

## Anmeldung zu den Fachforen

### Ungleich besser verkaufen – Marktchancen bei Frauen in neuem Licht

Ich melde mich verbindlich an für:

#### Ideen-Werkstatt: „Innovative Dienstleistungen“

– Ertragssteigerung durch neue Services

26. 10. 2005, 13.00–18.00 Uhr  
€ 15,-

#### „Produktinnovationen durch Kundennähe“

– Wettbewerbsvorteile durch frühe Einbeziehung der Kundschaft

01. 12. 2005, 13.00 – 18.00 Uhr  
€ 15,-

#### „Kunden sind unterschiedlicher als man denkt. Beschäftigte auch.“

Vielfalt = Chance:

Diversity in Innen- und Außenwirkung

25. 01. 2006, 13.00 – 18.00 Uhr  
€ 15,-

#### „Tue Gutes und rede darüber“

– Konsequente Öffentlichkeitsarbeit = Erfolgreicher Unternehmensauftritt

05. 04. 2006, 13.00–18.00 Uhr  
€ 15,-

Datum, Unterschrift

### „Tue Gutes und rede darüber“ – Konsequente Öffentlichkeitsarbeit = Erfolgreicher Unternehmensauftritt

Was nützt die ausgefeilteste Unternehmensstrategie „**Kundenorientierung**“ auf Hochglanzpapier gedruckt, wenn sie nicht von jeder einzelnen Mitarbeiterin, von jedem einzelnen Mitarbeiter konsequent gelebt wird! „Dafür bin ich nicht zuständig“ und mehrfaches Weitervermitteln lästiger Anrufe, das Ignorieren von Beschwerden „... da haben Sie sicher etwas falsch gemacht!“ u.a. untergraben eine Strategie der „Kundenorientierung“ nachhaltiger als schlechte Produktqualität und ungeschickte Werbung. **Alle Beschäftigten** eines Unternehmens **repräsentieren** in ihrer Funktion auch die Werte des Unternehmens **nach außen**.

Basis einer **konsequenten Öffentlichkeitsarbeit** ist die Analyse der Unternehmensziele unter Einbeziehung der dort beschäftigten Menschen. „**Corporate Identity**“ führt zu „Corporate Design“ und erfolgreicher Öffentlichkeitsarbeit, die entsprechende Pressearbeit integriert. Anhand eines **konkreten Beispiels** sollen Firmen-Image und dessen Vermittlung nach außen entwickelt werden, wie eine **prägnante Wiedererkennung am Markt** erzeugt werden kann. Public Relation, Human Relation und Pressearbeit widmen sich diesem Ziel.

Das Fachforum richtet sich an Unternehmen, die sich konsequent ein prägnantes Erscheinungsbild am Markt schaffen wollen (Geschäftsleitung, Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Presseabteilung).

**Termin:** 05. 04. 2006, 13.00–18.00 Uhr

**Anmeldeschluss:** 15. 03. 2006

**Teilnahmezahl:** 20–40

**Referentin:** Heli Ihlefeld-Bolesch  
Personal-Consulting und  
Pressearbeit

**Moderation und  
Einführungsvortrag:** Jutta Wagner-Blasche  
Führungskräfte- und  
Vertriebsberatung

### Organisatorische Hinweise

#### Anmeldung

Melden Sie sich bitte einfach per Briefpost, Fax oder email an. Der Anmeldeschluss ist bei den jeweiligen Angeboten angegeben. Ihre Anmeldung ist verbindlich. Sie erhalten nach Ablauf der Anmeldefrist eine Anmeldebestätigung mit näheren Informationen zum Veranstaltungstag sowie eine Wegbeschreibung.

#### Teilnahmekosten

Für die Teilnahme erheben wir pro Einzelforum einen Kostenbeitrag von EUR 15.

#### Rücktritt

Bitte nehmen Sie Abmeldungen zur Fristwahrung schriftlich per Post oder Fax vor. Bis zum Anmeldeschluss ist die Stornierung kostenfrei möglich. Bei späteren Absagen berechnen wir den Kostenbeitrag. Bei zu geringer Teilnahmezahl oder Ausfall der ReferentInnen behalten wir uns vor, Termine zeitlich zu

verlegen oder ganz abzusa-gen. In diesem Falle erstatten wir Ihnen selbstverständlich bereits geleistete Zahlungen in vollem Umfang zurück.

#### Veranstaltungsort

Veranstaltungsort ist das Dienstleistungszentrum Erin DIEZE in Castrop-Rauxel.

