



**EINFACH!
BESSER**

LESEN. SCHREIBEN.
RECHNEN. COMPUTER.

AM ARBEITSPLATZ

Akquise

„EINFACH BESSER!... AM ARBEITSPLATZ“

Modul 2

05. Juni 2025

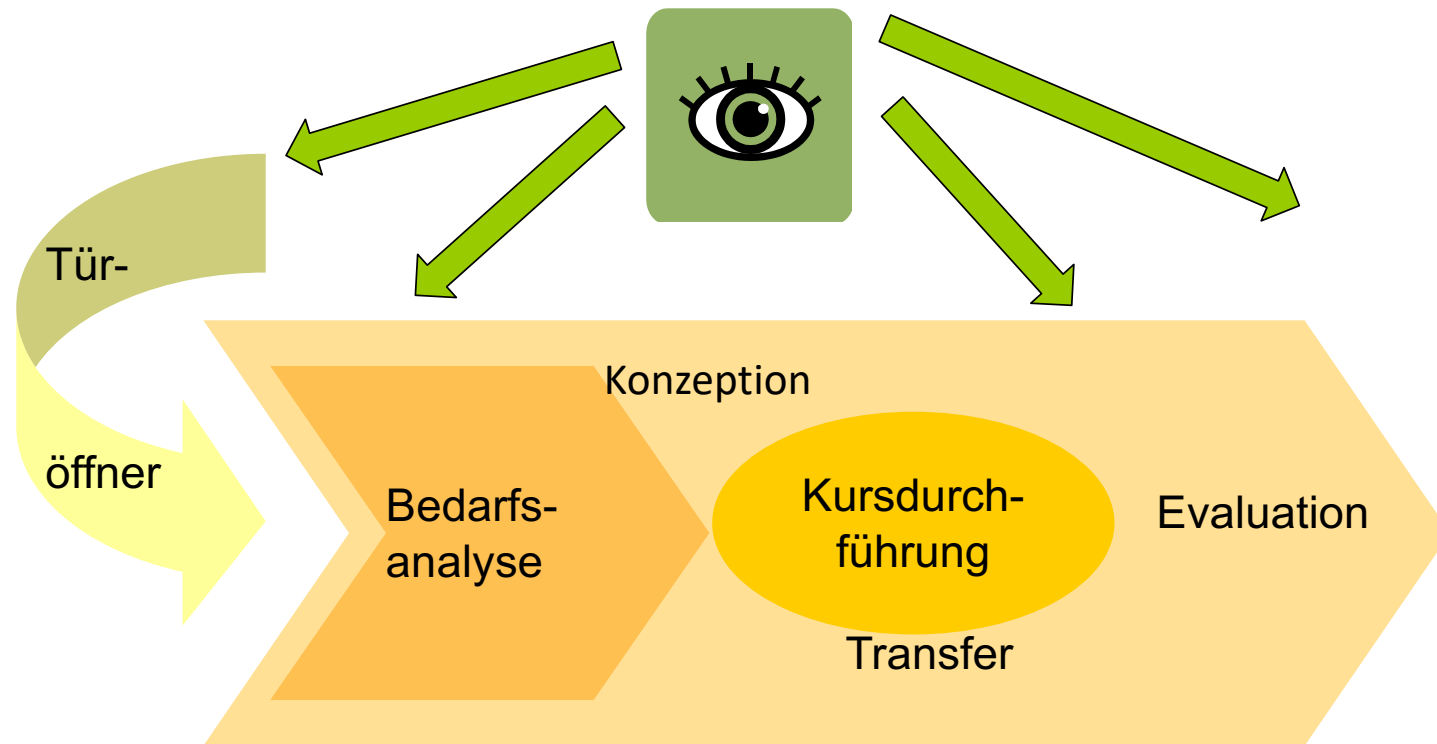
Laetitia Hardegger

S V E B ■ Schweizerischer Verband für Weiterbildung
Fédération suisse pour la formation continue
F S E A ■ Federazione svizzera per la formazione continua
Swiss Federation for Adult Learning

Agenda

- Herausforderungen bei der Akquise
- Wie präsentiere ich mich und mein Angebot
- Erfolgsfaktoren Akquise «Einfach besser... am Arbeitsplatz»
- **Mittagspause**
- Nutzen versus Bedürfnis
- Erfolgreiches Pitchen
- Finanzierung «Einfach besser! ... am Arbeitsplatz»
 - Kalkulation
 - Gesuchstellung
- Bedeutung von Netzwerken
- Small Talk mit Apéro

Prozessbegleitung



Türöffnung

- Kontakt aufnehmen mit Betrieben
- Aufzeigen: Förderung der Grundkompetenzen von wenig qualifizierten Mitarbeitenden lohnt sich
- Vorteile des GO-Modells aufzeigen
- Vernetzung der Prozessbegleitung mit der richtigen Ansprechperson im Betrieb

Austausch am Tisch

Was ist deine grösste Herausforderung bei der Akquise?

