

„Berater, Coaches und Sparring-Partner sind teuer, haben keine Ahnung vom operativen Geschäft ihrer Mandanten, und budgetieren lassen sich ihre Leistungen schon gar nicht...“

Ja, Fachkräfte haben ihren Preis. Die Versuchung ist also naheliegend, ohne externe Unterstützung auszukommen. Konsequenz: Dem Unternehmer fehlt die hilfreiche Aussensicht. Die umfassende Orientierung wird vernachlässigt, die rechtzeitige (Markt-) Ausrichtung wird verpasst, die Mitarbeitenden werden verunsichert, und die finanziellen Risiken für die notwendigen Produkt- resp. Weiterentwicklungen steigen. Genau dann wird es erst richtig teuer.

Leistungen im Abonnement einkaufen und Kosten sparen, dies könnte die Lösung sein.

Daniel Louis Meili bietet mit seinem Abo auch kleineren Unternehmen und Organisationen die Möglichkeit, professionelle Unterstützung budgetgerecht an Bord zu holen!

Marketingberatung im Abonnement (seit 2004)

> **einfach, verblüffend, wirksam**

Die Idee

Daniel Louis Meili arbeitet mit einer Pauschale und klarem Leistungsauftrag – „im Abonnement“. Die Idee ist einfach: Zu Beginn der Zusammenarbeit werden die Marketing-Beratungskosten Ihres Unternehmens oder Ihrer Organisation anhand der Aufwendungen der letzten Jahre erfasst. Davon ausgehend offeriert Meili die Marketing-Betreuung für rund 80% der durchschnittlichen Aufwendungen der Vergangenheit.

So funktioniert es

Mit der Vereinbarung wird festgelegt, wie häufig man sich sieht und welche produkt-, markt- oder unternehmensrelevanten Fragen bearbeitet und beantwortet werden. Kontinuität ist wichtig: Strategische Überlegungen und längerfristige Szenarien können mit Bedacht entwickelt werden, und gleichzeitig ist es möglich, aufkeimende Problemsituationen unverzüglich zu besprechen (um z.B. aggressive Massnahmen der Konkurrenz abzufangen). Fixe Termine, beispielsweise zweimal im Monat, stellen sicher, dass nichts unter den Tisch fällt. Auch Leistungen Dritter (Marktforscher, Werber/Texter oder Verkaufsprofis) können so unabhängig bewertet und in den unternehmerischen Kontext gestellt werden.

Nach einem Jahr Zusammenarbeit überprüft Meili die Aufwendungen und Erträge, bespricht sie mit Ihnen, und die Vereinbarungen für das kommende Jahr werden neu festgelegt. Damit werden Honorare und Aufwendungen im Sinne einer geglätteten Kurve an die Zukunft angepasst. **Die Idee des Marketing-Abo funktioniert darum, weil Meili bereit ist, schon zu Beginn der Zusammenarbeit einen Teil des Risikos zu tragen.**

Weitere Leistungen im Abonnement (seit 2012)

> massgeschneidert, verlässlich, wirkungsvoll

- **Unternehmens-/Produktanalyse** (Wirtschaftlichkeitsanalyse)
- **Produktentwicklung** (schlummernde Potenziale heben)
- **Marketing-Coach** (Meili hilft, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren)
- **Marketing-Abo** (100 Stunden Support = pauschal CHF 22'000 + Spesen und MWST)
Meili im Abo: Vorteile für beide Seiten. Verlangen Sie die Detailunterlagen.

Vorteile für Ihr Unternehmen

- Die Beratungs- und Coachingkosten sinken und werden gleichzeitig budgetierbar.
- Strategische Fragen können jederzeit diskutiert und Entwicklungen antizipiert werden.
- Potenziell gefährliche Offensiven von Konkurrenten werden schon in ihrem Entstehen erkannt und können abgefangen werden, bevor sie „teuer“ werden.
- Dank periodischen Kontakten und regelmässigen Konsultationen mit Meili gelingt es den eigenen Mitarbeitenden, markt- und unternehmensrelevante Ereignisse klarer zu erkennen und präziser zu beurteilen – die eigenen Mitarbeitenden werden besser, das Unternehmen wird besser, der Verkauf erfolgt aus innerer Überzeugung und der Gewinn steigt.
- Die Gewissheit, bei Meili jederzeit auf eine erfahrene Persönlichkeit zurückgreifen zu können, der die Eigenheiten des Geschäfts kennt, wirkt entspannend.

Vorteile für Meili

- Die Kundenbindung erhöht sich, und damit verbunden ergibt sich eine relativ sichere Grundaustlastung.
- Die Beratungstätigkeit gewinnt an Attraktivität und Tiefe; es besteht die Möglichkeit, sich intensiv mit einem Unternehmen, einer Branche und ihren Schlüsselfiguren auseinander zu setzen. Gleichzeitig entfällt das frustrierende Gefühl, was man alles hätte tun können, wenn man früher zugezogen worden wäre.

Fazit

Beide Vertragsparteien gewinnen. Beratungsleistungen im Abo bewähren sich seit vielen Jahren. Sie sind ein kreativer Ansatz, die eigenen Ressourcen zu optimieren und die Mitarbeitenden im Coaching-Verfahren weiterzubilden (Know-how-Transfer). Neue Handlungsspielräume werden erschlossen und Marketing-Kompetenz wird so zur erweiterten DNA Ihres gesamten Unternehmens – weil Sie besser werden wollen.