#### Veranstalterin

Zentrum Frau  
in Beruf und Technik (ZFBT)  
Erinstraße 6  
44575 Castrop-Rauxel  
Fon (0 23 05) 9 21 50-18  
kersting@zfbt.de

#### Organisation:

Fon (0 23 05) 9 21 50-10  
eisenstein@zfbt.de

Die Fachforenreihe wird durch Mittel des Ministeriums für Gesundheit, Soziales, Frauen und Familie des Landes Nordrhein-Westfalen und der Europäischen Union gefördert.

Änderungen vorbehalten

Chancengleichheit im Zentrum



### Ungleich besser verkaufen – Marktchancen bei Frauen in neuem Licht

Mit der erfolgreichen Impulstagung „Ungleich besser verkaufen – Marktchancen bei Frauen in neuem Licht“ im November 2003 auf der Zeche Zollverein wurden viele Anregungen zu frauenorientierterem Marketing gegeben, die in lebhaften Wünschen nach Vertiefung vieler Einzelthemen mündeten. Dazu haben wir in 2004 vier Foren zum Fachaustausch konzipiert. Auch in 2005 und 2006 setzen wir unsere Reihe fort, die die Marketingstrategie Ihres Hauses bestärken und den Geschäftserfolg steigern helfen sollen.

FACHFOREN 2005/2006

Grafik: Lütjcke+Partner, Meerbusch



Zentrum  
Frau  
in Beruf  
und Technik  
Einrichtung  
der Stadt  
Castrop-Rauxel

## Ideen-Werkstatt: „Innovative Dienstleistungen“ – Ertragssteigerung durch neue Services

Oft gelten hierzulande **Dienstleistungen** als „unbezahlbar“, was sich schmerzlich in der „Servicewüste Deutschland“ niederschlägt. Viele Unternehmen erkennen oft gar nicht die Geschäftschancen z. B. begleitender Dienstleistungen oder beschäftigen sich wenig mit sinnvollen Kooperationen in diesem Umfeld. **Teile und herrsche!** Doch dabei sind wichtige Aspekte zu beachten, um sich erfolgreich am Markt zu behaupten.

Welche Services die eigene Angebotspalette sinnvoll ergänzen oder ob z. B. die **Bündelung von Dienstleistungsangeboten** Marktvorteile erbringt, muss sorgfältig herausgearbeitet werden. Wie man sich systematisch durch die Entwicklung neuer Dienstleistungsangebote **Wettbewerbsvorteile** verschafft und den Ertrag steigern kann, wird an bereits erfolgreichen Beispielen dargestellt und an einem **Musterfall methodisch entwickelt**: Wie sehen Umfeld und Trends aus? Wie kann daraus eine Dienstleistungsvision für das eigene Unternehmen abgeleitet werden? Wie konkretisiert man das Leistungsangebot? Welche notwendigen Änderungen müssen im Unternehmen vorgenommen werden? Ein **Leitfaden** soll anregen, neue Geschäftsmöglichkeiten für Ihr eigenes Unternehmen zu entwickeln.

Das Fachforum richtet sich an Unternehmen, die ihre bestehende Produktpalette durch sinnvolle Dienstleistungen ergänzen, einen eigenen Geschäftsbereich für Dienstleistungen etablieren bzw. optimieren wollen (Geschäftsleitung, Marketing, Vertrieb).

**Termin:** 26. 10. 2005, 13.00–18.00 Uhr

**Anmeldeschluss:** 12. 10. 2005  
**Teilnahmezahl:** 20–40

**Referentin:** Christina Lohrey, Geschäftsführerin adapt-solutions GmbH, Düsseldorf

**Moderation und Einführungsvortrag:** Jutta Wagner-Blasche  
Führungskräfte- und Vertriebsberatung

## „Produkt-Innovationen durch Kunden- nähe“ – Wettbewerbsvorteile durch frühe Einbeziehung der Kundschaft

Kundschaft, die sich beschwert, ist ein Ärgernis. Oder? Doch **„Der Kunde hat immer recht!“** Ist es nicht viel besser, die Kritik aufzugreifen, um daraus für zukünftiges Geschäft zu lernen? Jede artikulierte Kritik bietet Ansätze, mit den Kunden ins Gespräch zu kommen und wieder eine positive Beziehung aufzubauen.