Anforderungen an die Praxis der Anbieter

- „Paradigmawechsel“ in der **Angebotsgestaltung**: vom allgemeinen Kurs zur kurzen, gezielten, praktischen Schulung vor Ort
- Es braucht maximale **Flexibilität** vom Anbieter:
Zeit, Ort, Inhalte, Infrastruktur...
- Die Beratungsleistung ist gleich wichtig wie die eigentliche Bildungsleistung: Die Anbieter brauchen **Beratungskompetenzen**.
- Die Anforderungen an die fachlichen und methodischen Kompetenzen der Kursleitenden sind sehr hoch.
- Akquise-Erfolg hängt von der Qualität des Netzwerks ab.

Was ist meine Botschaft?

Wie präsentiere ich mich und mein Angebot?



Erfolgsfaktoren

Strategie: Was wollen und können wir anbieten?

- Welche Themen rund um die Grundkompetenzen wollen wir abdecken?
- Wie viele zeitliche, personelle und finanzielle Ressourcen können wir einsetzen?

Analayse: Auswahl der möglichen Branchen und Betriebe

- In welchen Branchen/Betrieben arbeiten unsere Zielgruppen?
- Wie gross ist unser Radius? Region, Kanton, ganze Schweiz?

Netzwerk: Türöffner finden

- Wie erreiche ich die Entscheidungsträger?
 - Ziel: persönlicher Termin im Betrieb

Matching Tool: Strategische Entscheide

Wie mache ich mein Angebot sichtbar?

- **Landingpage SBFi:** Wie zeigen wir unsere Referenzen zum Förderschwerpunkt?
- **Auftritt:** Welche Marketingtools nutzen wir? Flyer, Website, Social Media...
- **Kantone:** Wo können wir vor Ort Kurse erteilen?
- **Kontaktperson:** Wer kann die Erstberatung für den Betrieb sicherstellen?

Akquise à la carte

[Toolbox \(einfach-besser.ch\)](http://einfach-besser.ch)

6 Nutzen Ebenen in der Kundengewinnung



Welche Bedürfnisse haben die Unternehmen
und ihre Mitarbeitenden?



Erwartungen



Wirklichkeit

Was können wir
ihnen bieten?

Akquise

"Most people think 'selling' is the same as 'talking.' But the most effective salespeople know that listening is the most important part of their job."

– Roy Bartell



Erfolgreiches Pitchen

- Perspektive des Unternehmens einnehmen
- Gute Vorbereitung
- Sprache der Wirtschaft
- Vorgehen bildhaft, begeisternd aufzeigen
- Aktives Zuhören
- Spannende Geschichten

GO-Modell



Kurskalkulation	"Einfach besser...am Arbeitsplatz!"

Pauschale Kalkulation mit Gemeinkosten 30%

Position		Menge	Einheit	Ansatz CHF	Gesamt CHF
Bedarfs- und Anforderungsanalyse	Besuch vor Ort, Zusammenstellen Deskriptoren	15	h	60	900.00
Entwicklung	Individualisierte Kursunterlagen	40	h	60	2'400.00
Dozentenonorar	pro Lektion à 50 min	30	Lekt.	80	2'400.00
Spesen	Zugbillet, Fahrspesen	35	Anzahl	30	1'050.00
Prozessbegleitung	Austausch, regelmässige Sitzung, Feedbacks	10	h	80	800.00
	<i>Sozialleistungen 15%</i>				1'012.50
Zwischentotal					8'562.50
Overhead 30%	Admi, Leitung, IT, Buchhaltung, Material, Unvorhergesehenes				2'568.75
Kurskosten					11'131.25

Was wird finanziert? Wohin fliesst das Geld?

- CHF 3000 für die Entwicklung einer neuen Bildungsmassnahme
- CHF 15 pro Teilnehmerstunde
- 20-40 Lektionen (mind. 45 Minuten)

Die Subvention wird an den Betrieb (Gesuchsteller*in) ausbezahlt

Bildungsanbieter*in und Gesuchsteller*in schliessen einen separaten Vertrag ab.

Der Betrieb erbringt Eigenleistungen:

- Arbeitszeit der Teilnehmenden an der Schulung
- Koordination mit dem Bildungspartner oder der Bildungspartnerin
- Transferunterstützung durch Vorgesetzte und Kollegen

Netzwerken

- No give, no get
- Dornröschen-Mentalität überwinden
- «PR – Agenten» nutzen
- Kontakte in Beziehungen umwandeln
- Soziale Netzwerke nutzen
- Jede Begegnung kann ein Kontakt sein





Gesprächseinstiege mit einem gewissen Restrisiko.