

## **Wie platziere ich als Trainer/Coach in der derzeitigen Krisensituation ein kostenloses/ehrenamtliches Angebot ohne meinen Tagessatz nach der Krise damit kaputt zu machen?**

In der derzeitigen Krise brechen sicher geglaubte Aufträge weg, oder werden in die Zukunft verschoben. Plötzlich hat man viel Zeit und dazu viel Expertise, die gerade in der Krise gebraucht würde. Aber die Einen wissen nichts von dieser Hilfe und die Anderen können die Hilfe nicht bezahlen. So ist dann schnell aus Altruismus ein ehrenamtliches Engagement für die Allgemeinheit geboren. Und das ist durchaus gut und lobenswert. Doch Vorsicht: Hier lauert eine Gefahr für die Zeit "nach der Krise". Denn irgendwann muss wieder Geld verdient werden und Tagessätze mit denen nachhaltiges Wirtschaften möglich ist, müssen dann wieder bei den Auftraggebern durchgesetzt werden. Aber Auftraggeber gewöhnen sich sehr schnell an Leistungen, die nicht abgerechnet werden.

Deshalb muss man bereits beim Aufsetzen der ehrenamtlichen/kostenlosen Maßnahme einiges beachten. So könnte z. B. ein Coach der einer Zielgruppe (z. B. selbst. Unternehmer) in der Coronakrise mit kostenlosen Coachings seelische/organisatorische Unterstützung zukommen lassen will sein Angebot so formulieren, dass er an den folgenden Dienstagen ..... in der Zeit von .... bis .... unter dieser Telefonnummer ...../ ..... zu erreichen ist und (z. B. Selbständige Unternehmer) für (z. B. eine halbe Stunde) kostenfrei coacht.

Wenn das Angebot so klar formuliert ist, vermeidet der Coach, dass Coachees das Angebot ausnutzen und über den Zeitraum hinaus in Anspruch nehmen.

Also: Das Geheimnis liegt darin, genau die Leistung, die man kostenlos erbringen will, detailliert zu beschreiben und (ganz wichtig) durch Termine/Zeiträume/Zeiteinheiten zu begrenzen. Denn erst dann kann man sich nach der "Aktion" wieder mit seinen gewohnten Tagessätzen beim Kunden verkaufen.

Und übrigens:

Eigentlich ist das eine clevere Kundenwerbeaktion, oder? Denn, wenn bei der ehrenamtlichen Aktion ein Coachee dabei war, der mit der Arbeit des Coaches sehr zufrieden war, dann wird dieser Kunde den Coach im Nachgang weiterempfehlen oder gar nach der Krise selbst Kunde werden. (Übrigens: das Ganze funktioniert auch ohne Krise sehr ausgezeichnet;-)

Gerhard Matthes Verkaufstrainer im BDVT und BDVT-Prüfer