Bleiben Kunden nur still und unzufrieden im Verborgenen, wird man nie die **Chancen** erkennen und Unangenehmes in **zusätzliches Geschäft** ummünzen können. Noch besser wäre es, mögliche Beschwerden gar nicht erst aufkommen zu lassen, indem man seine **Kundschaft frühzeitig einbezieht**. Voraussetzung für den Erfolg innovationsfreudigen unternehmerischen Handelns sind Sensibilität, Beobachtungsgabe und Kreativität, ein Gespür für die Marktchancen einer neuen Produkt-Idee, der Blick über den eigenen Tellerrand hinaus. Jene sensible **„Wahrnehmungsfähigkeit“ gegenüber Konsumenten** und ihren noch unerfüllten Bedürfnissen muss am Anfang jeder **strategischen Produktentwicklung** stehen. Das Fachforum vermittelt einen **Leitfaden** zum Vorgehen, um Endkunden von Anfang an in den **Produktentwicklungsprozess** zu integrieren und um Entwicklungen „am Markt vorbei“ zu vermeiden.

Das Fachforum wendet sich an Unternehmen, die ihre Produktentwicklung so nah wie möglich an der Kundschaft ausrichten und damit Wettbewerbsvorteile erringen wollen (Geschäftsleitung, Produktentwicklung, Marketing, Vertrieb).

**Termin:** 01. 12. 2005, 13.00–18.00 Uhr

**Anmeldeschluss:** 16. 11. 2005  
**Teilnahmezahl:** 20–40

**Referent:** Dr. Peter Delwing, Leiter Business Development, Innovation Villeroy & Boch AG, Mettlach

**Moderation und Einführungsvortrag:** Jutta Wagner-Blasche  
Führungskräfte- und Vertriebsberatung

## „Kunden sind unterschiedlicher als man denkt. Beschäftigte auch.“ – Vielfalt = Chance: Diversity in Innen- und Außenwirkung

Das Unternehmensklima trägt viel dazu bei, ob unterschiedliche Ansichten respektiert und schlummernde Talente von Beschäftigten für das Unternehmen genutzt werden können. Der **intern herrschende Ton** bestimmt Offenheit und Respekt in der Firmenkultur zwischen Menschen unterschiedlichen Geschlechts und Alters, anderer Religionen und Nationalitäten. Schon Freiherr von Knigge gab in seinem berühmten Buch „Über den Umgang mit Menschen“ zeitlose Ratschläge wie „Enthülle nicht die Schwächen deiner Nebenmenschen“ und „Gib anderen Gelegenheit zu glänzen“. In einer globalen Welt sind **feinfühlig** **„Business-Etikette“** wichtiger denn je.

Die **Vielfalt** von Sichtweisen **positiv für den Unternehmenserfolg** zu nutzen, ist eine große Chance sowohl im Innenbereich (Beschäftigte verstehen, gleich behandeln, Fähigkeiten fördern) als auch in der Außenwirkung. **Kundinnen und Kunden in ihrer Vielfalt wahrzunehmen** und auf deren unterschiedliche Bedürfnisse sensibler einzugehen, eröffnet **unge nutzte Marktpotentiale** und **neue Kundensegmente**. Kunden wollen heute nicht mehr klischeehaft in eine „Zielgruppe“ gepresst werden, sondern in ihrer Individualität wahrgenommen und angesprochen werden. So vielfältig wie wir selbst, ist auch unsere Kundschaft. Und je individueller wir auf sie einzugehen verstehen, desto besser können wir sie erreichen. Mit **konkreten Beispielen** wird eine erfolgreiche **Diversity-Strategie** entwickelt.

Das Fachforum wendet sich an Unternehmen, die das vielfältige Potential ihrer Beschäftigten besser nutzen wollen und Marketing und Kundenansprache gezielter für den Geschäftserfolg einsetzen wollen (Geschäftsleitung, Marketing, Vertrieb, Personal).

**Termin:** 25. 01. 2006, 13.00 – 18.00 Uhr

**Anmeldeschluss:** 04. 01. 2006  
**Teilnahmezahl:** 20–40

**Referent:** Michael Stuber  
Ungleich Besser  
Diversity Consulting, Köln

**Moderation und Einführungsvortrag:** Jutta Wagner-Blasche  
Führungskräfte- und Vertriebsberatung

## Anmeldung

Bitte den Coupon in Druckbuchstaben ausfüllen

Vorname -----

Name -----

Firma -----

Beruf/Funktion -----

**Rechnungsanschrift**  privat  geschäftlich

Straße -----

PLZ/Ort -----

Fon -----

Fax -----

Email -----

Bitte senden per Fax an:  
**0 23 05 / 9 21 50-49**  
oder im Fensterumschlag an  
folgende Adresse schicken:

**Zentrum Frau  
in Beruf und Technik  
Erinstraße 6  
44575 Castrop-Rauxel**

Bitte wenden

