

Wer ist Ihre Zielgruppe und warum?

Kommentar von Robert Fischer

In der letzten Ausgabe des Bildungsblatts habe ich Ihnen kurz Tendenzen im geförderten Bildungsmarkt (aus meiner Sicht) beschrieben und Sie damit in die Sommerpause geschickt. In diesem Bildungsblatt möchte ich gern die Zielgruppenfrage aufnehmen und Ihnen damit wieder etwas aus dem strategischen Handwerkskasten mit auf den Weg geben. Warum? Weil wir lernen mussten, daß diese Frage von Bildungsunternehmen nicht immer beantwortet werden kann.

Je genauer Sie wissen, wer Ihre Leistungen kauft, umso größer sind Ihre Chancen auf Erfolg. Nur wer seine Zielgruppe als Ziel definiert, wird die effizientesten Marketinginstrumente einsetzen und die geringsten Streuverluste erzielen. Das ist sicher kein Geheimnis, aber die Zielgruppe wird in vielen Bildungsunternehmen und besonders bei der Forcierung neuer Aktivitäten unscharf beschrieben, was Erfolg verhindert und frustriert.

Eine sinnvolle Definition von Zielgruppen folgt drei Grundbedingungen:

1. Ihre Zielgruppe ist eine Gruppe von Menschen/Personen.

Ja, eine Gruppe von Menschen, keine statischen Begriffe, wie KMU in Bayern oder Altenheime in Hessen. Menschen kaufen von Menschen. Nur Menschen haben Bedürfnisse, die durch Ihre angebotenen Lösungen befriedigt werden können. Nur Menschen haben Emotionen, die Sie im Kaufprozess ansprechen und aktivieren müssen.

2. Ihre Zielgruppe ist in weiten Teilen homogen.

Auch wenn Zielgruppen aus Menschen bestehen, die nicht gleich sind, können diese Kunden auf ähnliche Weise von der gebotenen Dienstleistung profitieren, was die Zielgruppe wiederum vereint. Durch das Auffinden einer Gruppe von Zielpersonen wird erst ein Markt definiert, der für Ihre Bemühungen ergiebig genug ist, um ihn zu bearbeiten.

3. Ihre Zielgruppe kann überhaupt aktiv bearbeitet werden.

Der Kontakt mit der Zielgruppe soll Austauschprozesse (Gespräche, Wissen, Angebote) ermöglichen. Wenn Sie feststellen, daß Sie eine Zielgruppe nicht aktiv bearbeiten können, dann ist das nicht Ihre Zielgruppe, sondern lediglich ein Segment potenzieller Abnehmer.

Und auf die Bildung angewendet? Ihre Akademie möchte ein Programm zur Mitarbeiterbindung in der Pflegebranche am Markt platzieren.

Die Sicherung von Pflegefachkräften lässt sicher das Herz einer Pflegedienstleiterin (Mensch) höher schlagen. Die Pflegedienstleiterin könnte sowohl im Altenheim, im Krankenhaus und auch im Hospiz von Ihrer Dienstleistung profitieren (Gruppe von Menschen mit ähnlichen Bedürfnissen). Die Leiterinnen sind fassbar, erreichbar und können aufgesucht und beraten werden.

Themen:

Wer ist Ihre Zielgruppe und warum?

Bildungssystem in Sachsen TOP!

Zuwanderung – Deutschland mangelhaft

Strategiehorizont meldet sich zurück

Kraftfahrer - WB neu gefördert



Kontakt: Robert Fischer

Tel.: 0176 612 40 966

info@strategiehorizont.de

www.strategiehorizont.de

Bildungssystem in Sachsen TOP!

Das Wort Bildung ist ein vielbelasteter und gern politisch motivierter Begriff, doch gibt es einen Gradmesser für die Qualität der Bildung? Gute Bildung, schlechte Bildung, die Diskussion wird in Deutschland nie enden, weil die Palette der Bildungspolitik lang ist. Wir finden als Gradmesser den Bildungsmonitor gelungen. Der Bildungsmonitor ist eine Vergleichsstudie des Instituts der deutschen Wirtschaft in Köln (IW) im Auftrag der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft. Die Studie vergleicht die Bundesländer anhand von 13 bildungspolitischen Handlungsfeldern (z.B. Betreuungsbedingungen, Akademisierung) die Aufschluss über die Gestaltung der Bildungsinfrastruktur im Bundesland geben.

