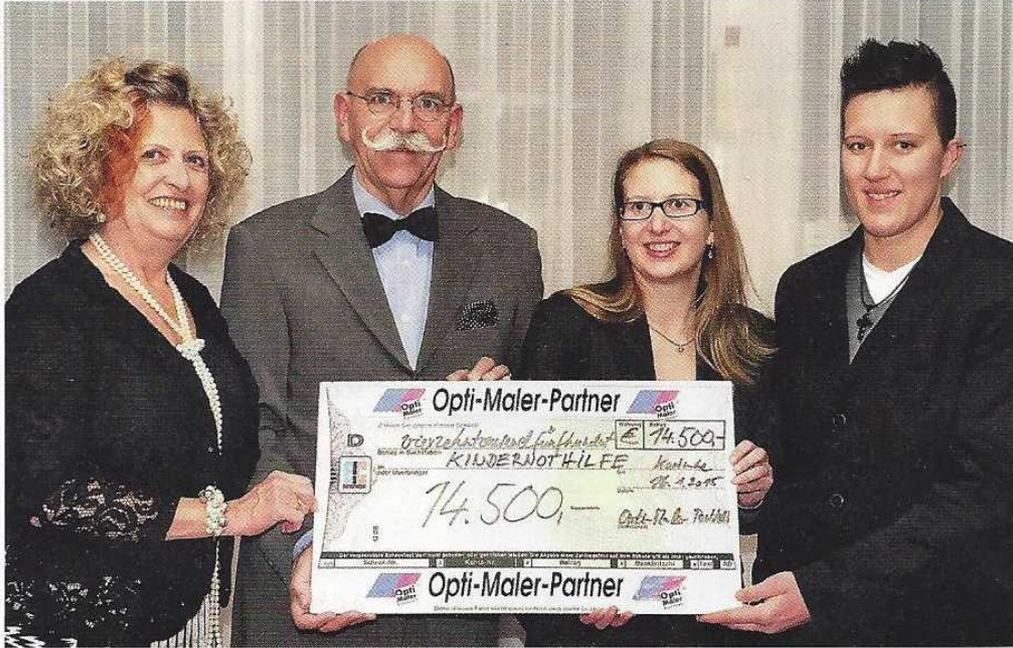


Emotionen verkaufen!

Zum 30. Mal führten die Opti-Maler-Partner in Karlsruhe ihre hochkarätige Management-Konferenz durch.



Gemeinsame Spende der Opti-Maler-Partner an die Kindernothilfe: (v.l.) Rita Bogner und Werner Deck, Opti-Maler-Partner, Judith Allert, Kindernothilfe und Silke Busch, malerdeck.

Fotos: Opti-Maler-Partner, Ulrich Schweizer

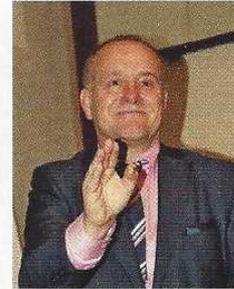
Werner Deck hatte allen Grund, sich zu freuen: bereits zum 30. Mal konnte er die Kooperationspartner von Opti-Maler zur Management-Konferenz begrüßen. In seiner Einstimmung führte er auf das übergreifende Konferenzthema hin, auf die Markenbildung. Sein Ziel und das aller Opti-Maler-Partner formulierte er klar, nämlich die Opti-Maler-Partner als DIE starke Marke für Endkunden richtig bekannt machen.

Zur Markenbildung referierte auch Dr. h.c. Dieter Fröhlich, Präsident des Deutschen Franchise-Verbandes DFV: „Der selbstständige Einzelkämpfer überlebt nur als Multitalent. Deshalb profitierten Franchise-Kooperationspartner vom steigenden Bekanntheitsgrad durch einen einheitlichen Auftritt. Das bietet den Vorteil eines großen Unternehmens, erhalte sich aber gleichzeitig die Vorzüge kleiner Unternehmen in Sachen Markt-nähe und Flexibilität.“

Wie und unter welchen Voraussetzungen werden Menschen zur erfolgreichen Marke? Der Beantwortung dieser Frage widmete sich Marcus Riesterer. Die Veränderung im digitalen Zeitalter spiele dabei eine entscheidende Rolle. Mit einer Dosis Ironie beschrieb der Persönlichkeits-Coach, wie das Internet die Welt und auch die Gesellschaft verändert.

Bei einem Kaufsignal des Kunden: Sofort den Sack zumachen!

Alle Register zog Hans-Georg Pompe in seinem Vortrag „Wie Sie als Maler Begehrtheit wecken, zur unverwechselbaren Marke werden“. Der Unternehmensberater, Buchautor und Marketingexperte machte die Teilnehmer schlau dahingehend, was die Kunden wirklich suchen. Das nämlich: Marken-Typen! Ih-



Hans-Georg Pompe



Dr. h.c. Dieter Fröhlich

nen vertrauen sie mehr und kaufen bei ihnen auch bevorzugt. Der Referent hatte für die Zuhörer griffige Sätze für den Alltag. Beispiele gefällig? Bitteschön:

- In Dir muss brennen, was Du in anderen entzünden willst – ein Zitat des Heiligen Augustinus.
- Spaß + Leidenschaft x Begeisterung = Erfolg.
- Die Zutaten für „Liebesmarken“ sind Geheimnis, Sinnlichkeit, Vertrauen.
- Kunden kaufen keine Produkte, sie kaufen Emotionen. Ganz wichtig: bei einem Kaufsignal muss der Sack zugemacht werden.

Wieder einmal brachte die Management-Konferenz den Teilnehmern Tipps, die sie im Betrieb zu Hause direkt umsetzen können.

Ulrich Schweizer

PRAXISPLUS

Opti-Maler-Partner
Werner Deck
Franchise-Zentrale
Benzstraße 4
76344 Eggenstein-Leopoldshafen
Tel.: (0721) 40246290
firma@optimalerpartner.de

 optimalerpartner.de