



Feng Shui und SHK-Branche, Teil 3

Wohngefühl in Wohlfühl verwandeln

Feng Shui ist eine 5 000 Jahre alte Wissenschaft, die erst am Anfang ihres „Feldzugs“ in Europa steht. Was sich dahinter verbirgt und welche Anwendungsmöglichkeiten die SHK-Branche dafür bietet, erläutert unsere dreiteilige Artikelserie. Der dritte Teil zeigt auf, welche Wirkung das Feng Shui-Konzept auf Marketing und Kundenberatung hat und worauf es bei einer Weiterbildung zu achten gilt.

Rückblickend auf die Artikelserie kann man den ersten Teil als „Theorie“ und den zweiten Teil als „Praxis“ bezeichnen. Die Theorie ist wie eine Landkarte oder zeitgemäßer wie ein Navigationsgerät. Praxis ist die reale Landschaft. Theoretisches Wissen ist hilfreich, um sich in der neuen Praxis zurechtzufinden. So kann die Theorie des Konzepts „Feng Shui & Marketing“ als neues Navigationssystem für ein künftiges Geschäftsfeld gesehen und genutzt werden.

Mit diesem Wissen bieten Sie Ihren Kunden eine neue Orientierung an. Aus diesem Blickwinkel betrachtet, ist es ein innovativer Weg für Ihr Unternehmen und damit verbunden die Chance zur Umsatz- und Erfolgssteigerung.

Trendströmungen der Zukunft

Eine Untermauerung dieser These sind die Ergebnisse der Zukunftsforscher. So hat Matthias Horx aussagekräftige

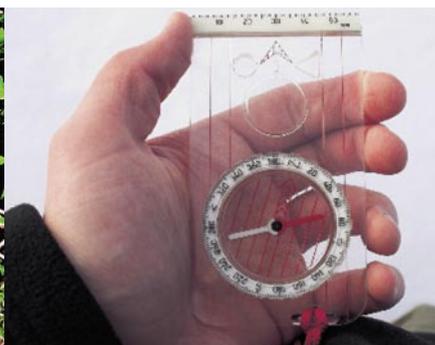
Prognosen mit den wichtigsten Trendströmungen für die Jahre 2000 bis 2010 erstellt. Wir befinden uns also mitten in dieser Zukunft, die folgende, für die SHK-Branche Bereiche maßgeblichen drei Trendströmungen aufzeigt: Wellness-Gesellschaft, Lessness-Bewegung, von der belehrten zur lernenden Gesellschaft. Dies sind die Kernaussagen der Strömungen:

Wellness-Gesellschaft

Im direkten Zusammenhang mit Wellness steht der Begriff „Stress“, der immer mehr in den Mittelpunkt des Gesundheitserlebens rückt. Es entwickelt sich zunehmend eine ganzheitlich integrierte Medizin unter der Berücksichtigung mehrerer Faktoren, beispielsweise dem „Glückserleben“. Hier greift Feng Shui. Durch die Ausrichtung von Räumlichkeiten nach Feng Shui erreichen Sie, dass Ihre Kunden mit dem Magnetfeld ausgerichtet leben und sich somit energetisch aufladen. Dies bedeutet weniger Stress für das Immunsystem und führt so zu einer stabilisierten Gesundheit.

Lessness-Bewegung

Die Lessness-Bewegung muss direkt mit „weniger ist mehr“ übersetzt werden. Die Balance zwischen seelischen und körperlichen Bedürfnissen bestimmen



Die Theorie des Konzepts „Feng Shui & Marketing“ kann als neues Navigationssystem für ein künftiges Geschäftsfeld genutzt werden: Ein innovativer Weg für Unternehmen und Kunden mit der Chance zur Umsatz- und Erfolgssteigerung

individuelle und ökonomische Strategien. Ein neuer Spiritualismus wird so bis hinein in Unternehmenskulturen gesellschaftsfähig. Genau dies erreichen Sie, wenn Sie z. B. auf das neue Berufsbild „Fachberater Feng Shui Handel“ als Marketingstrategie setzen. Denn gerade diese asiatische Philosophie praktiziert den Grundsatz „weniger ist mehr“, indem sie die wenigen, aber nötigen Energiekanäle frei macht, um ein harmonisches Fließen von Energie (sprich „Chi“) durch die Wohnbereiche zu ermöglichen. So kann man durch die Anwendung von Feng Shui Harmonie für Körper, Geist und Seele in der Familie der Zukunft schaffen.

