

olina aktuell

Dezember 2008, Nummer 16 Tipps und Infos für olina Partner und alle, die es werden wollen.

Trotzdem! Ein Jahrzehnt olina.



Wolfgang Allgäuer,
Geschäftsführer

Langatmige Rückblicke sind nicht meine Sache, aber ...

1000 graue Haare, 500 ausgefallene Abendessen, 2000 geschriebene Seiten Handbücher, 1000 Vortragsfolien, 100 abgesagte Rendezvous mit meiner Frau, 200 verkaupte Bleistifte, 10 Jahre Konzentration, 1 großer Dank an 10 000 Kunden, 20 Franchise-

nehmer und 20 Lieferanten sind es wert inne zu halten. Ich persönlich bin für diese Zeit unendlich dankbar, besonders für die emotionalen und sozialen Lernschritte, die ich machen durfte. Das waren große Herausforderungen.

In diesen 10 Jahren haben wir sehr viele Ziele erreicht, sind aber auch an unsere Grenzen gestoßen. *Trotzdem* sind unsere Träume nicht zerstört. Krisenzeiten sind angesagt. Es wird

immer schwieriger, gute Preise zu erzielen. Die Ansprüche der Kunden steigen. Die Luft wird dünner, der Kuchen kleiner. *Trotzdem* werden wir uns ein größeres Stück vom kleiner werdenden Kuchen holen.

Das Wachstum war in den 10 Jahren nicht so schnell, groß und einfach, wie wir uns das gewünscht haben. *Trotzdem* verlieren wir unser Ziel nicht aus den Augen. Strategiearbeit hört nie auf, Markenaufbau ist tägliche Knochenarbeit. *Trotzdem* werden wir auch in Zukunft Spitzenleistungen für eine eng umrissene Zielgruppe erbringen.

Danke sagt
Wolfgang Allgäuer



Hart am Wind, zu neuen Ufern!

So stand´s geschrieben, auf der Einladung der olina Franchise GmbH zur diesjährigen Jubiläumsveranstaltung. 10 Jahre olina, wie die Zeit vergeht! Das musste außergewöhnlich gefeiert werden! 63 Gäste, darunter Franchisepartner und Vertreter der olina Hauptlieferanten, ließen sich auf das Überraschungswochenende ein und kamen im Schloss an der Eisenstrasse in Waidhofen an der Ybbs voll auf ihre Kosten.



5 Sterne für ein erfolgreiches Küchenstudio

Inspiriert von einem Konzert des virtuosen Zaubergeigers André Rieu, der es versteht, mit seiner Musik ein Millionenpublikum zu begeistern, machte sich Wolfgang Allgäuer darüber Gedanken, was das Geheimnis seines Erfolges ist. Wie schafft er es, sein Publikum so zu verzaubern und gibt es Parallelen zu einem Küchenstudio? Wolfgang Allgäuer arbeitete folgende 5 Kernpunkte aus, welche er seinen Gästen anhand von Konzertausschnitten präsentierte.

- * Feuer der Begeisterung
- * Kernzielgruppe
- * Träume treffen
- * Inszenierung der Prozesse, Abläufe und Details
- * Mitarbeiter

olina Snacks

Neues olina Studio in Salzburg

Am 23. und 24. Januar 2009, jeweils von 9–18 Uhr, eröffnet unser neuer Franchisepartner Josef Zinsberger mit seiner Frau Rosa ein olina Studio in der Neutorstraße 13 in Salzburg. Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

Termine für Schulungen und Tagungen 2009

- 28.–29. Januar – Freihandzeichnen 1
- 17.–18. Februar – Freihandzeichnen 2
- 04.–07. Februar – EKS Workshop
- 10.–11. März – Budgetgenaues Planen
- 27. März – Marketingtag
- 12.–13. Mai – Montageschulung
- 15.–16. April – Verkaufsschulung I
- 06.–07. Mai – Verkaufsschulung II
- 03.–04. Juni – Verkaufsschulung III

ISO Zertifizierung für die olina Studios in Vorarlberg

Unsere Franchisepartner Erwin Dobler, Hannes Felder und Thomas Prugger haben ihren Betrieb nach der ISO Qualitätssicherungsnorm 9001 zertifizieren lassen.





