



Der Berufsverband  
für Trainer, Berater  
und Coaches

# News & Facts

## „I'll never walk alone“ - Das Mentoring-Programm des BDVT

Ein Interview von Sabine Heiber-Lübke

Im Oktober 2014 haben wir das neue Mentoringprogramm des BDVT vorgestellt. Inzwischen läuft das Programm auf Hochtouren.

Lesen Sie heute, was ein Mentee berichtet.

### **Frage: Wie ist es bislang gelaufen? Was ist alles passiert?**

Antwort: Wir haben im Mai 2015 angefangen miteinander zu arbeiten und zunächst die Erwartungen und Ziele geklärt. Dafür hat mein Mentor Dokumente bereitgestellt.

Meine wichtigsten Ziele waren:

- a) mein Angebot inkl. Preisgestaltung neu zu definieren und
- b) einen Plan zu entwickeln, wie ich das in den Markt bringe

Wir haben uns zu Beginn für einen halben Tag persönlich getroffen, danach nach Bedarf per Email oder Telefon ausgetauscht.

### **Frage: Was hat es aus Ihrer Sicht als Mentee bislang gebracht?**

- Ein Wert per se ist für mich das Commitment, das mit einer Mentoring-Partnerschaft einhergeht: Ich habe nicht nur für mich beschlossen, Dinge anzugehen, die mir wichtig sind, sondern starte einen Prozess, an dem eine zweite Person beteiligt ist und mitbekommt, ob was vorangeht.
- Dann ist natürlich der inhaltliche und persönliche Input des Mentors sehr viel wert. Für mich ganz besonders, weil mein Mentor eine sehr markt- und verkaufsorientierte Sicht der Dinge einbringt. Außerdem strategische und ganz praktische Anregungen zur Positionierung, Nutzenkalkulation, Argumentation für Vorträge, hilfreichen Tools... und vieles mehr. Persönlich unterstützt er mich auch darin, mir den Wert meiner Arbeit für Kunden bewusst zu machen – und das richtige Preisschild draufzukleben.

### **Frage: Wie weit sind Sie jetzt im Hinblick auf Ihre Ziele?**

Ich bin deutlich vorangekommen in der Klärung meiner gewünschten Positionierung und meiner Rolle gegenüber Kunden - wozu sowohl das Mentoring, als auch eine Reihe verschiedener Projekte im letzten halben Jahr beigetragen haben. Interessanterweise stand das nicht unter den Zielen – aber es ist die Grundlage. In dem Maße, wie sich das für mich klärt, wird es auch einfacher, Angebote, Preisstrukturen und Vermarktung zu planen. Da bin ich jetzt mitten im Prozess.