Lernende Gesellschaft

Die lernende Gesellschaft verlangt die Fähigkeit, sich selbst einzuschätzen, zu kritisieren und zu verändern (Self-Management-Intelligenz). Das wird zu einer der wichtigsten Qualifikationen der neuen Wissenskultur werden. Diese Aussage kann auch durch ein bekanntes Sprichwort ersetzt werden: „Wer aufhört besser zu werden, hört auf gut zu sein“.

Über allem wird allerdings die generelle Forderung nach Qualität stehen. Und als Aufgabe der Zukunft nennt Matthias Horx die Forderung, rentable Zusatzgeschäfte zu machen. Das Konzept „Feng Shui & Marketing“ ist ein Konzept der Zukunft und bietet Ihnen zusammen mit der Ausbildung zum „Fachberater Feng Shui Handel“ die Basis für ein neues, rentables Zusatzgeschäftsfeld. Aber warten Sie nicht bis die Nachfrage kommt, sondern werden Sie vorher aktiv. Erfolg wird künftig der haben, der statt Druck auszuüben, durch einen Sog neue Kunden anzieht. Es heißt, die Marktnische zu erkennen und aktiv auf die Konsumenten zugehen, um den Bedarf zu wecken. Mit einer Feng-Shui-Beratung als Dienstleistung und den damit zusammenhängenden Produkten können Sie Lösungsideen anbieten, die dem Verbraucher bis dato noch gar nicht bewusst waren, aber dem Zeitgeist entsprechen.

Wohlbefinden schaffen

Der Mensch, unser Kunde, steht immer mehr im Mittelpunkt. Damit werden Produktgruppen zugunsten von Kundengruppen an Bedeutung verlieren.



Foto: M. Oberhofer

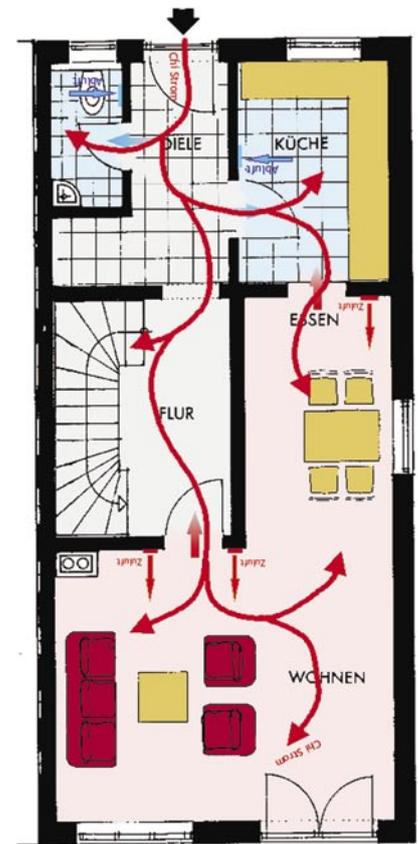
Mit „Feng Shui & Marketing“ werden Wohnbereich und persönliche Daten des Kunden berechnet und analysiert. Damit lässt sich dann ein Bad- oder auch ein Lüftungskonzept anbieten, mit dem „Wohngefühl in Wohlfühl“ umgewandelt wird

Immer neue Ideen und Instrumente zur Kundenbindung werden notwendig sein. „Feng Shui & Marketing“ ist ein professionelles Tool dafür. Bieten Sie Ihren Endkunden z. B. Fachvorträge zu diesem Thema an und machen Sie sie aufmerksam für Energie in anderer Form, für Gesundheit und Wohlbefinden und Erfolg.