Dipl.-Ing. (FH) Peter Sawtschenko

Positionierungs- und Trojaner-Strategien

„Wernicht automatisch neue Kunden gewinnt, ist falsch positioniert“, lautet das Motto von Herrn Dipl.-Ing. (FH) Peter Sawtschenko, der mit seinem fesselnden

Vortrag für einen weiteren Höhepunkt der Veranstaltung sorgte. Der charismatische Business Coach und Business Trainer beschäftigt sich vorwiegend mit der Positionierung, Entwicklung und Umsetzung von Alleinstellungsmerkmalen, Marketing und Neukundengewinnung und hat bereits vielen namhaften Unternehmen dazu verholfen, sich von den Mitbewerbern klar abzugrenzen. Die Teilnehmer durften bei seiner Rede mehr darüber erfahren, wie man die Nr. 1 in den Köpfen seiner Zielgruppe wird, mit Positionierungsstrategien aus der Preis- und Austauschbarkeitsfalle herauskommt und mit intelligenten Trojaner-Strategien neue Kunden zum Nulltarif gewinnt. Mit lebhaften Beispielen aus der Praxis des Erfolgsprofis setzte er bei olina Impulse für ein neues Denken in Sachen Markt und Zielgruppen.

Für Wolfgang Allgäuer ist klar, dass **„Innovation“** das Thema der Zukunftsarbeit von olina sein wird. „Wachstum hat immer mit Veränderungen zu tun, darum packen wir es an!“, forderte ein begeisterter Wolfgang Allgäuer seine Franchisepartner auf.



Am Samstag Nachmittag konnten die Teilnehmer in den beiden Tanz- und Chorgesangs-Workshops die übermittelte Trojanerstrategie „Setzen Sie sich unverschämte Ziele“ in die Tat umsetzen. Grenzen wurden zum Teil überschritten, Hemmungen abgebaut und im Team eine nicht alltägliche Aufgabe bewältigt.

Am Galaabend folgte der Auftritt des „1. olina-Chores“ und die einstudierte Tanzperformance wurde dem Publikum in zwei Gruppen vorgeführt – ein unvergessliches Highlight.



olina Küchenchefs

Unser Fragebogen zur Vorstellung der Franchise-Partner



Name, Alter:	Werner Kollnig, 44 Jahre, 2 Kinder
olina Standort:	Kärntnerstraße 62, 9900 Lienz
Was haben Sie vor olina gemacht?	Tischlerlehre, Meisterprüfung und bis 2003 Prokurist bei der Firma Forcher in Lienz
Warum haben Sie sich für das olina Franchise-System entschieden?	Es war für mich ein ideales Konzept, um ein Geschäft zu eröffnen. Sehr viele Arbeiten wurden mir bei der Eröffnung und auch nachher erleichtert und abgenommen.
Was ist Ihr Unternehmensziel?	Einen Betrieb aufzubauen und auf solide Beine zu stellen, bis meine Tochter Stefanie das Geschäft übernimmt, damit ich mich später etwas zurückziehen kann.
Was können Sie nicht ausstehen?	Schlechte Arbeiten, unqualifizierte Mitarbeiter, Betriebe, die ihre Arbeiten nicht richtig ausführen und Leute, die nicht zu ihrem Wort stehen.
Welches Unternehmen bewundern Sie?	Andere Unternehmen zu bewundern oder zu beurteilen obliegt mir nicht. Wie man vor allem in letzter Zeit sehen konnte, sind viele nur „Blender“.
Was schätzen Sie an einem Mitarbeiter?	Menschlichkeit, Loyalität, Pünktlichkeit, Verlässlichkeit und Professionalität
Was schätzen Sie an einer Führungskraft?	Handschlagqualität
Was ist Ihr Haupt-Verkaufsargument?	Kunden kaufen bei mir, weil sie in mich und mein Unternehmen Vertrauen haben. Viele Verkaufsargumente die es gibt, um einen Kunden zu einer Kaufentscheidung zu bewegen, sind zwar für einen Geschäftsabschluss brauchbar, bringen aber im Nachhinein Probleme mit sich. Kunden, die eine zu hohe Erwartungshaltung haben, werden oft enttäuscht, weil ihnen der Himmel auf Erden versprochen wird. Durch verschiedene Faktoren von außen können die Versprechen nicht immer eingehalten werden. Es gibt nichts Schlimmeres als einen enttäuschten Kunden.

Cartoolina: Superqualität



Impressum:
Herausgeber: olina Franchise GmbH
Buxera 14a, 6833 Weiler, Tel. 0 52 23/ 57778-0
Für den Inhalt verantwortlich: Wolfgang Allgäuer