Im kürzlich erschienen aktuellsten Bildungsmonitor wird dem Land Sachsen (gefolgt von Thüringen) das leistungsfähigste Bildungssystem bescheinigt. Beide ostdeutschen Bundesländer sind an der Spitze, da Sie Bildungsarmut im Keim bekämpfen und einen breiten Zugang zu akademischen Abschlüssen bieten. Die Studie bescheinigt Fortschritte in allen Bundesländern, wobei Hamburg am Stärksten zulegen konnte. Die rote Laterne wurde von Berlin an das Land Schleswig Holstein übergeben.

Weitere Informationen finden Sie [hier](#):

Zuwanderung – Deutschland mangelhaft

Glaubt man dem akutellen OECD-Bericht, dann ist Deutschland in Punkto Zuwanderung deutlich auf der Gewinnerseite, doch hat dies auch positive Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt?

Eine aktuelle Untersuchung der ManpowerGroup mit dem Titel „The Borderless Workorce 2011“ spricht eine andere Sprache. Demnach werden die Ansprüche an Bewerber stetig erhöht, ohne im Gegenzug die Investitionen in Integrations- und Schulungsaktivitäten zu erhöhen. Es scheitern rund 80% der grenzüberschreitenden Anwerbeversuche an fehlenden Sprachkenntnissen. Laut der Studie dominiert die Bedeutung der Sprachkenntnisse die Kompetenzen im Fachgebiet (leider) deutlich und nur jedes fünfte deutsche Unternehmen kann somit erfolgreich ausländische Mitarbeiter anwerben.

Deutlich erfolgreicher sind Norwegen und Italien, in denen jedes dritte Unternehmen ausländische Fachkräfte beschäftigt. Diese Länder suchen nicht den perfektsten Kandidaten, sondern denjenigen, der Soft-Skills und den Ehrgeiz mitbringt, um sich in kurzer Zeit fachlich und sprachlich zu entwickeln.

Weitere Informationen finden Sie [hier](#):

Strategiehorizont meldet sich zurück...

Der Sommer ist vergangen und damit ist das Bildungsblatt wieder für Sie da. Wir haben den Sommer intensiv genutzt, gearbeitet und neues Wissen für Sie aufgebaut. Seit Mai 2012 haben wir neben der strategischen Beratung besonders die Zulassung von neuen Arbeitsmarktdienstleistern begleitet. In diesem Zuge lernten wir mit den Werkstätten für behinderte Menschen (WfbM) eine weitere sehr spezielle Zielgruppe näher kennen und schätzen.

Nachdem Sie Ihr Bildungsunternehmen sicher längst „AZAV-fit“ gemacht haben, beginnt nun wieder die Jahresendrally und damit die Zeit der strategischen Planung. Wir möchten Sie hierbei wieder unterstützen und legen unsere STRATEGIE-Akademie erneut auf. In diesen intensiven 5 Tagen befähigen wir Sie oder Ihre Mitarbeiter, neue Projekte strategischer und damit geplanter anzugehen. Warum? Weil sich die gesamte Branche und damit etablierte Geschäftsmodelle sehr schnell verändern oder gar in Luft auflösen. Wir möchten, dass Sie solche Entwicklungen rechtzeitig erkennen und vorsorgen, damit Sie Trends nicht nur nachlaufen, sondern diese von vorn mit gestalten. Bis bald auf ein Wiedersehen in Berlin!

Weitere Informationen zur STRATEGIE-Akademie, Themen, Termine und Preise finden Sie [hier](#):

Krafffahrer-Weiterbildung neu gefördert

Die betriebliche Ausbildung zum Berufskraftfahrer oder die Weiterbildung von Beschäftigten des Güterverkehrs im Rahmen von Seminaren und Schulungen kann seit Jahren durch das Bundesamt für den Güterverkehr gefördert werden. In der Zeit vom 1. Oktober 2012 bis 28. Februar 2013 können für die Förderperiode 2013 neue Anträge auf Zuwendung gestellt werden.

Um noch mehr Antragsteller positiv berücksichtigen zu können als in 2012 wurden die Förderbeträge abgesenkt. Im Bereich Weiterbildung sind erstmals Förderhöchstbeträge von 600 Euro je förderfähiges Fahrzeug vorgesehen. Für die erfolgreiche Ausbildung zum Berufskraftfahrer werden pauschal 50.000 Euro je Ausbildungsverhältnis anerkannt.

Die Förderhöhe beträgt bei kleinen und mittleren Unternehmen (50% der zuwendungsfähigen Kosten) und bei allen anderen Unternehmen 43%.

Die Anträge werden in der Reihenfolge des Eingangs der vollständigen Unterlagen gefördert und zwar nur solange Haushaltsmittel verfügbar sind.

Weitere Informationen finden Sie [hier](#):