	8
Warum Sie mehr als nur Gesundheit verkaufen	11
warum sich Gesundheit i.e.S. nicht verkaufen lässt * 4 Signale an Ihre Klienten * explizite und implizite Aufträge in der Einzelberatung und im Betrieb * wenn der Betrieb Ihr Patient ist * Sie emanzipieren die Leute * Hebel der Veränderung	
Worin der Mehrwert für Ihre Kunden liegt – und wie Sie den kommunizieren	19
6mal Mehrwert * Wertschätzung im Auftrag der GL * Erlaubnis zur Achtsamkeit * Interesse, auch für den Kranken * Vertrauen zu allen Seiten * Energie und Zugehörig- keitsgefühl * Erlaubnis zum Erholen und zum Distanzieren * SelfCare-Vorbild	
Welche Haltung für Sie hilfreich ist a) bei der Arbeit und b) beim Verkaufen	33
Ihre Selbst-Definition * Sie sind ein Geschenk * Verkaufshemmung: Ärzte und IGEL * Verkaufen ist anständig * Verkaufen via Verschenken * keine Angst vor Ideenklau	
Welche Erfolgsfaktoren fürs Verkaufen im Gesundheitsbereich gelten	43
Ihre Markt-Position * nützliche Angebote und eine nützliche Präsentation, auch im Akquise-Gespräch * Glaubwürdigkeitsbeweise * Verknappung * mehr Sichtbarkeit * On- / Offline-PR-Arbeit * Website * Videos * Podcasts * Vorträge * Buch-Schreiben * warum Sie keine Kaltakquise brauchen * Freude am Kontakt * Markenbildung	
Wie Sie mit den typischen ethischen Fragen umgehen können	99
das Wertesystem * Mut machen zum Ändern der Verhältnisse * Feedback geben auch nach oben * Vorsicht: Reinwaschungsgefahr! * Vorsicht: Systemkosmetik!	
Was Sie davon haben, mehr als nur Gesundheit zu verkaufen	105
Erfüllung * angemessene Honorare * genug Aufträge * Beiträge zur besseren Welt	
<i>Literatur-Angaben und Lese-Tipps, weiterführende Hinweise und „Über mich“</i>	115

Vorwort: Weil der Markt immer dichter wird

Den Impuls für das Projekt „Mehr als nur Gesundheit“ erhielt ich auf einer Fortbildung zum Thema Organisationsentwicklung. Wir – 12 Trainerinnen bzw. Coachs – sollten erläutern, mit welchen Modellen oder Konzepten wir arbeiten und welche davon sich auf die Arbeit in der Organisationsentwicklung übertragen ließen.

*Der Gesund-
Führen-Baum
als Modell*

Zu meiner großen Verwunderung meinte eine der Teilnehmerinnen, Marion Bredebusch, dass sie in der Praxis sehr gern mit meinem Baum-Bild arbeite. Ich selbst hätte diesen Zusammenhang niemals hergestellt und sagte in die Runde: „Bei mir geht’s doch aber um Gesundheit und nicht um die Organisation als solche.“

Charmante Botschaft der Kolleginnen: „Zieh den Kreis nicht zu klein.“

Die Kollegin und sogar noch eine weitere Teilnehmerin widersprachen vehement: „Nein, in deinem Ansatz steckt viel mehr: Es geht um so fundamentale Dinge wie eine menschengerechte Gestaltung der Arbeit. Und die Frage, wie wir miteinander und mit uns selbst umgehen. Das ist nicht bloß Gesundheit.“

Ich war platt. Hatte ich den Gesundheitsbegriff zu eng gefasst?

Oder zogen die Kolleginnen den Kreis zu weit? In jedem Fall lieferten sie mir mit ihren Äußerungen – neben einer Streicheleinheit für meine Psyche – reichlich Denkstoff für die Wochen und Monate nach der Fortbildung (die sich nicht nur deshalb gelohnt hat!).

Und Sie lesen hier nun das Ergebnis dieses Denkprozesses: Dieses Buch (neben den anderen und den Kalendern dazu), von dem ich hoffe, dass es Ihnen bei Ihrer Arbeit als Coach, Trainer oder Beraterin im Gesundheitsbereich den Rücken stärken möge.

Denn dabei geht es um „mehr als nur Gesundheit“ ...

*Danke an die
höchst empfeh-
lenswerte
Fortbildung von
[www.dart-
consulting.de](http://www.dart-consulting.de)
(Axel Rachow &
Ulrich Balde)*

Das Präventionsgesetz sorgt dafür, dass jetzt noch mehr Menschen auf den Trainings- und Beratungsmarkt im Gesundheitsbereich stürmen, der in den letzten Jahren ohnehin schon einen starken Aufwind erlebt hat.

*Wachsende Zahl
an Trainern und
Beratern*

Umso wichtiger ist, dass Sie sich dort gut behaupten.