Erhöhen Sie die Kundenfrequenz durch Beratertage, um die asiatische Wissenschaft vorzustellen. Stellen Sie Ihrem Kunden auch bei der Beratung deutlich heraus, dass Sie nicht nur Sanitärartikel verkaufen wollen, sondern eine energetische Aufladestation für ihn konzipieren. Erinnern Sie sich an den ersten Teil dieser Artikelserie? Mit der Theorie und den dort vorgestellten Instrumenten berechnen und analysieren Sie den Wohnbereich und die persönlichen Daten des Kunden. Damit haben Sie die Grundlage, ein Bad- oder auch ein Lüftungskonzept anzubieten, mit dem „Wohngefühl in Wohlfühl“ umgewandelt wird. Denn es werden energetische Grundregeln beherrscht.

Ganzheitlich kommunizieren

Zeigen Sie Ihren Kunden wie es geht, indem Sie Ihre Geschäftsräume auch nach Feng-Shui-Richtlinien gestalten. Denn nur Authentizität führt zum Erfolg. Gleichzeitig können Sie durch die energetische Optimierung Ihrer eigenen Büro- und Ausstellungsräume die Kundenzahl erhöhen.



Und welchen Nutzen hat ein Unternehmen, das sein Geschäftsfeld durch Feng Shui erweitert? Ganz vorne steht dabei die Imageoptimierung durch eine neue ganzheitliche Beratungsdienstleistung, die den Menschen in den Mittelpunkt stellt. Man kann diesen Schritt aber auch als Verbesserung der Servicequalität betrachten.

Die Qualität der Leistung, ob handwerklich oder beratend, muss auch durch die entsprechende Kommunikation gewährleistet sein. Diese stellt das Bindeglied zwischen der unternehmerischen Initiative und der verkäuferischen Umsetzung am Markt dar. Marketing bezeichnet das Herausstellen von Qualitäten, durch die sich Ihre Dienstleistung/Beratung klar und positiv von den Beratungen Ihrer Mitbewerber unterscheidet. Um das zu erreichen, werden Instrumente (Visitenkarte, Briefpapier und Webauftritt) benötigt, die nach energetischen Feng-Shui-Richtlinien in Form und Farbe gestaltet sind. Weiterhin sollten die Inhalte gehirngerecht für alle Denktypen bzw. Zielgruppen aufbereitet werden.

Außergewöhnliches Alleinstellungsmerkmal

Sie wollen sich mit Ihrem Unternehmen vom Wettbewerb abheben und sich ein außergewöhnliches Alleinstellungsmerkmal schaffen? Dann bietet Ihnen die Spezial-Ausbildung zum „Fachberater Feng



SHK-Betrieben können sich mit einer qualitativ hochwertigen Spezial-Ausbildung zum „Fachberater Feng Shui – Handel“ ein Alleinstellungsmerkmal erarbeiten. Aber auch die Vermittlung von fachkompetenten „Feng Shui & Marketing“ schafft Wettbewerbsvorteile

Shui Handel“ kombiniert mit Ihrer Fachkompetenz eine gute Gelegenheit dazu. Erfolg mit diesem Konzept wird man jedoch nur haben, wenn die Ausbildung fundiert ist. Aus diesem Grund muss eine qualitativ hochwertige Ausbildung unbedingt folgende Inhalte haben:

- Besonders wichtig ist der Umgang mit dem chinesischen Kompass (Lo Pan), denn der Berater muss in der Lage sein, Ort und Richtung zu bestimmen. Keine Angst: Sie müssen nicht chinesisch lernen. Es gibt übersetzte Kompass.
- Der nächste Schritt ist die Fähigkeit, das Ergebnis der Messung in Verbindung mit dem Haus und den Menschen zu bringen. Das bedeutet, der Berater muss lernen, wie die Zusammenhänge zwischen Erdmagnetfeld und biomagnetischem Feld des Menschen funktionieren. Ein sehr wichtiger Teil der Ausbildung, denn nur so ist der Berater in der Lage harmonisch angepasste und ausbalancierte Räume zu schaffen.
- Der wichtigste Teil ist, das Erlernte in die Praxis umzusetzen und es marketinggerecht so aufzubereiten, dass der Kunde versteht, warum und weshalb es so wichtig ist, Feng Shui einzusetzen. Eine fundierte und qualitativ hochwertige Ausbildung steht und fällt mit den