Das wird Ihnen leicht fallen, wenn Sie Ihren Kunden und in einem ersten Schritt sich selbst vor Augen führen, dass Sie weit mehr als „nur Gesundheit“ verkaufen. Mehr dazu erfahren Sie in den folgenden beiden Kapiteln. An dieser Stelle daher nur so viel:

Sie sind mehr als eine Stimme, die ein Entspannungstraining vorträgt. Und auch mehr als ein Plastik-Armband-Verteiler mit symbolischer Trillerpfeife. Und Sie führen auch nicht „nur“ eine Mitarbeiterbefragung oder ein BGM-Audit durch.

Sie tun viel mehr für Ihre Kundinnen.

Unter dem Wort Gesundheit wird sehr vieles verhandelt – je stärker Sie dieses „mehr“ im Fokus haben, desto einfacher wird es für Sie, den Kunden von Ihren Angeboten zu überzeugen und Ihre Arbeit so zu erledigen, dass sie mit Ihrem persönlichen Wertesystem im Einklang steht. Und damit auch für Sie befriedigend ist.

Worin besteht der eigentliche Mehrwert, den Sie liefern?

Darin, dass plötzlich alle Beschäftigten Ausdauersport betreiben, sich ballaststoffreich ernähren oder in der Mittagspause Entspannungsübungen machen? Oder vielleicht doch (auch) in ganz anderen Dingen, zum Beispiel: In der Erlaubnis, einmal auf sich selbst zu schauen? Im Interesse, das Sie den Teilnehmenden entgegen bringen? Als Mensch? In der positiven Energie, mit der Sie die Zugehörigkeit zum Betrieb stärken? Meiner Erfahrung nach sind diese Aspekte mindestens ebenso wichtig für den Seminar- oder Beratungserfolg wie die Wissensinhalte.

*Der Mehrwert
entscheidet mit
über den Erfolg*

Erfahrungen aus 18 Jahren Seminar- und Beratungstätigkeit

*Ergänzung zum
Buch (nicht nur für
Psychologen ...)*

*ISBN:
978-3-8391-6544-7*

Ebenso wie in „Selbständig als Gesundheitspsychologin“ schildere ich auch hier eigene Erlebnisse und Erfahrungen. In dem Buch ging es um meinen Weg in die Selbständigkeit, inclusive etlichen Fettöpfchen und negativen Erfahrungen, die Sie sich hoffentlich ersparen können. Die Rückmeldungen zeigten mir mehrfach, dass meine Leser damit offenbar viel anfangen können.

Meine Gründe für dieses Buch und den Kalender dazu

Hier geht es nun verstärkt um das, was und wie Sie eigentlich verkaufen. Denn mir sind viele Trainerinnen (v.a. Frauen) begegnet, die sich mit dem Verkaufen schwer tun, obwohl sie tolle Arbeit leisten.

Was heißt „Verkaufen“?	<i>Aktiv dafür sorgen,</i>
<i>dass Kunden Aufträge erteilen. Wegkommen vom passiven „Gebucht-Werden“ hin zum: „Den-Kunden-zur-Buchung-Führen“.</i>	

Der Schwerpunkt des Buchs liegt auf den Erfolgsfaktoren für das Verkaufen im Gesundheitsbereich – damit Sie mit möglichst konkreten Impul-

sen aus der Lektüre herausgehen. Die sind quasi der Dünger für Ihr Geschäft. Und für die konkrete Umsetzung, Woche für Woche, habe ich parallel den Jahresbegleiter für Trainerinnen, Coachs und Berater entwickelt. So bleiben Sie 52 Wochen lang dran am Thema.

*ISBN des Trainer-
Kalenders 2017:
978-3-8391-8762-3*

Besser mit Moral ...

Ethische Fragen dürfen in einem Buch wie diesem – mit dem reißerischen Wort „verkaufen“ im Titel – nicht fehlen, denn damit werden Sie im Gesundheitsbereich unausweichlich konfrontiert. Wenn Ihre Haltung stimmt (der Baumstamm Ihres Geschäfts), werden Sie auch dafür Lösungen finden, die mit Ihrem Wertesystem im Einklang stehen. Und entsprechend Ihre Früchte ernten: persönliche Erfüllung, allzeit genug Aufträge zu angemessenen Honoraren und das gute Gefühl, Beiträge zu einer besseren Welt zu leisten ☺

Warum Sie mehr als nur Gesundheit verkaufen

Warum sich Gesundheit i.e.S. nicht verkaufen lässt	12
4 Signale an Ihre Klientinnen und Teilnehmer	13
Explizite und implizite Aufträge	14
Wenn der Betrieb Ihr Patient ist	15
Sie emanzipieren die Leute	16
Der Mensch macht's – oder auch nicht ...	17
Hebel der Veränderung	18