Dozenten. Im asiatischen Raum gibt es ein ungeschriebenes Gesetz, wo ein Schüler seinem Meister mehrere Jahre folgen muss, um wirklich Wissen zu erhalten. Die alten Meister prüfen ihre Schüler auf Herz und Nieren, in Bezug auf Geisteshaltung, Moral und Ethik. Einen „Schnellkurs“ zum Feng-Shui-Meister gibt es nicht. Darum sollte auch in Europa auf alle Fälle gewährleistet sein, dass die Dozenten selbst mindestens fünf bis zehn Jahre Beraterpraxis und eine fundierte Ausbildung bei namhaften Meistern in Asien nachweisen können. Nur so ist gewährleistet, dass Sie praxisnahen und fundierten Unterricht entsprechend der klassisch traditionellen Feng-Shui-Richtlinien erhalten.

Seien Sie mutig!

Bei der Ausbildung zum „Fachberater Feng Shui Handel“ lernen Sie übrigens eine weitere Möglichkeit der Umsatzsteigerung und Kundenbindung kennen: Die asiatische Philosophie, die durch den Faktor Zeit eine ständige Anpassung verlangt, bietet dem Kunden jährlich geringfügige dekorative Anpassungsmöglichkeiten an. Die Jahresanpassungen brauchen weitere fortführende Beratungen

und somit erreicht man die gewünschte und so wichtige Kundenbindung.

Sie finden das Thema Feng Shui gut, aber eine eigene Ausbildung kommt aus unterschiedlichen Gründen gerade nicht in Frage? Dann vermitteln Sie eine Beratung nach dem Feng Shui & Marketing, indem Sie fachkompetente Berater einsetzen. Ihr Umsatz für diesen Service könnte sich zusammensetzen z. B. aus einer Vermittlungsprovision sowie aus dem Verkauf der Artikel und Accessoires, die bei der Beratung empfohlen wurden.

Erfolg heißt in der Zukunft nicht auf den Superkunden warten, sondern aktiv Menschen und Märkte entdecken. Holen Sie die Kunden aus ihrem gewohnten Denken heraus – schaffen Sie Visionen. Bieten Sie mit den SHK-Produkten in Verbindung mit der Beratungstechnik „Feng Shui und Marketing“ eine hochwertige Dienstleistung, die den „Haben-wollen“-Wunsch weckt. Seien Sie mutig und gehen Sie neue Wege!



Dipl.-Betriebswirtin (FH) Christa Sieber ist ausgebildete (H.D.I.) Trainerin und Unternehmensberaterin sowie Dozentin; Sieber Seminare, 81477 München, Telefon (0 89) 75 96 78 18, Fax (0 89) 89 80 95 04, E-Mail: sieber@dsien.de

Workshops und Fachberaterausbildung

Feng Shui & Marketing ist die Kombination aus Asiens 5000 Jahre altem Feng-Shui-Wissen und Europas modernen Erkenntnissen aus Gehirnforschung und einer Denktillanalyse. Es ist ein ganzheitliches Instrument für Unternehmen, die neue Wege gehen wollen, um z. B. Kunden zu gewinnen und zu binden. Die Autorinnen dieses Beitrags bieten zu diesem Themenbereich folgendes an:

- Workshops mit max. 8 Teilnehmern; Termine: 10. Dezember 2005, 12. Januar 2006 und 16. März 2006
- Ausbildung zum Fachberater Feng Shui für den Fachhandel; Start: 13. Januar 2006
- Weitere Informationen:
 - Im Internet unter www.dsien.de
 - per Telefon (0 81 51) 97 11 97 oder (01 79) 9 58 61 11



Andrea Moser ist Feng-Shui-Beraterin (mit Diplom in Feng Shui Mastery) sowie Heilpraktikerin, Buchautorin und Dozentin an der Feng-Shui-Akademie, 82319 Starnberg, Telefon (0 81 51) 97 11-97, Fax (0 81 51) 97 11-96, E-Mail: moser@dsien.de